



Accélération de l'activité au T2

Confirmation des objectifs financiers pour 2025

- **Chiffre d'affaires en accélération au T2 2025 à +4,4% en comparable (LFL) vs. +2,9% au T1**
 - Nette amélioration en France (+2,1% LFL au T2 vs. -1,7% au T1)
 - Accélération de la bonne dynamique en Espagne (+2,9% LFL au T2 vs. +1,4% au T1)
 - Croissance soutenue au Brésil (+4,4% LFL au T2 vs +5,4% au T1, sur un historique élevé au T2 2024 à +6,0% vs +1,3% au T1 2024)
- **EBITDA : 1 936 M€ en hausse de +1,1% (vs. 1 916 M€ au S1 2024)**
- **Résultat Opérationnel Courant (ROC) à 681 M€, incluant -80 M€ liés à la consolidation et à l'intégration de Cora & Match et un fort effet de change négatif de -62 M€, (vs. 743 M€ au S1 2024)**
 - **France : ROC en hausse de +20,0% à 344 M€ hors Cora & Match**, soit une marge opérationnelle en progression de +34 pbs à 1,9% (ROC publié à 264 M€)
 - **Europe (hors France) : ROC de l'Espagne en croissance (+9,4%)**. ROC de la région stable à 80 M€ (vs. 84 M€ au S1 2024)
 - **Brésil : Progression de +6,5% du ROC à change constant**, tirée par Atacadão (ROC publié à 340 M€ vs. 366 M€ au S1 2024)
- **Solide progrès dans l'intégration de Cora & Match ; objectif de 130 M€ de synergies à horizon 2027 confirmé**
- **Recul, comme anticipé, du cash-flow libre net à -2 091 M€ au S1 2025 vs -1 704 M€ au S1 2024** reflétant notamment la consolidation de Cora & Match au S1 2025, ainsi que la baisse de la contribution du BFR sur des historiques élevés liés à la forte inflation au S1 2024, notamment en Argentine
- **Bonne progression des initiatives de la revue stratégique** : rachat des minoritaires au Brésil, cession de 7% de Carmila ; lancement de Concordis, nouvelle alliance européenne aux achats, en partenariat avec Coopérative U
- **Signature d'un accord en vue de la cession de Carrefour Italie**
- **Indice RSE et Transition Alimentaire de 107%**
- **Confirmation des objectifs financiers pour l'exercice 2025** : légère progression de l'EBITDA, du Résultat Opérationnel Courant et du Cash-flow Libre Net

Alexandre Bompard, Président - Directeur Général, a déclaré :

"L'activité du Groupe Carrefour a nettement accéléré au premier semestre 2025, portée par la dynamique de ses trois pays cœurs : la France, l'Espagne et le Brésil. Ce semestre est marqué par un environnement de consommation redevenu plus porteur en Europe, mettant un terme à une longue période de pression sur les volumes. En France, Carrefour gagne des parts de marché tout en améliorant la rentabilité de son périmètre historique. En Espagne, le Groupe enregistre une accélération de son chiffre d'affaires, accompagnée d'une progression de la rentabilité. Au Brésil, l'activité et les résultats s'améliorent à nouveau, soutenus par la performance du format Atacadão. Parallèlement, la revue stratégique s'est déjà traduite par l'acquisition des parts restantes du capital de Carrefour Brésil, par la vente de 7% de l'opérateur de centres commerciaux Carmila et par l'annonce ce jour de l'accord en vue de la cession de nos opérations en Italie à NewPrinces Group qui illustre notre capacité à recentrer le Groupe sur ses activités les plus porteuses. La création de Concordis, centrale d'achat européenne avec Coopérative U, marque une étape structurante dans le renforcement de notre compétitivité prix. Forts de ce momentum et du remarquable travail des équipes et de nos partenaires franchisés, Carrefour aborde le second semestre avec confiance et confirme l'ensemble de ses objectifs financiers pour 2025."

CHIFFRES CLÉS DU S1 2025

| (en M€) | S1 2024 | S1 2025 | Variation |
|---|---------|---------|---|
| Chiffre d'affaires TTC | 44 863 | 46 559 | +3,7% en comparable (LFL) |
| EBITDA | 1 916 | 1 936 | +1,1% ; +6,3% (+121 M€) à changes constants |
| Résultat Opérationnel Courant (ROC) | 743 | 681 | -8,4% ; -0,1% (-1 M€) à changes constants |
| Marge opérationnelle courante | 1,8% | 1,6% | -20 pbs |
| Résultat net ajusté, part du Groupe | 313 | 210 | -33% ; -12% (-37 M€) hors Cora & Match |
| Résultat net ajusté, part du Groupe, par action | 0,46 | 0,32 | -30% ; -8% (-0,04€) hors Cora & Match |
| Cash-flow libre net | -1 704 | -2 091 | -386 M€ |
| Dette financière nette au 30 juin | 5 418 | 6 989 | +1 571 M€ dont 1,1 Md€ lié à l'acquisition de Cora & Match et 140 M€ lié au rachat des minoritaires au Brésil |

S1 2025 : Accélération de l'activité et poursuite des initiatives stratégiques

Les résultats du premier semestre 2025 s'inscrivent dans un contexte d'amélioration générale des tendances dans les marchés du Groupe, avec notamment une accélération de l'activité et une reprise des volumes au T2 en France et en Europe. Ils reflètent également la poursuite de la bonne exécution des initiatives stratégiques du plan Carrefour 2026.

- Les produits à marque Carrefour représentent 37,4% du chiffre d'affaires alimentaire au S1 2025, en progression de +0,4 point par rapport à l'année dernière
- Le e-commerce poursuit sa bonne dynamique avec une hausse de la GMV de +16% au S1 (+20% au T2), notamment tirée par le Brésil (+26% au S1 et +36% au T2)
- Le Groupe continue son **expansion** en France et en Europe en renforçant son réseau de proximité avec l'addition de 400 nouveaux magasins au S1
- En France, les **passages de magasins en location gérance** se déroulent conformément au plan annoncé en février : 11 hypermarchés et 12 supermarchés ont déjà basculé (pour un objectif de 15 hypermarchés et 25 supermarchés en 2025). Les autres bascules auront lieu comme prévu dans les prochains mois
- Bonne exécution du **plan d'économies de coûts** avec 610 M€ réalisés au S1 2025
- Carrefour a dépassé ses objectifs en matière de RSE, avec un taux d'atteinte de 107% de l'Indice RSE et Transition alimentaire au premier semestre

Au deuxième trimestre, le chiffre d'affaires est en croissance de +4,9% LFL sur l'alimentaire et de +1,4% sur le non-alimentaire.

En France, la performance opérationnelle s'est nettement améliorée au T2, dans un marché en croissance tant en volumes qu'en valeur. Le chiffre d'affaires est en croissance en comparable dans l'ensemble des formats. Les investissements dans la compétitivité réalisés depuis bientôt deux ans, incluant le lancement du nouveau programme de fidélité "Le Club Carrefour" et de nouvelles campagnes de baisse de prix au cours du premier semestre 2025, se sont traduits par une compétitivité renforcée. Parallèlement, la bonne discipline en matière de gestion des coûts et la poursuite de la transformation du modèle d'exploitation des magasins ont contribué à la forte progression de 20,0% du Résultat Opérationnel Courant et à la hausse de 34 pbs de la marge opérationnelle en France hors Cora & Match (1,9% au S1 2025 vs 1,6% au S1 2024). Carrefour France compte 274 magasins de proximité supplémentaires sur le S1, témoignant une nouvelle fois de l'attractivité du modèle de Carrefour qui renforce encore son leadership dans ce format de proximité.

L'intégration de Cora & Match se poursuit conformément aux attentes. Comme indiqué en début d'année, le périmètre de Cora & Match a pesé sur le ROC du premier semestre, à hauteur de 80 M€. Le Groupe a annoncé le 10 juillet la cession de 9 magasins dans les zones identifiées par l'Autorité de la Concurrence pour un effet cash positif de l'ordre de 70 M€ attendu en 2026. L'objectif de synergies de 130 M€ à horizon 2027 est confirmé.

Dans le **reste de l'Europe**, le Groupe a affiché une accélération significative de son activité dans l'ensemble de ses pays, fruit des investissements dans la compétitivité mis en place depuis 2023, et de marchés plus porteurs. En Espagne, le marché reste dynamique. Carrefour Espagne affiche une accélération de la croissance de chiffre d'affaires au deuxième trimestre (+2,9% LFL) et une nette amélioration de la rentabilité (ROC +9,4% vs. S1 2024). Le ROC de la région est resté globalement stable, essentiellement pénalisé par la Pologne où la concurrence reste forte.

