



Performance solide au T3 2026 (+2,3% LFL) dans la continuité du S1

Ajustement des objectifs annuels 2026 dans le contexte des événements actuels en France

- **Croissance du chiffre d'affaires de +2,3% en comparable (LFL) au T3 2026, après +2,1% LFL au S1 2026**
- **En France, le chiffre d'affaires progresse de +1,2% LFL**, porté par tous les formats. Amélioration de l'image prix après les investissements prix réalisés depuis le début de l'année
- **En Espagne, la bonne dynamique commerciale se poursuit (+2,1% LFL)**, bénéficiant de volumes en progression dans un marché toujours porteur
- **Au Brésil, le chiffre d'affaires progresse de +1,4% LFL**, porté par Atacadão, qui accélère sa dynamique de part de marché dans un marché toujours difficile
- Poursuite de la bonne exécution du **plan d'économies de coûts**, en ligne avec l'objectif de 1 Md€ en 2026
- **Déploiement rapide des priorités du plan Carrefour 2030** :
 - **Compétitivité prix France** : nouvelle vague de baisse de prix lancée en août, contribuant à l'amélioration continue du positionnement prix
 - **Expansion des formats de croissance** : 89 nouveaux magasins de proximité en France et en Espagne
 - **Digitalisation et IA en magasin** : 28 hypermarchés désormais équipés de la solution Vusion en France
 - **E-commerce** : croissance soutenue de l'activité (+18%)
 - **RSE** : nouvelles initiatives clés en matière de climat, santé et inclusion
- **Ajustement des objectifs financiers pour l'exercice 2026** : à la suite de la dégradation de la situation sociale et sécuritaire, le Groupe estime que la dynamique de consommation et les conditions opérationnelles se détériorent en France. Dans ce contexte de tension et d'incertitude, le Groupe ajuste ses attentes de résultats pour 2026 et anticipe désormais :
 - un Résultat Opérationnel Courant (ROC) en croissance avec une marge en progression de 0 à 15 pbs (vs. +25 pbs)
 - un Résultat Net Ajusté par Action stable ou en légère croissance par rapport à 2025 (vs. croissance dans le haut de la fourchette à un chiffre)
 - un Cash-flow libre net en léger repli (vs. légère croissance)

Alexandre Bompard, Président-Directeur Général, a déclaré : « Carrefour a enregistré au troisième trimestre une croissance de +2,3% en comparable, dans la continuité du premier semestre, portée par l'alimentaire et la contribution positive de nos pays cœur. Cette performance reflète la solidité de notre dynamique commerciale et la bonne exécution de nos priorités stratégiques.

Les événements survenus en France ces derniers jours ont touché un nombre important de nos magasins situés en zone urbaine et ont placé nos équipes et nos partenaires dans des situations particulièrement difficiles. Je veux leur exprimer toute ma solidarité. Je sais combien ces événements ont pu être éprouvants pour celles et ceux qui les ont vécus. Le Groupe est pleinement mobilisé à leurs côtés pour leur apporter le soutien et l'accompagnement dont ils ont besoin. Notre priorité absolue reste la sécurité des personnes et des biens.

Notre Groupe est confronté à une situation inédite en France. L'incertitude sur la dynamique de consommation et les conditions d'ouverture de nos points de vente est élevée. Alors que nous entrons dans une période de fin d'année critique pour le commerce, cette situation pèse de manière significative sur la consommation, déjà fragilisée par la hausse des coûts de l'énergie, et affecte l'exploitation de nos magasins. Dans ce contexte, nous ajustons nos projections financières pour 2026, et prévoyons une progression plus modérée de la marge opérationnelle. Notre feuille de route stratégique reste inchangée. »

CHIFFRES CLÉS DU 3^e TRIMESTRE 2026

	Troisième trimestre 2026			
	Ventes TTC (M€)	Magasins comparables ¹	Variation totale	
			À changes courants	À changes constants
France	11 900	+1,2%	+2,2%	+2,2%
Espagne	3 107	+2,1%	+2,3%	+2,3%
Brésil	5 144	+1,4%	+9,4%	+1,6%
Autres pays ²	2 542	+8,4%	+3,3%	+7,8%
Groupe (pre-IAS 29)	22 694	+2,3%	+3,9%	+2,7%
IAS 29 ³	88			
Groupe (post-IAS 29)	22 781			

