

Flash Carrefour : résultats 3^e trimestre (1/3)

Carrefour a publié pour le T3 2020 un chiffre d'affaires en baisse de -2,5% par rapport au T3 2019, à 19,7 Mds€.

L'investisseur notera cependant que la forte dépréciation des monnaies brésiliennes et d'Argentine ont significativement pesé sur ce chiffre : à changes constants, le chiffre d'affaires progresse de +5,5% et encore plus fortement à magasins comparables à +8,4%.

La forte baisse du prix de l'essence a également pesé à hauteur de -2,9%.

La lecture peut alors être la suivante, telle que donnée par le Groupe :

	Ventes TTC (M€)	Variation hors essence hors calendaire	
		en comparable	en organique
France	9 676	+3,8%	+3,2%
Hypermarchés	4 876	+2,5%	+2,1%
Supermarchés	3 226	+4,9%	+3,8%
Proximité /autres formats	1 575	+5,4%	+5,3%
Autres pays d'Europe	5 813	+1,9%	+1,9%
Espagne	2 581	+6,3%	+6,3%
Italie	1 101	-8,0%	-9,5%
Belgique	1 064	+5,4%	+5,6%
Pologne	498	-1,4%	-1,6%
Roumanie	570	+0,0%	+3,9%
Amérique latine (pre-IAS 29)	3 614	+28,4%	+31,8%
Brésil	3 070	+26,0%	+30,0%
Argentine (pre-IAS 29)	544	+41,4%	+41,5%
Asie	587	+0,6%	+3,5%
Taiwan	587	+0,6%	+3,5%
Total Groupe (pre-IAS 29)	19 690	+8,4%	+8,9%

source Carrefour



On note que :

1. La France progresse vivement, surtout pour les formats de proximité.
2. L'Espagne et la Belgique sont également très forts : pour la Belgique c'est significatif car le Groupe a longtemps été pris en tenaille entre Colruyt par les prix et Delhaize par la qualité.
3. Le Brésil et l'Argentine sont en plein boom : Pour le Brésil, cela traduit des prises de parts de marché et une bonne dynamique commerciale, l'inflation est en effet contenue sous les 5%. Pour l'Argentine, cela traduit également des gains de parts de marché, mais la performance doit être relativisée avec une inflation proche de 30%.
4. L'Italie reste un problème pour le Groupe avec un recul de -9,5% en organique.

Au global, l'investisseur ne doit pas négliger l'impact négatif de la dépréciation des devises contre l'€ pour les multinationales mais, en même temps, il doit prendre en compte une amélioration structurelle de la « top line » qui est probablement le résultat, sur le plan conjoncturel de l'effet du télétravail, mais également sur le plan structurel :

- des baisses de prix engagés par le Groupe depuis 2018 qui ont significativement amélioré son positionnement concurrentiel ;
- de la réussite de l'effort mené en faveur des produits vendus sous la marque Carrefour qui représentent désormais 29% des ventes, en hausse de 2 points sur un an ;
- de la très forte envolée de l'e-commerce alimentaire (+ 65% sur un an) qui a été permise par un effort significatif du Groupe en faveur de ses capacités de préparations et de livraisons ;
- de la réussite des ventes de produits bio (+20% sur un an) qui renforce le leadership du Groupe en France sur ce segment de produits ;
- du déploiement de magasins de proximité.



La hausse du chiffre d'affaires par magasins, couplée à la baisse des coûts (-3Mds€ attendus à fin 2020 sur 3 ans), laissent présager de bons résultats ::

	Troisième trimestre 2020			
	Ventes TTC (M€)	Magasins comparables ⁽²⁾	Variation totale ⁽³⁾	
			A changes courants	A changes constants
France	9 676	+3,8%	-0,9%	-0,9%
Europe	5 813	+1,9%	-0,3%	+0,2%
Amérique Latine (pre-IAS 29)	3 614	+28,4%	-10,2%	+29,5%
Asie	587	+0,6%	+2,3%	+1,4%
Groupe (pre-IAS 29)	19 690	+8,4%	-2,5%	+5,5%

source Carrefour

Recommandation :

A presque 14 € le 25 novembre, l'action Carrefour capitalise environ 10 fois les bénéfices attendus par les analystes en 2021 et devrait offrir, sur cet exercice, un rendement coupon proche de 4%.

Hiboo est à l'achat sur cette valeur de rendement qui a été bien sécurisée par la nouvelle direction depuis 2 ans.