En **Amérique latine**, le ROC progresse de +2,5% à changes constants. Au Brésil, le ROC est en hausse de +6,5% à change constant dans un marché incertain, marqué par des taux d'intérêt records qui pèsent sur le pouvoir d'achat. L'amélioration de la rentabilité est notamment tirée par les services financiers et Atacadão qui continue de gagner des parts de marché grâce à son leadership prix et au succès de ses initiatives commerciales. L'Argentine voit son résultat baisser, pénalisé par la forte pression sur le pouvoir d'achat qui pèse sur les volumes. Carrefour a fortement augmenté ses parts de marché en Argentine grâce à son leadership prix.

Carrefour demeure pleinement engagé pour renforcer continuellement son modèle économique, grâce à une forte discipline en matière d'économies de coûts et l'application d'une stratégie commerciale compétitive. Ainsi le Groupe a réalisé 610 M€ d'économies de coûts au cours du premier semestre ; l'objectif d'1,2 Md€ pour 2025 est confirmé.

Le cash-flow libre net du premier semestre ressort en baisse comme anticipé. Il s'établit à -2 091 M€, en repli de 386 M€, reflétant notamment la consolidation de Cora & Match en France pour environ -180 M€, une moindre activité de rotation d'actifs immobiliers (- 81 M€), et la baisse de la contribution du BFR sur des historiques élevés tirés par la forte inflation de 2024 notamment en Argentine.

Carrefour anticipe la poursuite des tendances commerciales observées au cours du second trimestre pour le reste de l'année. Dans ce contexte, **le Groupe confirme ses objectifs de légère progression du Résultat Opérationnel Courant avant Amortissements (EBITDA), du Résultat Opérationnel Courant (ROC) et du Cash-flow libre net en 2025.**

Succès des premières initiatives de la revue stratégique

Comme annoncé en février dernier, le Groupe a engagé une revue approfondie de son portefeuille d'activités.

Plusieurs initiatives ont été engagées. Parmi celles-ci, **l'acquisition de l'intégralité des actions de Carrefour Brésil**, marché stratégique pour le Groupe, a été finalisée début juin. Cette acquisition reflète la confiance du Groupe dans la trajectoire de croissance de sa filiale et sa conviction quant à son potentiel de création de valeur. Elle permet une meilleure flexibilité dans la gestion quotidienne et un focus accru du management sur la performance opérationnelle. Elle permet également de pouvoir refinancer la dette locale avec une forte amélioration du cash-flow libre net et du résultat net (cf. paragraphe Projet de refinancement de la dette de Carrefour Brésil page 10). **Carrefour a également cédé 7% de Carmila** pour environ 170 M€ qui sera alloué à la transformation du Groupe, tout en maintenant une position stratégique dans l'actionnariat de Carmila.

Le 7 juillet dernier, **Carrefour et Coopérative U ont annoncé la création d'une alliance européenne à l'achat, Concordis**. Cette nouvelle alliance aura pour objectif, en massifiant les volumes, d'accroître la compétitivité à l'achat de ses partenaires, au bénéfice ultime du consommateur. La nouvelle alliance aura un double périmètre, la négociation de prix d'achat et la vente de services internationaux. Elle interviendra auprès des multinationales des produits de grande consommation de marques nationales dans les pays européens dans lesquels Carrefour et Coopérative U opèrent. Elle sera effective dès les prochaines négociations 2026 et pour une durée initiale de six années. Cette alliance a pour vocation de s'étendre à d'autres distributeurs européens, avec lesquels Carrefour et Coopérative U sont déjà en discussions avancées.

Enfin, le Groupe a annoncé ce jour être entré en négociations exclusives avec NewPrinces Group en vue de **la cession de ses activités en Italie**. Après un redressement de 2020 à 2022, Carrefour Italie a enregistré un recul de son chiffre d'affaires en 2024, ainsi qu'un résultat opérationnel courant de -67 M€ et un cash-flow libre net

négatif de -180 M€, dans un contexte économique et concurrentiel particulièrement difficile.

Cette opération porte sur l'ensemble des activités de Carrefour en Italie. Elle permettra de recentrer Carrefour sur ses marchés clés en Europe et en Amérique latine. L'opération pourrait être clôturée avant la fin de l'exercice 2025, avec un impact sur la trésorerie du Groupe estimé à -240 M€.

Forte amélioration de la performance commerciale au T2 2025 dans des marchés mieux orientés

Le chiffre d'affaires TTC du Groupe au S1 2025 est en hausse de +3,7% en comparable (LFL). Il s'établit à 46 559 M€ pre-IAS 29, soit une hausse de +8,2% à changes constants.

Au T2 2025, le chiffre d'affaires du Groupe atteint 23 885 M€ pre-IAS 29, en hausse de +10,0% à changes constants. Cette évolution intègre un effet essence défavorable à hauteur de -0,9% et un effet calendaire de +1,0%. Les acquisitions et l'expansion représentent un effet positif de +5,5%, reflétant essentiellement l'intégration des hypermarchés Cora et des supermarchés Match en France. Après prise en compte d'un effet de change négatif de -4,8%, principalement lié à la dépréciation du réal brésilien et du peso argentin, la croissance totale du chiffre d'affaires à changes courants s'élève à +5,2%. L'impact de l'application de la norme IAS 29 est de -185 M€ sur le chiffre d'affaires total. Les ventes en comparable affichent une progression de +4,4% dans un contexte d'amélioration de la tendance des volumes au deuxième trimestre. Cette croissance est tirée par l'alimentaire, en hausse de +4,9% LFL au T2, et par le non-alimentaire, en hausse de +1,4% LFL.

| LFL | T1 2025 | T2 2025 | S1 2025 |
|-----------------|--------------|--------------|--------------|
| France | -1,7% | +2,1% | +0,2% |
| Europe | +0,3% | +2,2% | +1,3% |
| Amérique latine | +12,2% | +9,7% | +10,9% |
| Groupe | +2,9% | +4,4% | +3,7% |

France : Nette amélioration de la dynamique commerciale et poursuite de l'augmentation de la rentabilité à périmètre comparable

En France, le chiffre d'affaires en comparable progresse de +0,2% au S1 2025, avec une croissance de +2,1% au T2 2025 (+2,3% LFL sur l'alimentaire et -0,3% LFL sur le non-alimentaire). Tous les formats affichent une croissance positive au deuxième trimestre. Les investissements réalisés par le Groupe dans sa compétitivité depuis plusieurs trimestres portent leurs fruits avec des volumes positifs dans l'ensemble des formats. Ces investissements se sont poursuivis au premier semestre avec des vagues de baisse de prix sur des centaines de produits clés et la refonte du programme de fidélité "Le Club Carrefour".

| LFL | T1 2025 | T2 2025 | S1 2025 |
|--------------------------|--------------|--------------|--------------|
| Hypermarchés | -3,6% | +0,6% | -1,5% |
| Supermarchés | -1,3% | +0,7% | -0,3% |
| Proximité/autres formats | +1,9% | +7,6% | +4,9% |
| <i>dont Proximité</i> | +2,3% | +8,8% | +5,7% |
| France | -1,7% | +2,1% | +0,2% |

Le Résultat Opérationnel Courant en France ressort à 264 M€ au S1 2025 (vs. 286 M€ au S1 2024). Le repli est entièrement lié à l'impact négatif de Cora & Match à hauteur de -80 M€. Hors Cora & Match, le ROC progresse de +20,0% (+57 M€), avec une marge opérationnelle en hausse de +34 pbs à 1,9%. Cette évolution traduit à la fois la bonne performance commerciale, la constante discipline en matière de coûts et la progression dans l'exécution des différentes initiatives du plan Carrefour 2026.

Europe : Amélioration de l'activité dans l'ensemble des pays et bonne performance de l'Espagne

Le chiffre d'affaires en Europe (hors France) est en hausse de +1,3% en comparable au S1 2025, avec une amélioration significative au T2 (+2,2% LFL après +0,3% au T1), reflétant les bons résultats de la politique commerciale et des investissements prix poursuivis au cours du trimestre. Au deuxième trimestre :

- En **Espagne** (+2,9% LFL), dans un marché porteur avec des volumes positifs, la bonne dynamique de l'activité se renforce, portée par une nouvelle amélioration du positionnement prix. Le Groupe poursuit son expansion avec 68 ouvertures de nouveaux magasins de proximité sur le semestre. Le lancement de la nouvelle carte de crédit ClubPass est un succès avec une augmentation de +50% de cartes produites sur mai-juin comparé à la même période l'année dernière
- En **Italie** (+1,6% LFL), le chiffre d'affaires progresse dans un environnement de marché plus porteur, qui reste marqué par une pression concurrentielle élevée. Le Groupe a stabilisé sa part de marché en volume au T2
- En **Belgique** (+1,9% LFL), le Groupe affiche une bonne performance commerciale avec une amélioration de l'activité dans l'ensemble des formats et une reprise des volumes tirée par le succès des initiatives commerciales
- En **Roumanie** (+2,7% LFL), Carrefour maintient une trajectoire positive et poursuit ses investissements dans la compétitivité. L'amélioration de la satisfaction clients est tirée par l'image prix
- En **Pologne** (-0,3% LFL), le chiffre d'affaires affiche une amélioration séquentielle dans un marché qui reste compétitif sur le S1. L'alimentaire ressort en positif sur le trimestre à +0,8% LFL

| LFL | T1 2025 | T2 2025 | S1 2025 |
|---------------------------|--------------|--------------|--------------|
| Espagne | +1,4% | +2,9% | +2,2% |
| Italie | -1,7% | +1,6% | -0,1% |
| Belgique | -1,1% | +1,9% | +0,4% |
| Roumanie | +2,7% | +2,7% | +2,7% |
| Pologne | -1,9% | -0,3% | -1,1% |
| Europe hors France | +0,3% | +2,2% | +1,3% |

Le Résultat Opérationnel Courant de l'Europe est globalement stable, à 80 M€ au S1 2025 contre 84 M€ au S1 2024. L'Espagne affiche une solide progression de son ROC de +9,4%, tirée par une bonne performance commerciale et par la reprise de l'activité des services financiers. La Pologne est pénalisée par l'intensification des investissements dans la compétitivité dans un environnement concurrentiel toujours tendu.