Notes : (1) Hors essence et calendaire et à changes constants ; (2) Belgique, Pologne, Argentine ; (3) Hyperinflation et change en Argentine

T3 2026 : UNE CROISSANCE EN LIGNE AVEC LE S1, DES PERSPECTIVES 2026 RÉVISÉES

Le trimestre s'inscrit dans un environnement macroéconomique contrasté. En Europe, la dynamique de consommation est restée solide, malgré le rebond de l'inflation générale sous l'effet de la hausse des coûts de l'énergie, qui a pesé sur le pouvoir d'achat des ménages, tandis que l'inflation alimentaire reste contenue. En Amérique latine, la consommation demeure sous pression, notamment pénalisée au Brésil par des taux d'intérêt élevés.

Au troisième trimestre 2026, le chiffre d'affaires de Carrefour progresse de +2,3% en comparable, après +2,1% LFL au premier semestre. Cette croissance est portée par l'alimentaire (+2,7% LFL) et par la contribution positive des trois pays cœur du Groupe, tandis que le non-alimentaire est en repli à -1,1% LFL.

En **France**, le chiffre d'affaires progresse de +1,2% en comparable au troisième trimestre, dans un marché de la distribution alimentaire en croissance, en valeur comme en volume. La poursuite des investissements prix a permis à Carrefour d'améliorer à nouveau sa compétitivité et son image prix.

Les anciens magasins Cora et Match enregistrent une croissance de +6,1% LFL, après +4,6% LFL au deuxième trimestre et +2,6% LFL au premier trimestre. Cette progression régulière confirme l'amélioration de leur dynamique commerciale.

En **Espagne**, le chiffre d'affaires progresse de +2,1% en comparable, porté par l'ensemble des formats, et notamment par les magasins de proximité (+13% LFL). Carrefour continue de bénéficier d'un marché dynamique, soutenu par la croissance des volumes.

Au **Brésil**, le chiffre d'affaires progresse de +1,4% en comparable au T3 dans un marché brésilien qui reste toujours marqué par des volumes négatifs, pénalisé notamment par des taux d'intérêt toujours élevés. Atacadão (+2,0% LFL) confirme sa bonne dynamique commerciale, en accélération par rapport au T2 (+0,5% LFL) et au T1 (-1,0% LFL), et accroît sa part de marché.

Dans le segment **Autres pays**, le Groupe affiche une croissance de +8,4% LFL. En **Belgique**, la croissance s'améliore pour le troisième trimestre consécutif et atteint +2,3% LFL. En **Pologne**, le chiffre d'affaires recule de -4,3% LFL dans un marché toujours très concurrentiel et marqué par la déflation alimentaire. En **Argentine**, Carrefour consolide sa position de leader et affiche un chiffre d'affaires en hausse de +24,2% LFL.

L'activité **e-commerce** reste dynamique (+18% au T3 2026), avec de nouveaux gains de parts de marché dans les pays cœur, notamment en France.

Le déploiement opérationnel du plan Carrefour 2030 s'est poursuivi à bon rythme au troisième trimestre. En France, 28 magasins sont désormais équipés de la solution Vusion, destinée à créer une réplique digitale du magasin, à améliorer la disponibilité des produits et l'efficacité des opérations en magasin grâce à l'intelligence artificielle. Le Groupe a également ouvert les premiers espaces fruits et légumes développés avec des partenaires et poursuivi l'implantation d'espaces spécialisés au sein de ses magasins, notamment dans la parapharmacie, la beauté et l'animalerie.

Dans le cadre de sa politique de rotation d'actifs immobiliers, le Groupe a réalisé début octobre une opération de cession-bail portant sur 35 magasins en France et en Espagne.