Amérique latine : Poursuite de la bonne dynamique au Brésil et renforcement du leadership en Argentine

Au S1 2025, le chiffre d'affaires de l'Amérique latine progresse de +10,9% LFL. Il est en croissance de +9,7% LFL au T2 2025 :

- Au **Brésil**, le chiffre d'affaires affiche une croissance de +4,4% en comparable au T2 2025 dans un marché marqué par une certaine prudence des consommateurs liée au niveau toujours élevé de l'inflation et à des taux d'intérêt au plus haut depuis 20 ans. Cette incertitude pèse sur les volumes. La croissance à change constant atteint +6,0% au T2. L'effet de change est défavorable sur le trimestre à hauteur de -13,7%.
 - Le chiffre d'affaires d'**Atacadão** connaît une solide progression de +5,4% LFL au T2, repassant sur un historique élevé au T2 2024 (+7,4% LFL après seulement +1,8% de LFL au T1 2024) lié aux inondations ayant eu lieu au deuxième trimestre 2024 dans l'État du Rio Grande do Sul et qui avaient entraîné des phénomènes de stockage. Cette évolution reflète la bonne performance à la fois sur le segment B2B et le segment B2C et les bons résultats des initiatives commerciales, notamment des comptoirs de services présents désormais dans 176 magasins

- o Carrefour Retail affiche un chiffre d'affaires en hausse de +1,6% LFL au T2. Les ventes en alimentaire sont particulièrement dynamiques, avec une croissance de +7,6% LFL, traduisant le succès de la stratégie commerciale développée pour les clients B2B et compensant la performance des ventes non alimentaires (-7,8% LFL). L'amélioration continue de la satisfaction clients dans ce segment est tirée par l'image prix
- o Les ventes de Sam's Club progressent de +0,1% LFL au T2, et de +10,3% à change constant. Le nombre de membres actifs continue de croître (+1,4% à fin juin 2025 vs fin juin 2024)
- o La GMV e-commerce continue d'afficher une forte croissance, à +36% au T2
- o L'activité de services financiers confirme sa bonne performance au T2, avec une croissance de +18% du portefeuille de crédit et de +12% des facturations
- En **Argentine**, la croissance du chiffre d'affaires atteint +38,8% en comparable au T2 2025. L'inflation a continué à ralentir tout au long du trimestre alors que les volumes sont restés sous pression. Dans ce contexte, Carrefour a enregistré de forts gains de parts de marché, à la fois en valeur et en volume, capitalisant sur son leadership prix

| LFL | T1 2025 | T2 2025 | S1 2025 |
|------------------------|---------------|--------------|---------------|
| Brésil | +5,4% | +4,4% | +4,9% |
| Atacadão | +6,9% | +5,4% | +6,1% |
| Carrefour Retail | +2,6% | +1,6% | +2,2% |
| Sam's Club | -3,8% | +0,1% | -1,9% |
| Argentine | +51,5% | +38,8% | +44,7% |
| Amérique Latine | +12,2% | +9,7% | +10,9% |

Le Résultat Opérationnel Courant de l'Amérique latine s'élève à 366 M€ au S1 2025 contre 417 M€ au S1 2024, pénalisé par des effets de change négatifs.

- Au **Brésil**, le Résultat Opérationnel Courant est en repli de -7,1%, à 340 M€ contre 366 M€ au S1 2024. À change constant, le ROC progresse de +6,5%, tiré par la solide performance d'Atacadão et une bonne maîtrise des coûts. L'activité de services financiers affiche également une bonne progression du ROC à change constant
- En **Argentine**, le Résultat Opérationnel Courant ressort à 26 M€ contre 51 M€ au S1 2024

COMPTE DE RÉSULTAT DU PREMIER SEMESTRE 2025

Le **chiffre d'affaires TTC du Groupe au S1 2025 progresse de +3,7% en comparable**. Il s'établit à 46 559 M€ pre-IAS 29, soit une hausse de +8,2% à taux de change constants. Cette progression intègre l'effet des acquisitions et de l'expansion de +5,6%, l'effet calendaire de -0,6% et l'effet essence à hauteur de -0,5%. Après prise en compte d'un effet de change négatif de -4,4%, essentiellement lié à la dépréciation du real brésilien et du peso argentin, la variation totale du chiffre d'affaires s'élève à +3,8%.

Le **chiffre d'affaires HT** s'élève à 41 755 M€.

La **marge commerciale** s'établit à 19,6% du chiffre d'affaires HT contre 19,4% au S1 2024. Cette hausse de +18 pbs reflète la consolidation de Cora & Match (-12 pbs hors Cora & Match).

Les **coûts de distribution** représentent 15,3% du chiffre d'affaires HT contre 15,1% au S1 2024. Hors Cora & Match, les coûts de distribution représentent 14,8% du chiffre d'affaires, soit une amélioration de 30 pbs, malgré la hausse de certains coûts, notamment salariaux, contrebalancés par les bons résultats des plans d'économies.

Le **Résultat Opérationnel Courant (ROC)** du Groupe s'élève à 681 M€ contre 743 M€ au S1 2024, en repli de -62 M€ (-8,4% ; -0,1% à changes constants) dont -62 M€ d'effet de change et -80 M€ lié à Cora & Match. Le Groupe a mis en œuvre son plan d'économies de coûts avec succès, avec 610 M€ d'économies réalisées au S1 2025. La marge opérationnelle ressort à 1,6%, contre 1,8% au S1 2024. Hors Cora & Match, la marge est en hausse de +10 pbs à 1,9%.

Le **résultat non courant** est en baisse à -529 M€, contre -126 M€ au S1 2024, essentiellement lié à la dépréciation de Carrefour Italie (-460 M€).

Le **résultat net, part du Groupe** s'établit à -401 M€ contre 25 M€ au S1 2024. Il comprend les éléments suivants :

- Des **charges financières nettes** en baisse, à -308 M€ (vs -430 M€ au S1 2024). Le coût de l'endettement financier net est en légère augmentation (-210 M€ vs -198 M€ au S1 2024) ainsi que les intérêts nets relatifs aux contrats de location (-119 M€ vs -111 M€ au S1 2024). En revanche, les "autres produits et charges financiers" évoluent favorablement (+21 M€ vs -121 M€ au S1 2024) : en 2024, l'impact de la remontée de dividendes de l'Argentine en Europe à un taux de change de marché inférieur au taux officiel et un impact négatif de l'application de la norme IAS 29 avaient pesé sur les charges financières du Groupe
- Une **charge d'impôt** de -189 M€ contre -164 M€ au S1 2024. Le taux d'imposition normatif est en augmentation à 31,6%¹ contre 27,6%¹ au S1 2024, lié au mix géographique.

Le **résultat net ajusté, part du Groupe**, s'élève à 210 M€ (275 M€ hors Cora & Match) contre 313 M€ au S1 2024.

Le **résultat net ajusté, part du Groupe, par action** s'établit à 0,32€ (0,42€ hors Cora & Match) contre 0,46€ au S1 2024.

¹ Hors résultat non courant et taxes non assises sur le résultat avant impôt

FLUX DE TRÉSORERIE ET ENDETTEMENT

Le **cash-flow libre net**² s'établit à -2 091 M€ au S1 2025 vs. -1 704 M€ au S1 2024. Ce recul intègre les éléments suivants :

- Une progression de 21 M€ de l'**EBITDA** à 1 936 M€
- Une hausse de 8 M€ des décaissements liés à l'**impôt**
- Une amélioration de 142 M€ des **charges financières (hors coût de l'endettement)**, 2024 ayant été marqué par l'impact négatif de l'hyperinflation en Argentine (application de la norme IAS 29) et un effet de change défavorable sur le versement des dividendes argentins
- Une **variation du besoin en fonds de roulement** qui, comme attendu, est en baisse de 489 M€, liée à la consolidation de Cora & Match en France (-80 M€), à des historiques élevés liés à la forte inflation en Argentine au S1 2024 (-170 M€), et au Brésil (-130 M€)
- Une baisse de 85 M€ des **investissements** (Capex), à 575 M€ au S1 2025 (contre 659 M€ au S1 2024)
- Une baisse de 55 M€ des **cessions d'actifs** à 184 M€

Au cours du premier semestre, Carrefour a réalisé des investissements dans l'immobilier pour un montant de 106 M€ (contre 96 M€ au S1 2024) ; dans le même temps, le Groupe a cédé pour 138 M€ d'actifs immobiliers (contre 208 M€ au S1 2024). Retraité de ces éléments, le **cash-flow libre net hors immobilier** ressort à -2 122 M€ contre -1 816 M€ au S1 2024.

La **dette financière nette** s'établit à 6 989 M€ au 30 juin 2025, contre 5 418 M€ au 30 juin 2024. Cette hausse reflète les éléments suivants :

- Les acquisitions et cessions pour un total net de -1 177 M€, incluant notamment le rachat de Cora & Match au 1^{er} juillet 2024 (1,1 Md€) et le rachat des minoritaires au Brésil
- Le versement des dividendes pour 826 M€, incluant 812 M€ de dividendes aux actionnaires du Groupe, ainsi que les dividendes versés aux minoritaires
- Des rachats d'actions totalisant 258 M€ sur les 12 derniers mois

BILAN SOLIDE

Carrefour bénéficie d'un bilan solide et le Groupe était noté BBB perspective stable par Standard & Poor's au 30 juin 2025.

En janvier, avril et juin 2025, le Groupe a placé trois émissions obligataires en *Sustainability-Linked Bond* (« SLB ») très largement sursouscrites :

- En janvier 2025, pour un montant total de 500 M€ et de maturité juin 2030. Assortie d'un coupon de 3,25% par an, cette émission est indexée sur deux objectifs liés aux émissions de gaz à effet de serre, l'un sur les Scopes 1 & 2, l'autre sur le Scope 3
- En avril 2025, pour un montant total de 500 M€ et de maturité mai 2029. Assortie d'un coupon de 2,875% par an, cette émission est indexée sur deux objectifs liés aux émissions de gaz à effet de serre, l'un sur les Scopes 1 & 2, l'autre sur le Scope 3. L'opération d'émission a été couplée à une offre de rachat de 200 M€ sur sa souche d'obligations existantes de 1 Md€ et de maturité décembre 2027. La totalité des obligations rachetées a été annulée
- En juin 2025, pour un montant total de 650 M€, de maturité mai 2033 et assortie d'un coupon de 3,75% par an. Cette émission est indexée sur des objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre, sur les Scope 1 et 2, et du nombre de fournisseurs du Groupe engagés dans une stratégie pour le climat

Les montants levés contribuent au financement des besoins généraux du Groupe ainsi qu'au refinancement des obligations arrivant à maturité.

² Le **cash-flow libre net** correspond au **cash-flow libre** après coûts de l'endettement financier net et paiements locatifs nets. Il s'entend après décaissement des charges exceptionnelles

Le portefeuille d'obligations au 30 juin 2025 s'élève à 8,8 Mds€, dont 7,8 Mds€ d'Eurobonds avec une maturité moyenne de 4,2 années, et l'équivalent de 1,0 Md€ au Brésil (CRA - Certificado de Recebíveis do Agronegócio et Debentures).

TAUX D'ATTEINTE DE 107% DE L'INDICE RSE ET TRANSITION ALIMENTAIRE

Au S1 2025, Carrefour a dépassé ses objectifs en matière de RSE, avec un taux d'atteinte de 107% de l'Indice RSE et Transition alimentaire. Cet indice, qui évalue la performance de mise en œuvre des engagements RSE de Carrefour, a été modifié avec l'ajout de deux nouveaux objectifs : un objectif de déploiement de la politique climat en magasins et un objectif d'engagement des fournisseurs *via* la signature d'accords RSE (*Sustainable Linked Business Plan*³ - "SLBP"). Parallèlement, 3 indicateurs ont été sortis de l'indice RSE et Transition alimentaire (voir annexe page 23).

Au premier semestre, **Carrefour a réalisé des progrès significatifs en matière de climat** (57% de réduction des émissions directes contre une cible à 30%), **d'engagement fournisseurs** (143% de taux d'atteinte de l'indicateur sur les SLBP) et de mise en œuvre **des indicateurs clés de Carrefour 2026** (tous supérieurs à 100%), notamment sur **le Handicap**, grande cause de Carrefour 2026.

Plus précisément :

- **Climat :**
 - **Scopes 1 et 2 (155%)** : Réduction de -57% des émissions de gaz à effet de serre des magasins intégrés au S1 2025 par rapport au S1 2019 (vs. -49% au S1 2024), en très nette avance sur la cible de réduction de 30% d'ici 2025 (vs 2019)
 - **Score climat en magasins (140%)** : Carrefour lance au S1 2025 le "Score climat" qui mesure le déploiement de 10 actions clés, simples, mesurables et objectivables, que tout magasin Carrefour doit mettre en œuvre au quotidien conformément à la stratégie climat. En France au S1 2025, les magasins intégrés obtiennent une note moyenne de 8,4/10
 - **Alternatives végétales (106%)** : 338 M€ de ventes d'alternatives végétales au S1 2025 (vs 296 M€ au S1 2024), en ligne avec l'objectif d'atteindre 650 M€ de chiffre d'affaires en 2026
- **Engagement des fournisseurs :**
 - **Producteurs partenaires (112%)** : Carrefour atteint avec un an d'avance son objectif de 50 000 producteurs partenaires d'ici 2026 (52 507 producteurs partenaires dans le monde vs. 48 105 à fin juin 2024)
 - **SLBP (143%)** : signature de 10 premiers accords extra financiers avec des fournisseurs, accords complémentaires aux contrats commerciaux et orientés vers les priorités du Groupe : décarbonation, déplastification, biodiversité, bien-être animal notamment
 - **Pacte transition alimentaire (166%)** : Carrefour atteint avec cinq ans d'avance son objectif de 500 fournisseurs au sein du pacte transition alimentaire d'ici 2030 avec 506 fournisseurs partenaires à fin juin 2025 (vs 329 à fin juin 2024)
- **Indicateurs clés de Carrefour 2026 :**
 - **Produits certifiés durables (103%)** : 3,7 Mds€ de chiffre d'affaires issu des produits certifiés durables (bio, pêche durable, forêts durables et autres certifications) au S1 2025 (vs 2,8 Mds€ au S1 2024), en ligne avec l'objectif de 8 Mds€ en 2026
 - **Nutrition et santé (105%)** : retrait de 1 515 tonnes de sucre à fin S1 2025 (vs 368 à fin S1 2024) et de 268 tonnes de sel à fin S1 2025 (vs 120 à fin S1 2024)

³ Accords extra financiers complémentaires aux contrats commerciaux, orientés vers les priorités du Groupe : décarbonation, déplastification, biodiversité, bien-être animal notamment

- o **Gaspillage alimentaire (106%)** : Carrefour atteint son objectif de 50% de réduction du gaspillage alimentaire d'ici 2025 (vs 2016) avec un taux de 53% au S1 2025 (10 points d'amélioration par rapport au S1 2024)
- o **Handicap (128%)** : +1 457 collaborateurs en situation de handicap à fin juin 2025 (14 507 vs. 13 050 à fin juin 2024). Le Groupe est en avance sur son objectif de 15 000 collaborateurs à fin 2026

Au premier semestre, Carrefour a par ailleurs continué à lancer des initiatives structurantes en termes de RSE, notamment concernant le climat, l'engagement des fournisseurs et la santé.