IMPACT DE LA SITUATION SOCIALE ET SÉCURITAIRE EN FRANCE – AJUSTEMENT DES OBJECTIFS FINANCIERS 2026

La situation actuelle en France affecte de nombreux magasins du Groupe situés en zone urbaine et place nos équipes et nos partenaires dans des situations particulièrement difficiles. À l'approche de la fin d'année, période cruciale pour le secteur du commerce, le Groupe estime que cette situation pèse fortement sur la confiance des consommateurs, déjà fragilisée par la hausse des prix de l'énergie, et affecte les conditions d'exploitation des magasins : baisse de la fréquentation, réduction des horaires d'ouverture en raison des couvre-feux et hausse des coûts d'exploitation liés à la sécurité et à la logistique. Dans ce contexte de tensions et d'incertitudes, le Groupe ajuste ses objectifs financiers pour l'exercice 2026 et prévoit désormais :

- un Résultat Opérationnel Courant (ROC) en croissance avec une marge opérationnelle en progression de 0 à 15 pbs (vs. +25 pbs)
- un Résultat Net Ajusté par Action stable ou en légère croissance par rapport à 2025 (vs. croissance dans le haut de la fourchette à un chiffre)
- un Cash-flow libre net en léger repli (vs. légère croissance). Dans ce contexte, le Groupe réduit ses investissements en France d'ici la fin de l'année et vise désormais un CAPEX annuel de 1,6 Md€ (vs. 1,7 Md€)

VENTES TTC DU TROISIÈME TRIMESTRE 2026

Le chiffre d'affaires TTC du Groupe au 3^e trimestre progresse de +2,3% en comparable (LFL). Il s'établit à 22 694 M€ pre-IAS 29, soit une hausse de +2,7% à changes constants. La variation totale intègre un effet essence favorable de +1,3%, un effet calendaire de -0,2% et un effet périmètre de -0,7%, principalement lié à la cession de six hypermarchés en France, en ligne avec les engagements du Groupe auprès de l'Autorité de la concurrence dans le cadre de la reprise des enseignes Cora et Match. Après prise en compte d'un effet de change positif de +1,2%, principalement lié à l'appréciation du réal brésilien, la croissance totale du chiffre d'affaires à changes courants s'élève à +3,9%. L'impact de l'application de la norme IAS 29 est de +88 M€ sur le chiffre d'affaires total. La croissance en comparable est tirée par l'alimentaire, en hausse de +2,7% LFL, le non-alimentaire étant en léger repli (-1,1% LFL).

LFL	T3 2026
France	+1,2%
Espagne	+2,1%
Brésil	+1,4%
Autres pays	+8,4%
Groupe	+2,3%

En **France**, le chiffre d'affaires progresse de +1,2% en comparable au troisième trimestre, avec une croissance de l'ensemble des formats. Les ventes alimentaires augmentent de +1,6% LFL, tandis que le non-alimentaire recule de -2,2% LFL. Carrefour a poursuivi ses investissements prix, avec une nouvelle vague nationale de

baisses lancée en août sur plus de 500 produits, avec une réduction moyenne de 8%. La compétitivité et l'image prix de l'enseigne ont ainsi continué de s'améliorer, contribuant à une hausse de deux points du NPS®.

Les anciens magasins Cora poursuivent l'amélioration régulière de leur dynamique commerciale et affichent une croissance de +7,3% LFL au troisième trimestre, après +5,0% LFL au T2 et +2,3% LFL au T1. Les magasins Match poursuivent également leur progression, à +3,4% LFL.

Le déploiement des initiatives du plan Carrefour 2030 s'est poursuivi au cours du trimestre. 28 hypermarchés sont désormais équipés du dispositif complet de Vusion, combinant étiquettes électroniques, rails connectés et caméras pour détecter automatiquement avec l'intelligence artificielle, les ruptures, les écarts de prix et les erreurs d'implantation. L'activité e-commerce progresse de +15%, avec de nouveaux gains de parts de marché en Drive et en livraison à domicile. Carrefour a par ailleurs ouvert 54 magasins de proximité au cours du trimestre.

Enfin, Carrefour a annoncé hier la signature d'un accord en vue de l'acquisition de Codifrance, spécialiste français de l'affiliation et de la distribution alimentaire de proximité. Cette acquisition vise à renforcer le leadership de Carrefour sur le format de proximité.