Climat :

- Engagé dans une démarche ambitieuse de réduction de ses émissions de Gaz à Effet de Serre (GES), Carrefour a souhaité faire évaluer son plan de transition climatique par l'ADEME via la méthodologie ACT Evaluation. Les résultats confirment que l'objectif de 32% de réduction de ses émissions de GES à horizon 2030 est **aligné avec une trajectoire 1,5°C sur le Scope 3**
- En juin 2025, Suez et Carrefour ont annoncé la signature d'un nouveau contrat d'achat direct d'électricité (Power Purchase Agreement), produite à partir de la valorisation énergétique de déchets. D'une durée de 15 ans, ce PPA, qui est le 8ème signé en France, représente près de 700 GWh d'électricité renouvelable

Fournisseurs :

- En mai 2025, Carrefour a signé un *Sustainable Linked Business Plan* (SLBP), accord RSE conjoint, avec Coca-Cola, qui vise à développer la consigne et la réutilisation des emballages. Cet accord extra-financier s'inscrit dans la complémentarité des contrats commerciaux existants, et soutient les efforts en matière de développement durable de Carrefour et des embouteilleurs de The Coca-Cola company
- Carrefour et L'Oréal ont également conclu un accord RSE conjoint visant à vendre 20% de shampoings et gels douche L'Oréal sous forme de recharges dans les rayons Carrefour en France d'ici à 2030. Au total, 10 SLBP ont été signés à date avec Coca-Cola, L'Oréal, Nestlé, Pepsico, Bel, Nutrition & Santé, Ecotone/Bjorg, Cooperl, Sodiaal, Love & Green

Santé :

- Carrefour a pris un engagement ambitieux d'atteindre 1 Md€ de CA d'ici à 2030 sur les produits "sans" (sans lactose, sans gluten, sans nitrites, sans alcool), qui s'inscrit dans le cadre de ses engagements santé, à l'instar du Nutriscore, disponible depuis mars 2025 sur l'ensemble des produits vendus sur son site e-commerce (à l'exception des industriels qui auraient expressément refusé que Carrefour calcule le Nutri-Score à leur place)

PROJET DE REFINANCEMENT DE LA DETTE DE CARREFOUR BRÉSIL

Suite au rachat des minoritaires de Carrefour Brésil, **le Groupe va engager prochainement un refinancement de sa dette au Brésil** qui s'élève à environ 9,7 milliards de BRL (soit environ 1,5 Md€). Elle sera refinancée par de la dette en euros ayant des taux d'intérêt plus faibles. Le Groupe anticipe que la plupart de cette dette devrait être refinancée à fin 2025. Cette opération devrait générer **un effet positif de l'ordre de 100 M€ sur le Cash-Flow libre net et le résultat net du Groupe** en année pleine dès 2026, avec des premières économies attendues dès 2025.

AGENDA

- Chiffre d'affaires du troisième trimestre 2025 : 22 octobre 2025

Le Conseil d'administration de Carrefour s'est réuni le 24 juillet 2025 sous la présidence de M. Alexandre Bompard et a arrêté les comptes consolidés semestriels résumés pour le premier semestre 2025. Ces comptes ont fait l'objet d'un examen limité de la part des commissaires aux comptes avec une conclusion sans réserve.

CONTACTS

Relations investisseurs

Sébastien Valentin, Andrei Dragolici et Mathilde Novick

Tél : +33 (0)1 64 50 79 81

Relations actionnaires

Tél : 0 805 902 902 (n° vert en France)

Communication Groupe

Tél : +33 (0)1 58 47 88 80

ANNEXES

Ventes TTC du 2^{ème} trimestre 2025

| | Ventes TTC (M€) | Variation hors essence hors calendaire | | Variation totale avec essence | |
|-------------------------------------|-----------------------|---|-----------------|----------------------------------|------------------------|
| | | en comparable | en organique | à changes courants | à changes constants |
| France | 11 542 | +2,1% | +2,0% | +14,1% | +14,1% |
| Hypermarchés | 5 641 | +0,6% | -0,4% | +20,0% | +20,0% |
| Supermarchés | 3 784 | +0,7% | +1,0% | +9,5% | +9,5% |
| Proximité /autres formats | 2 117 | +7,6% | +9,2% | +8,4% | +8,4% |
| Autres pays d'Europe | 6 376 | +2,2% | +1,5% | +2,1% | +2,2% |
| Espagne | 2 872 | +2,9% | +3,8% | +3,5% | +3,5% |
| Italie | 1 029 | +1,6% | -1,1% | +0,7% | +0,7% |
| Belgique | 1 110 | +1,9% | -1,3% | -0,1% | -0,1% |
| Roumanie | 772 | +2,7% | +2,6% | +1,5% | +2,6% |
| Pologne | 592 | -0,3% | -1,1% | +3,5% | +2,6% |
| Amérique latine (pre-IAS 29) | 5 967 | +9,7% | +10,0% | -6,1% | +11,2% |
| Brésil | 5 015 | +4,4% | +4,5% | -7,7% | +6,0% |
| Argentine (pre-IAS 29) | 952 | +38,8% | +40,9% | +3,6% | +41,5% |
| Total Groupe (pre-IAS 29) | 23 885 | +4,4% | +4,3% | +5,2% | +10,0% |
| IAS 29 ⁽¹⁾ | -185 | | | | |
| Total Groupe (post-IAS 29) | 23 700 | | | | |

Note : (1) hyperinflation et changes

Effets techniques – 2^{ème} trimestre 2025

| | Calendaire | Essence | Change |
|-----------------------------|--------------|--------------|---------------|
| France | +0,7% | -2,4% | - |
| Hypermarchés | +1,4% | -2,1% | - |
| Supermarchés | +0,5% | -4,3% | - |
| Proximité /autres formats | -0,7% | -0,1% | - |
| Autres pays d'Europe | +1,2% | -0,5% | -0,0% |
| Espagne | +0,7% | -1,0% | - |
| Italie | +2,5% | -0,7% | - |
| Belgique | +1,1% | - | - |
| Roumanie | +0,0% | - | -1,1% |
| Pologne | +3,4% | +0,3% | +0,9% |
| Amérique latine | +1,1% | +0,1% | -17,3% |
| Brésil | +1,1% | +0,3% | -13,7% |
| Argentine | +0,6% | - | -37,9% |
| Total Groupe | +1,0% | -0,9% | -4,8% |

Ventes TTC du 1^{er} semestre 2025

| | Ventes TTC (M€) | Variation hors essence hors calendaire | | Variation totale avec essence | |
|-------------------------------------|-----------------------|---|-----------------|----------------------------------|------------------------|
| | | en comparable | en organique | à changes courants | à changes constants |
| France | 22 468 | +0,2% | +0,0% | +11,7% | +11,7% |
| Hypermarchés | 11 120 | -1,5% | -2,4% | +16,9% | +16,9% |
| Supermarchés | 7 393 | -0,3% | -0,3% | +8,0% | +8,0% |
| Proximité /autres formats | 3 955 | +4,9% | +6,6% | +5,3% | +5,3% |
| Autres pays d'Europe | 12 408 | +1,3% | +0,8% | +0,1% | -0,0% |
| Espagne | 5 586 | +2,2% | +3,0% | +1,7% | +1,7% |
| Italie | 1 980 | -0,1% | -2,9% | -3,7% | -3,7% |
| Belgique | 2 169 | +0,4% | -1,5% | -2,0% | -2,0% |
| Roumanie | 1 517 | +2,7% | +3,1% | +2,1% | +2,7% |
| Pologne | 1 155 | -1,1% | -1,8% | +0,6% | -1,3% |
| Amérique latine (pre-IAS 29) | 11 683 | +10,9% | +11,4% | -5,4% | +10,8% |
| Brésil | 9 693 | +4,9% | +5,2% | -8,6% | +4,8% |
| Argentine (pre-IAS 29) | 1 990 | +44,7% | +47,4% | +13,7% | +46,8% |
| Total Groupe (pre-IAS 29) | 46 559 | +3,7% | +3,6% | +3,8% | +8,2% |
| IAS 29 ⁽¹⁾ | -206 | | | | |
| Total Groupe (post-IAS 29) | 46 353 | | | | |

Note : (1) hyperinflation et changes

Effets techniques – 1^{er} semestre 2025

| | Calendaire | Essence | Change |
|-----------------------------|--------------|--------------|---------------|
| France | -0,7% | -1,4% | - |
| Hypermarchés | -0,6% | -0,6% | - |
| Supermarchés | -0,6% | -3,2% | - |
| Proximité /autres formats | -0,9% | -0,3% | - |
| Autres pays d'Europe | -0,5% | -0,3% | +0,1% |
| Espagne | -0,5% | -0,8% | - |
| Italie | -0,5% | -0,4% | - |
| Belgique | -0,5% | - | - |
| Roumanie | -0,4% | - | -0,6% |
| Pologne | -0,4% | +0,9% | +1,9% |
| Amérique latine | -0,7% | +0,1% | -16,3% |
| Brésil | -0,7% | +0,3% | -13,4% |
| Argentine | -0,6% | - | -33,1% |
| Total Groupe | -0,6% | -0,5% | -4,4% |