	T3 2026	dont parc historique	dont anciens Cora & Match
LFL			
Hypermarchés	+0,6%	-0,6%	+7,3%
Supermarchés	+1,2%	+1,0%	+3,4%
Proximité/autres formats	+2,8%	+2,8%	n.a.
dont Proximité	+3,3%	+3,3%	n.a.
France	+1,2%	+0,7%	+6,1%

En **Espagne**, le chiffre d'affaires progresse de +2,1% en comparable au troisième trimestre, dans un marché toujours porté par la croissance des volumes. Cette performance, en ligne avec celle du trimestre précédent, est soutenue par l'ensemble des formats et notamment par les magasins de proximité, dont les ventes augmentent de +13% LFL.

Les ventes alimentaires progressent de +1,8% LFL, portées par les produits frais, et le non-alimentaire progresse de +3,2% LFL. Le maintien du leadership prix de Carrefour contribue à la progression de la satisfaction client, avec un NPS® en hausse de deux points par rapport au troisième trimestre 2025. Le Groupe a par ailleurs poursuivi son expansion avec l'ouverture de 35 magasins de proximité au cours du trimestre.

Au **Brésil**, le chiffre d'affaires progresse de +1,4% en comparable au troisième trimestre, dans un marché où les volumes alimentaires restent en recul, notamment dans le Cash & Carry, malgré une base de comparaison favorable. **Atacadão** affiche une croissance de +2,0% LFL, améliore sa dynamique de volumes et gagne de nouvelles parts de marché.

Carrefour Brésil poursuit la mise en œuvre des initiatives du plan Carrefour 2030, avec notamment un déploiement rapide de la marque propre, Bulnez, qui compte désormais 300 références, et deux nouvelles ouvertures de magasins Atacadão au cours du trimestre.

Au sein de **Carrefour Retail**, les ventes alimentaires progressent de +1,5% LFL et les hypermarchés de +0,8% LFL. Le chiffre d'affaires total recule néanmoins de -2,3% en comparable, principalement sous l'effet de l'arrêt de l'activité de e-commerce non-alimentaire, Carrefour Brésil continuant de privilégier la rentabilité de son activité digitale. **Sam's Club** enregistre pour sa part une croissance de +3,6% LFL, portée par la hausse des volumes et du nombre de membres actifs.

LFL	T3 2026
<i>Atacadão</i>	+2,0%
<i>Carrefour Retail</i>	-2,3%
<i>Sam's Club</i>	+3,6%
Brésil	+1,4%

Dans le segment **Autres pays**, le chiffre d'affaires est en hausse de +8,4% LFL au troisième trimestre.

- En **Belgique** (+2,3% LFL), la croissance s'améliore pour le troisième trimestre consécutif. Carrefour gagne des parts de marché en valeur comme en volume, grâce notamment à des investissements prix ciblés et à l'ouverture des magasins le dimanche
- En **Pologne** (-4,3% LFL), le chiffre d'affaires recule dans un marché toujours très concurrentiel. La déflation alimentaire observée depuis juin et la faiblesse persistante de la confiance des consommateurs continuent de peser sur l'ensemble du secteur
- En **Argentine** (+24,2% LFL), Carrefour consolide son leadership et gagne des parts de marché en valeur comme en volume. Malgré des pressions toujours fortes sur le pouvoir d'achat, les volumes de Carrefour ont continué d'être positifs depuis juin

LFL	T3 2026
Belgique	+2,3%
Pologne	-4,3%
Argentine	+24,2%
Autres pays	+8,4%

FINANCEMENT

En septembre dernier, Carrefour a procédé avec succès au placement d'une émission obligataire pour un montant total de 500 millions d'euros. Cette émission démontre une nouvelle fois la grande confiance de la communauté financière dans la qualité de la signature Carrefour.

Par ailleurs, le 19 octobre 2026, Carrefour a exercé la deuxième extension de sa ligne de crédit syndiquée de 4 milliards d'euros, et obtenu le soutien de toutes les banques de son syndicat, passant ainsi l'échéance de cette facilité de novembre 2030 à novembre 2031. Cette extension s'inscrit dans la stratégie de Carrefour de sécurisation de sources de financement à long terme.

RÉAFFECTATION D'ACTIONS AUTO-DÉTENUES

Le Conseil d'administration de Carrefour réuni le 20 octobre 2026 a décidé de réaffecter 871 877 actions, initialement conservées en vue de leur annulation future, au service du Plan LTI 2024 qui sera livré courant février 2027. Suite à cette réaffectation, le nombre total d'actions composant le capital social reste inchangé à 736 314 789 actions, incluant 28 701 535 actions d'auto-contrôle. Le nombre d'actions en circulation s'établit à 707 613 254.

DE NOUVELLES AVANCÉES EN MATIÈRE DE RSE

Carrefour a continué au troisième trimestre 2026 à lancer des initiatives clés sur le climat, la santé et l'inclusion.

Climat

- Lors de la canicule de l'été 2026, Carrefour a participé au dispositif "Escale Fraîcheur" lancé par PERIFEM afin de permettre aux clients d'aller dans des magasins climatisés et où un accueil spécifique leur était dédié
- Carrefour a également lancé un Plan d'action d'urgence pour ses partenaires agricoles, avec notamment une adaptation des cahiers des charges à leurs contraintes, afin de permettre la commercialisation de fruits et légumes de qualité plus petits ou visuellement imparfaits, ainsi que des délais de paiement raccourcis à 15 jours pendant l'été
- Carrefour a baissé de 30% le prix de ses bornes de recharge 22 kW pour ses clients, afin de les accompagner dans leur mobilité verte
- Carrefour a désormais accompagné plus de 2 000 clients dans le cadre du dispositif "Le champ des rencontres", qui permet aux clients d'être sensibilisés aux initiatives climatiques et de transition alimentaire de nos fournisseurs
- Carrefour a signé 35 SLBP¹ en France à fin septembre, dont 4 nouveaux depuis le mois de juillet 2026, portant notamment sur l'agroécologie avec le soutien d'agriculteurs et d'arboriculteurs dans leur transition avec Bonduelle et Andros

Santé

- Carrefour a lancé le concours Food Me Up s'adressant aux startups françaises et européennes. Ce concours porte sur deux thématiques : le mieux manger et le prêt à manger et renforce le positionnement de Carrefour comme l'enseigne référente de l'innovation en France
- Dans le cadre de son plan "La santé par l'alimentation", Carrefour a créé de nouvelles fonctionnalités en e-commerce pour son assistant intelligent Hopla. Dans ce cadre, le client peut désormais choisir parmi des suggestions plus saines ou répondant à son régime alimentaire quand il cherche un produit, analyser son panier d'un point de vue nutritionnel, ou encore prendre un plat en photo afin d'obtenir des recommandations pour le rendre plus équilibré
- Carrefour déploie désormais le score Yuka sur ses marques propres. Le score Yuka est utilisé par 23 millions de Français et permet de donner une pleine information aux clients, en complément du Nutri-Score d'ores et déjà généralisé sur la marque propre

Inclusion

- Carrefour continue son engagement en faveur de la pratique sportive inclusive, notamment au travers du lancement de son premier Carrefour Running Club qui mobilise aujourd'hui plus de 1 000 salariés Carrefour en France. En parallèle, Carrefour a renouvelé son partenariat avec la Fédération Française handisport pour permettre à ses salariés en situation de handicap de profiter de licences gratuites dans les clubs de sport
- Carrefour a encore renforcé ses actions en faveur de la lutte contre la précarité alimentaire, et notamment celle des étudiants. La Fondation Carrefour a versé une aide d'1 M€ en septembre 2026 à 14 associations partenaires pour les étudiants afin d'acheter des denrées alimentaires de qualité et d'étendre leurs actions dans de nouvelles villes universitaires. Ce sont près de 300 000 étudiants en France qui ont été accompagnés par la Fondation Carrefour depuis 2020
- La Fondation Carrefour s'est mobilisée lors des incendies en Gironde à travers un soutien direct (ravitaillement des pompiers, mise à disposition de collaborateurs sapeurs pompiers volontaires), un don financier de 100 k€ aux associations de pompiers et le lancement d'un appel à la générosité auprès de ses clients avec près de 235 k€ récoltés pour la Croix Rouge et 196 k€ pour la Fondation de France

Le Groupe Carrefour a par ailleurs continué à être récompensé pour la qualité de sa performance extra-financière. Carrefour a ainsi, pour la 2ème année consécutive, été classé 1er distributeur en Europe sur

¹ Accords extra financiers complémentaires aux contrats commerciaux, orientés vers les priorités du Groupe : décarbonation, déplastification, biodiversité, bien-être animal notamment

la RSE dans le cadre de l'étude menée par le cabinet BDO et l'école de commerce ESSEC. Carrefour a également vu sa notation au DJSI augmenter de dix points et atteindre désormais le score de 67/100.