Répartition géographique des ventes HT et du résultat opérationnel courant S1 2025

| (en M€) | Ventes HT | | | | Résultat opérationnel courant | | | |
|----------------------|---------------|---------------|-----------------------------------|----------------------------------|-------------------------------|------------|-----------------------------------|----------------------------------|
| | S1 2024 | S1 2025 | Variation changes constants | Variation changes courants | S1 2024 | S1 2025 | Variation changes constants | Variation changes courants |
| France | 18 146 | 20 270 | +11,7% | +11,7% | 286 | 264 | -8,0% | -8,0% |
| Europe (hors France) | 11 289 | 11 269 | -0,3% | -0,2% | 84 | 80 | -3,8% | -4,6% |
| Amérique latine | 11 183 | 10 217 | +8,6% | -8,6% | 417 | 366 | +2,5% | -12,2% |
| Fonctions globales | - | - | - | - | -44 | -28 | -34,7% | -35,3% |
| TOTAL | 40 619 | 41 755 | +7,5% | +2,8% | 743 | 681 | -0,1% | -8,4% |

Compte de résultat consolidé S1 2025 vs S1 2024

| (en M€) | S1 2024 | S1 2025 | Variation à changes constants | Variation à changes courants |
|---|---------------|---------------|-------------------------------------|------------------------------------|
| Chiffre d'affaires hors taxes | 40 619 | 41 755 | +7,5% | +2,8% |
| Chiffre d'affaires hors taxes, net de la fidélisation | 40 159 | 41 306 | +7,6% | +2,9% |
| Autres revenus | 1 343 | 1 468 | +17,6% | +9,2% |
| Revenus totaux | 41 502 | 42 773 | +8,0% | +3,1% |
| Prix de revient des ventes | (33 604) | (34 579) | +7,7% | +2,9% |
| Marge commerciale | 7 898 | 8 195 | +9,2% | +3,8% |
| <i>En % du CA</i> | <i>19,4%</i> | <i>19,6%</i> | <i>+31 pbs</i> | <i>+18 pbs</i> |
| Frais généraux | (6 122) | (6 405) | +10,1% | +4,6% |
| <i>En % du CA</i> | <i>15,1%</i> | <i>15,3%</i> | <i>+36 pbs</i> | <i>+27 pbs</i> |
| Résultat opérationnel courant avant amortissement (EBITDA) ⁽¹⁾ | 1 916 | 1 936 | +6,3% | +1,1% |
| <i>Marge d'EBITDA</i> | <i>4,7%</i> | <i>4,6%</i> | <i>(5 pbs)</i> | <i>(8 pbs)</i> |
| Amortissements | (1 032) | (1 108) | +10,8% | +7,4% |
| Résultat opérationnel courant (ROC) | 743 | 681 | (0,1%) | (8,4%) |
| <i>Marge opérationnelle courante</i> | <i>1,8%</i> | <i>1,6%</i> | <i>(13 pbs)</i> | <i>(20 pbs)</i> |
| Quote-part des mises en équivalence | 14 | 14 | | |
| Résultat opérationnel courant après quote-part des mises en équivalence | 757 | 695 | | |
| Produits et charges non courants | (126) | (529) | | |
| Résultat opérationnel | 632 | 166 | | |
| Résultat financier | (430) | (308) | | |
| Coût de l'endettement financier net | (198) | (210) | | |
| Intérêts nets relatifs aux contrats de location | (111) | (119) | | |
| Autres produits et charges financiers | (121) | 21 | | |
| Résultat avant impôts | 201 | (142) | | |
| Impôts sur les résultats | (164) | (189) | | |
| Résultat net des activités poursuivies | 37 | (331) | | |
| Résultat net des activités abandonnées | (1) | (30) | | |
| Résultat net total | 36 | (361) | | |
| Dont Résultat net, Part du Groupe | 25 | (401) | | |
| dont activités poursuivies | 26 | (371) | | |
| dont activités abandonnées | (1) | (30) | | |
| Dont Résultat net, Part des minoritaires | 11 | 40 | | |
| dont activités poursuivies | 11 | 40 | | |
| dont activités abandonnées | - | - | | |
| Résultat net part du Groupe, ajusté des éléments exceptionnels | 313 | 210 | | |
| Amortissements logistiques (en prix de revient des ventes) | (140) | (147) | | |
| Résultat net part du Groupe, ajusté des éléments exceptionnels, par action | 0,46 | 0,32 | | |
| Nombre d'actions moyen pondéré avant dilution (en millions) | 686 | 659 | | |

Note : (1) Le résultat opérationnel courant avant amortissements (EBITDA) exclut également les amortissements logistiques comptabilisés en prix de revient des ventes

Bilan consolidé

| (en M€) | 30 juin 2024 | 30 juin 2025 |
|---|---------------|---------------|
| ACTIF | | |
| Immobilisations incorporelles | 10 264 | 10 324 |
| Immobilisations corporelles | 12 018 | 12 383 |
| Immobilisations financières | 2 379 | 2 139 |
| Impôts différés actifs | 348 | 575 |
| Immeubles de placement | 254 | 215 |
| Droits d'utilisation de l'actif | 4 329 | 4 445 |
| Encours des sociétés financières – Part à plus d'un an | 1 847 | 1 775 |
| Autres actifs non courants | 651 | 600 |
| Actifs non courants | 32 090 | 32 456 |
| Stocks | 6 705 | 6 972 |
| Créances commerciales | 3 806 | 3 458 |
| Encours des sociétés financières – Part à moins d'un an | 4 372 | 4 539 |
| Créances fiscales | 812 | 1 145 |
| Autres actifs courants | 1 315 | 1 189 |
| Autres actifs financiers courants | 494 | 409 |
| Trésorerie et équivalents de trésorerie | 4 734 | 5 021 |
| Actifs courants | 22 237 | 22 732 |
| Actifs détenus en vue de leur vente | 74 | 67 |
| TOTAL | 54 402 | 55 255 |
| PASSIF | | |
| Capitaux propres, part du Groupe | 10 427 | 10 308 |
| Intérêts minoritaires dans les sociétés consolidées | 1 730 | 662 |
| Capitaux propres | 12 158 | 10 970 |
| Impôts différés passifs | 276 | 376 |
| Provisions pour risques et charges | 3 680 | 3 497 |
| Dettes financières – Part à plus d'un an | 6 609 | 8 326 |
| Engagements locatifs – Part à plus d'un an | 3 801 | 3 923 |
| Refinancement des encours clients – Part à plus d'un an | 1 690 | 2 843 |
| Dettes fiscales – Part à plus d'un an | 55 | 45 |
| Passifs non courants | 16 111 | 19 009 |
| Dettes financières – Part à moins d'un an | 3 986 | 4 042 |
| Engagements locatifs – Part à moins d'un an | 1 028 | 1 084 |
| Fournisseurs et autres créditeurs | 13 313 | 13 395 |
| Refinancement des encours clients – Part à moins d'un an | 3 803 | 2 549 |
| Dettes fiscales – Part à moins d'un an | 1 195 | 1 615 |
| Autres passifs courants | 2 808 | 2 586 |
| Passifs courants | 26 134 | 25 272 |
| Passifs liés aux actifs détenus en vue de leur vente | - | 4 |
| TOTAL | 54 402 | 55 255 |

Tableau des flux de trésorerie consolidés

| (en M€) | S1 2024 | S1 2025 | Variation |
|--|----------------|----------------|----------------|
| DETTE NETTE D'OUVERTURE | (2 560) | (3 780) | (1 220) |
| EBITDA | 1 916 | 1 936 | 21 |
| Impôts payés | (209) | (217) | (8) |
| Résultat financier (hors coût de l'endettement financier net et intérêts nets relatifs aux contrats de location) | (121) | 21 | 142 |
| Décassement des coûts de restructuration et autres | (82) | (57) | 25 |
| Autofinancement (activités poursuivies) | 1 504 | 1 684 | 180 |
| Variation du besoin en fonds de roulement (dont variation des encours sur crédits à la consommation) | (1 795) | (2 283) | (489) |
| Activités abandonnées | (0) | (0) | 0 |
| Variation de la trésorerie issue des opérations d'exploitation | (291) | (600) | (309) |
| Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles | (659) | (575) | 85 |
| Cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles (liées à l'activité) | 239 | 184 | (55) |
| Variation des créances et dettes sur acquisitions et cessions d'immobilisations | (189) | (233) | (44) |
| Activités abandonnées | - | - | - |
| Cash-flow libre | (900) | (1 224) | (324) |
| Cash-flow libre retraité des éléments exceptionnels et des activités abandonnées | (776) | (1 111) | (335) |
| Paiements locatifs (dont intérêts) nets des paiements reçus de la sous-location financière | (606) | (655) | (49) |
| Coût de l'endettement financier net | (198) | (210) | (12) |
| Activités abandonnées | - | - | - |
| Cash-flow libre net | (1 704) | (2 091) | (386) |
| Cash-flow libre net retraité des éléments exceptionnels et des activités abandonnées | (1 580) | (1 978) | (397) |
| <i>Eléments exceptionnels et activités abandonnées⁽¹⁾</i> | <i>(124)</i> | <i>(113)</i> | <i>11</i> |
| Investissements financiers | (158) | (189) | (31) |
| Cessions de titres | 7 | 180 | 173 |
| Augmentation / (Diminution) de capital de Carrefour SA et rachat d'actions propres | (448) | (61) | 387 |
| Dividendes versés | (617) | (817) | (200) |
| Autres ⁽²⁾ | 63 | (232) | (295) |
| Activités abandonnées | - | - | - |
| DETTE NETTE DE CLÔTURE | (5 418) | (6 989) | (1 571) |

Notes : (1) Restructurations ; (2) Dont augmentation de capital en numéraire souscrite par des participations ne donnant pas le contrôle

Variation des capitaux propres

| (en M€) | Total capitaux propres | Capitaux propres, part du Groupe | Intérêts minoritaires |
|---|---------------------------|-------------------------------------|--------------------------|
| Situation au 31 décembre 2024 | 12 484 | 10 820 | 1 665 |
| Résultat net total S1 2025 | (361) | (401) | 40 |
| Autres éléments du résultat global, après impôt | (138) | (138) | (0) |
| Dividendes | (814) | (812) | (2) |
| Effet de variations de périmètre et autres ⁽¹⁾ | (201) | 840 | (1 040) |
| Situation au 30 juin 2025 | 10 970 | 10 308 | 662 |

Note : (1) Principalement l'acquisition de l'intégralité des actions en circulation de Carrefour Brésil

Résultat net part du Groupe, ajusté des éléments exceptionnels

| (en M€) | S1 2024 | S1 2025 |
|--|------------|--------------|
| Résultat net, part du Groupe | 25 | (401) |
| Retraitement des produits et charges non courants (avant impôt) | 126 | 529 |
| Retraitement d'éléments exceptionnels dans le résultat financier | 173 | (27) |
| Effet d'impôts ⁽¹⁾ | 12 | 71 |
| Retraitement sur la quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence | - | - |
| Retraitement sur la quote-part de résultat des minoritaires | (24) | 7 |
| Retraitement du résultat net des activités abandonnées, part du Groupe | 1 | 30 |
| Résultat net part du Groupe, ajusté des éléments exceptionnels | 313 | 210 |

Note : (1) Effet sur l'impôt des éléments retraités (produits et charges non-courants et résultat financier) ainsi que produits et charges d'impôts exceptionnels

CARREFOUR 2026 : OBJECTIFS OPÉRATIONNELS ET FINANCIERS

| | Fin 2024 | S1 2025 | Objectif 2026 |
|--|-----------------------|-------------------------|--|
| Objectifs opérationnels | | | |
| Chiffre d'affaires réalisé via des produits à marque Carrefour | 37% du CA alimentaire | 37,4% du CA alimentaire | 40% du CA alimentaire |
| Ouvertures de magasins de proximité | +1 556 vs. 2022 | +2 068 vs.2022 | +2 400 vs. 2022 |
| Ouvertures de magasins Atacadão | +110 vs. 2022 | +114 vs. 2022 | >+200 vs. 2022 |
| Objectifs ESG | | | |
| Chiffre d'affaires en produits certifiés durables | 6,2 Mds€ | 3,7 Mds€ | 8 Mds€ |
| Top 100 fournisseurs avec une trajectoire à 1,5°C | 53 | 63 | 100 |
| Employés en situation de handicap | 14 290 | 14 507 | 15 000 |
| Objectifs financiers | | | |
| GMV e-commerce | 5,9 Mds€ | 3,4 Mds€ (+16%) | 10 Mds€ |
| Plan d'économies de coûts | 1 240 M€ en 2024 | 610 M€ | 4,2 Mds€ ⁽¹⁾ (cumul 2023-26) |
| Cash-flow libre net ⁽²⁾ | 1 457 M€ | -386 M€ vs. n-1 | >1,7 Md€ |
| Investissements (capex) | 1 772 M€ | 575 M€ | 2,0 Mds€/an |
| Croissance du dividende numéraire | +6% (0,92€/action) | - | >+5%/an |

Note : (1) Objectif de l'année 2025 revu à 1,2 Md€ (contre 1,0 Md€ initialement) ; (2) Le cash-flow libre net correspond au cash-flow libre après coût de l'endettement financier net et paiements locatifs nets. Il s'entend après décaissement des charges exceptionnelles

Indice RSE et Transition Alimentaire de 107% au S1 2025

L'indice RSE et Transition Alimentaire de Carrefour évalue les résultats extra-financiers du Groupe. Conçu pour mesurer les performances des politiques RSE sur plusieurs années, l'indice fixe un objectif annuel pour les indicateurs stratégiques de la RSE. Le score global de l'indice est une moyenne simple des scores de ces indicateurs.

| Catégorie | Objectif | S1 2024 | S1 2025 | Statut |
|-----------------------------|---|-------------------------|--------------------|-------------|
| Produits | | | | 100% |
| Produits certifiés durables | 8 Mds€ de CA de produits certifiés durables d'ici 2026 | 2,8 Mds€ ⁽¹⁾ | 3,7 Mds€ | 103% |
| Alternatives végétales | 650 M€ de CA d'alternatives végétales ⁽²⁾ d'ici 2026 | 296 M€ | 338 M€ | 106% |
| Emballages | 2 objectifs de Carrefour pour la réduction des emballages, le vrac et le réemploi, et la recyclabilité des emballages mis en œuvre d'ici 2026 | | | 79% |
| | 1. 300 M€ de ventes en vrac et réemploi d'ici 2026 ⁽³⁾ | 91 M€ ⁽⁴⁾ | 138 M€ | 101% |
| | 2. 100% d'emballages réutilisables, recyclables ou compostables en 2025 | 60% | 56% | 56% |
| Producteurs partenaires | 50 000 producteurs partenaires d'ici 2026 | 48 105 | 52 507 | 112% |
| Magasins | | | | 104% |
| Gaspillage alimentaire | 50% de réduction du gaspillage alimentaire (par rapport à 2016) | -43% | -53% | 106% |
| Déchets | 100% des déchets valorisés d'ici 2025 | 73% | 77% | 77% |
| Score climat ⁽⁵⁾ | Score climat magasin avec une note de 8/10 en 2030 | Nouveau | 8,4/10 | 140% |
| Climat scope 3 | TOP 100 fournisseurs disposant d'une trajectoire 1,5°C d'ici 2026 | 47 | 63 | 94% |
| Clients | | | | 108% |
| Nutrition et santé | 2 objectifs pour la réduction de sucre et de sel dans les produits à marque Carrefour d'ici 2026 (vs 2022) | | | 105% |
| | Retrait de 2 600 tonnes de sucre pour les produits à marque Carrefour d'ici 2026 (vs 2022) | 368 | 1 515 | 103% |
| | Retrait de 250 tonnes de sel pour les produits à marque Carrefour d'ici 2026 (vs 2022) | 120 | 268 | 107% |
| Communauté de clients | Une communauté active de consommateurs de produits sains et durables dans chacun des 8 pays | 4 ⁽⁶⁾ | 7 ⁽⁷⁾ | 88% |
| SLBP ⁽⁸⁾ | Signature de 200 contrats SLBP avec nos fournisseurs d'ici 2030 | Nouveau | 10 | 143% |
| Act For Food | Score minimum de 75/100 à la question « Carrefour vous aide-t-il à mieux manger ? » d'ici 2026 | 63 | 66 | 98% |
| Collaborateurs | | | | 114% |
| Engagement collaborateurs | Score minimum de 75/100 de recommandation employeur attribué tous les ans à Carrefour par ses collaborateurs | 81 ⁽⁹⁾ | 80 ⁽¹⁰⁾ | 120% |
| Egalité femmes - hommes | 35% de femmes dirigeantes (Top 200) d'ici 2025 | 27% | 30% | 93% |
| Formation | 50% de salariés, au minimum, ayant accès à une formation tous les ans | 70% | 56% | 112% |
| Handicap | 15 000 collaborateurs en situation de handicap en 2026 | 13 050 | 14 507 | 128% |

Notes : (1) Les ventes de produits de marque nationale "forêt durable" en France n'étaient pas prises en compte ; (2) Cet indicateur mesure les ventes de produits alternatifs à des produits d'origine animale (ex : simili carnés, laits et yaourts végétaux). Les ventes de légumineuses ont été ajoutées à cet indicateur en 2023 (pois chiches, lentilles) ; (3) L'objectif a été réévalué à 300 M€ de ventes contre 150 M€ initialement pour prendre en compte les ventes en réemploi en plus des ventes en vrac ; (4) Application d'une méthodologie de calcul plus restrictive sélectionnant uniquement les ventes de produits prenant en compte la proposition d'un service effectif de réemploi ; (5) Périmètre : magasins intégrés en France. Cet objectif sera progressivement étendu à l'ensemble du Groupe pour les magasins intégrés et franchisés ; (6) France, Espagne, Pologne, Argentine ; (7) France, Espagne, Pologne, Argentine, Brésil, Italie, Roumanie ; (8) Accords extra financiers complémentaires aux contrats commerciaux, orientés vers les priorités du Groupe : décarbonation, déplastification, biodiversité, bien-être animal notamment ; (9) Ipsos, juin 2024 - 20 468 répondants sur un échantillon de 26 000 salariés représentatif de l'ensemble des effectifs consolidés ; (10) Ipsos, juin 2025 - 23 947 répondants sur un échantillon de 26 778 salariés représentatif de l'ensemble des effectifs consolidés