AGENDA

- Présentation de la Stratégie Hypermarchés en France : 17 novembre 2026

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 3^e trimestre 2026

	Ventes TTC (M€)	Variation hors essence hors calendaire		Variation totale avec essence	
		en comparable	en organique	à changes courants	à changes constants
France	11 900	+1,2%	+0,3%	+2,2%	+2,2%
Hypermarchés	5 684	+0,6%	-0,9%	+0,8%	+0,8%
Supermarchés	3 916	+1,2%	+0,3%	+2,1%	+2,1%
Proximité /autres formats	2 300	+2,8%	+3,2%	+6,1%	+6,1%
Espagne	3 107	+2,1%	+1,6%	+2,3%	+2,3%
Brésil	5 144	+1,4%	+1,5%	+9,4%	+1,6%
Autres pays (pre-IAS 29)	2 542	+8,4%	+7,8%	+3,3%	+7,8%
Belgique	1 094	+2,3%	+2,2%	+2,4%	+2,4%
Pologne	519	-4,3%	-7,8%	-8,7%	-7,3%
Argentine (pre-IAS 29)	929	+24,2%	+25,2%	+12,9%	+25,3%
Total Groupe (pre-IAS 29)	22 694	+2,3%	+1,7%	+3,9%	+2,7%
IAS 29 ⁽¹⁾	88				
Total Groupe (post-IAS 29)	22 781				

Note : (1) hyperinflation et changes

Effets techniques – 3^e trimestre 2026

	Calendaire	Essence	Change
France	-0,3%	+2,3%	-
Hypermarchés	-0,3%	+2,0%	-
Supermarchés	-0,3%	+2,3%	-
Proximité /autres formats	-0,5%	+3,3%	-
Espagne	-0,2%	+0,9%	-
Brésil	+0,1%	+0,1%	+7,8%
Autres pays	-0,1%	+0,0%	-4,5%
Belgique	+0,1%	-	-
Pologne	-0,6%	+1,0%	-1,4%
Argentine	+0,1%	-	-12,4%
Total Groupe	-0,2%	+1,3%	+1,2%

Ventes TTC - 9 mois 2026

	Ventes TTC (M€)	Variation hors essence hors calendaire		Variation totale avec essence	
		en comparable	en organique	à changes courants	à changes constants
France	34 762	+1,2%	+0,0%	+1,9%	+1,9%
Hypermarchés	16 847	+0,7%	-0,9%	+0,5%	+0,5%
Supermarchés	11 421	+1,1%	+0,2%	+1,7%	+1,7%
Proximité /autres formats	6 495	+2,4%	+2,2%	+6,1%	+6,1%
Espagne	8 833	+2,5%	+2,2%	+2,4%	+2,4%
Brésil	15 279	+0,4%	+0,1%	+6,2%	+0,3%
Autres pays (pre-IAS 29)	7 609	+8,6%	+8,2%	-2,1%	+8,0%
Belgique	3 259	+1,5%	+0,7%	+0,6%	+0,6%
Pologne	1 603	-4,4%	-6,5%	-7,0%	-6,4%
Argentine (pre-IAS 29)	2 746	+23,8%	+25,2%	-2,4%	+25,1%
Total Groupe (pre-IAS 29)	66 483	+2,1%	+1,4%	+2,4%	+2,3%
IAS 29 ⁽¹⁾	148				
Total Groupe (post-IAS 29)	66 631				

Note : (1) hyperinflation et changes

Effets techniques – 9 mois 2026

	Calendaire	Essence	Change
France	-0,2%	+2,2%	-
Hypermarchés	-0,2%	+1,7%	-
Supermarchés	-0,2%	+1,9%	-
Proximité /autres formats	-0,1%	+3,8%	-
Espagne	-0,2%	+0,4%	-
Brésil	-0,1%	+0,2%	+5,9%
Autres pays	-0,1%	-0,1%	-10,1%
Belgique	-0,0%	-	-
Pologne	-0,2%	+0,3%	-0,6%
Argentine	-0,0%	-	-27,5%
Total Groupe	-0,1%	+1,1%	+0,1%

Parc de magasins sous enseignes – 3^e trimestre 2026

Nb de magasins	31 déc. 2025	30 juin 2026	Ouvertures	Acquisitions	Fermetures/ Cessions	Transferts	Mouvements T3 2026	30 sept. 2026
Hypermarchés	1 134	1 112	4	-	-4	-1	-1	1 111
France	325	319	1	-	-	-	1	320
Espagne	204	204	-	-	-	-	-	204
Brésil	108	105	-	-	-	-1	-1	104
Autres pays intégrés ⁽¹⁾	214	212	-	-	-	-	-	212
Autres ⁽²⁾	283	272	3	-	-4	-	-1	271
Supermarchés	3 916	3 819	17	-	-197	-	-180	3 639
France	1 167	1 174	2	-	-2	-	-	1 174
Espagne	162	161	-	-	-	-	-	161
Brésil	26	26	-	-	-	-	-	26
Autres pays intégrés ⁽¹⁾	565	555	1	-	-6	-	-5	550
Autres ⁽²⁾	1 996	1 903	14	-	-189	-	-175	1 728
Magasins de proximité	9 361	9 624	125	15	-92	-	48	9 672
France	5 084	5 213	39	15	-39	-	15	5 228
Espagne	1 159	1 219	35	-	-8	-	27	1 246
Brésil	141	142	-	-	-1	-	-1	141
Autres pays intégrés ⁽¹⁾	1 339	1 284	3	-	-25	-	-22	1 262
Autres ⁽²⁾	1 638	1 766	48	-	-19	-	29	1 795
Cash & carry	663	694	2	-	-1	1	2	696
France	157	157	1	-	-	-	1	158
Espagne	-	-	-	-	-	-	-	-
Brésil	385	387	1	-	-	1	2	389
Autres pays intégrés ⁽¹⁾	37	37	-	-	-	-	-	37
Autres ⁽²⁾	84	113	-	-	-1	-	-1	112
Soft discount (Supeco)	109	108	-	-	-9	-	-9	99
France	33	32	-	-	-3	-	-3	29
Espagne	70	70	-	-	-	-	-	70
Brésil	-	-	-	-	-	-	-	-
Autres pays intégrés ⁽¹⁾	6	6	-	-	-6	-	-6	-
Autres ⁽²⁾	-	-	-	-	-	-	-	-
Sam's Club	58	58	-	-	-	-	-	58
France	-	-	-	-	-	-	-	-
Espagne	-	-	-	-	-	-	-	-
Brésil	58	58	-	-	-	-	-	58
Autres pays intégrés ⁽¹⁾	-	-	-	-	-	-	-	-
Autres ⁽²⁾	-	-	-	-	-	-	-	-
Groupe	15 241	15 415	148	15	-303	-	-140	15 275
France	6 766	6 895	43	15	-44	-	14	6 909
Espagne	1 595	1 654	35	-	-8	-	27	1 681
Brésil	718	718	1	-	-1	-	-	718
Autres pays intégrés ⁽¹⁾	2 161	2 094	4	-	-37	-	-33	2 061
Autres ⁽²⁾	4 001	4 054	65	-	-213	-	-148	3 906

Notes : (1) Belgique, Pologne, Argentine ; (2) Pays/régions franchisés

Expansion sous enseignes – 3^e trimestre 2026

Milliers de m ²	31 déc. 2025	30 juin 2026	Ouvertures/ Extensions	Acquisitions	Fermetures/ Réductions/ Cessions	Mouvements T3 2026	30 sept. 2026
France	6 681	6 655	+25	+2	-22	+7	6 662
Espagne	2 128	2 138	+6	-	-1	+5	2 143
Brésil	3 026	3 015	+5	-	-0	+5	3 020
Autres pays intégrés ⁽¹⁾	2 131	2 108	+1	-	-21	-20	2 089
Autres ⁽²⁾	3 594	3 424	+42	-	-73	-31	3 392
Groupe	17 559	17 340	+79	+2	-117	-34	17 306

Notes : (1) Belgique, Pologne, Argentine ; (2) Pays/régions franchisés

DÉFINITIONS

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 avant amortissements (EBITDA)

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

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 (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.

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.

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 règlementée 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.