Carrefour continue de suivre les 3 indicateurs présentés ci-dessous qui étaient précédemment intégrés à l'indice RSE et Transition alimentaire. Ils font maintenant partie du plan de rémunération à long terme (LTI) du Groupe (environ 835 collaborateurs sont concernés au Groupe).

| Catégorie | Objectif | S1 2024 | S1 2025 | Score |
|--------------------------|---|---------|---------|-------|
| Produits | | | | |
| Matières premières | Score de déploiement des plans d'action pour la forêt, le bien-être animal, les sols, les ressources marines et les droits de l'Homme | 93% | 94% | 94% |
| Magasins | | | | |
| Climat scope 1-2 | 50% de réduction des émissions de GES liées au scope 1 et 2 d'ici 2030, et -70% d'ici 2040 (vs 2019) | -49% | -57% | 155% |
| Clients | | | | |
| Engagements fournisseurs | 500 fournisseurs engagés au sein du Pacte Transition Alimentaire d'ici 2030 | 329 | 506 | 166% |

Expansion sous enseignes – 2^{ème} trimestre 2025

| Milliers de m² | 31 déc. 2024 | 31 mars 2025 | Ouvertures/ Extensions | Acquisitions | Fermetures/ Réductions/ Cessions | Mouvements T2 2025 | 30 juin 2025 |
|-----------------------|-----------------|-----------------|---------------------------|--------------|--|-----------------------|-----------------|
| France | 6 632 | 6 641 | 21 | 13 | -7 | 27 | 6 669 |
| Europe (hors Fr) | 5 833 | 5 831 | 22 | - | -100 | -78 | 5 754 |
| Amérique latine | 3 784 | 3 778 | 14 | - | -30 | -16 | 3 762 |
| Autres ⁽¹⁾ | 2 156 | 2 158 | 33 | - | -29 | 3 | 2 161 |
| Groupe | 18 405 | 18 408 | 89 | 13 | -166 | -63 | 18 345 |

Note : (1) Asie, Afrique, Moyen-Orient, République Dominicaine

Parc de magasins sous enseignes – 2^{ème} trimestre 2025

| Nb de magasins | 31 déc. 2024 | 31 mars 2025 | Ouvertures | Acquisitions | Fermetures / Cessions | Transferts | Mouvements T2 2025 | 30 juin 2025 |
|------------------------------|-----------------|-----------------|------------|--------------|--------------------------|------------|-----------------------|-----------------|
| Hypermarchés | 1 220 | 1 210 | 2 | - | -3 | - | -1 | 1 209 |
| France | 325 | 325 | - | - | - | - | - | 325 |
| Europe (hors Fr) | 467 | 467 | - | - | -3 | - | -3 | 464 |
| Amérique latine | 193 | 193 | - | - | - | - | - | 193 |
| Autres ⁽¹⁾ | 235 | 225 | 2 | - | - | - | 2 | 227 |
| Supermarchés | 4 301 | 4 282 | 28 | 1 | -77 | -2 | -50 | 4 232 |
| France | 1 171 | 1 162 | 3 | 1 | -1 | - | 3 | 1 165 |
| Europe (hors Fr) | 2 251 | 2 248 | 17 | - | -48 | - | -31 | 2 217 |
| Amérique latine | 160 | 152 | - | - | -19 | -2 | -21 | 131 |
| Autres ⁽¹⁾ | 719 | 720 | 8 | - | -9 | - | -1 | 719 |
| Magasins de proximité | 8 899 | 8 981 | 210 | 132 | -132 | 2 | 212 | 9 193 |
| France | 4 784 | 4 828 | 71 | 132 | -30 | - | 173 | 5 001 |
| Europe (hors Fr) | 3 249 | 3 247 | 101 | - | -99 | - | 2 | 3 249 |
| Amérique latine | 627 | 633 | 6 | - | -1 | 2 | 7 | 640 |
| Autres ⁽¹⁾ | 239 | 273 | 32 | - | -2 | - | 30 | 303 |
| Cash & carry | 627 | 633 | 12 | - | -1 | - | 11 | 644 |
| France | 153 | 155 | 2 | - | - | - | 2 | 157 |
| Europe (hors Fr) | 12 | 12 | - | - | - | - | - | 12 |
| Amérique latine | 413 | 414 | 3 | - | - | - | 3 | 417 |
| Autres ⁽¹⁾ | 49 | 52 | 7 | - | -1 | - | 6 | 58 |
| Soft discount | 139 | 140 | - | - | - | - | - | 140 |
| France | 35 | 37 | - | - | - | - | - | 37 |
| Europe (hors Fr) | 104 | 103 | - | - | - | - | - | 103 |
| Amérique latine | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Autres ⁽¹⁾ | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Sam's Club | 58 | 58 | - | - | - | - | - | 58 |
| France | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Europe (hors Fr) | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Amérique latine | 58 | 58 | - | - | - | - | - | 58 |
| Autres ⁽¹⁾ | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Groupe | 15 244 | 15 304 | 252 | 133 | -213 | - | 172 | 15 476 |
| France | 6 468 | 6 507 | 76 | 133 | -31 | - | 178 | 6 685 |
| Europe (hors Fr) | 6 083 | 6 077 | 118 | - | -150 | - | -32 | 6 045 |
| Amérique latine | 1 451 | 1 450 | 9 | - | -20 | - | -11 | 1 439 |
| Autres ⁽¹⁾ | 1 242 | 1 270 | 49 | - | -12 | - | 37 | 1 307 |

Note : (1) Asie, Afrique, Moyen-Orient, République Dominicaine

DÉFINITIONS

Cash-flow libre

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

Cash-flow libre net

Le cash-flow libre net correspond au cash-flow libre après coûts de l'endettement financier net et paiement locatifs nets.

Croissance à magasins comparables (LFL)

La croissance à magasins comparables est composée des ventes générées par les magasins ouverts depuis au moins 12 mois, fermetures temporaires exclues. Elle s'entend à changes constants, hors essence et hors effet calendaire, et hors impact IAS 29.

Croissance organique

La croissance organique est composée de la croissance à magasins comparables plus ouvertures nettes sur les douze derniers mois, fermetures temporaires incluses. Elle s'entend à changes constants.

Marge commerciale

La marge commerciale correspond à la somme du chiffre d'affaires hors taxes et des autres revenus, diminuée du coût des programmes de fidélisation et du prix de revient des ventes. Le prix de revient des ventes intègre outre les achats et variations de stock, d'autres coûts essentiellement composés des coûts des produits vendus par les sociétés financières, des produits liés à l'escompte ainsi que des écarts de change générés par les achats de marchandises.

Résultat opérationnel courant (ROC)

Le résultat opérationnel courant (ROC) correspond à la marge des activités courantes diminuée des frais généraux et des amortissements.

Résultat opérationnel courant avant amortissements (EBITDA)

Le résultat opérationnel courant avant amortissements (EBITDA) exclut également les amortissements logistiques comptabilisés en prix de revient des ventes.

Résultat opérationnel (EBIT)

Le résultat opérationnel correspond au résultat opérationnel courant après quote part des mises en équivalence et inclut les produits et charges non courants. Sont comptabilisés en produits et charges non courants certains éléments significatifs à caractère inhabituel de par leur nature et leur fréquence tels que des dépréciations d'actifs non courants, les résultats de cession d'actifs non courants, des coûts de restructuration et des charges liées à des réestimations de risques d'origine ancienne, sur la base d'informations ou d'éléments dont le Groupe a eu connaissance au cours de l'exercice.

DISCLAIMER

Ce communiqué contient à la fois des informations historiques et des déclarations et informations prospectives. Les déclarations et informations de nature prospective ont été établies sur la base des hypothèses actuellement retenues par la Direction du Groupe. Elles ne constituent pas des garanties quant aux performances futures du Groupe. Les résultats ou les performances qui seront réalisés sont susceptibles d'être substantiellement différents des déclarations et informations prospectives présentées en raison d'un certain nombre de risques et d'incertitudes, notamment les facteurs de risques exposés dans les différents documents déposés auprès de l'Autorité des marchés financiers au titre de l'information réglementée disponibles sur le site de Carrefour (www.carrefour.com) et notamment le document d'enregistrement universel. Les investisseurs peuvent obtenir gratuitement une copie de ces documents auprès de Carrefour. Carrefour ne prend aucun engagement de mettre à jour et/ou réviser ces déclarations et informations prospectives dans le futur.