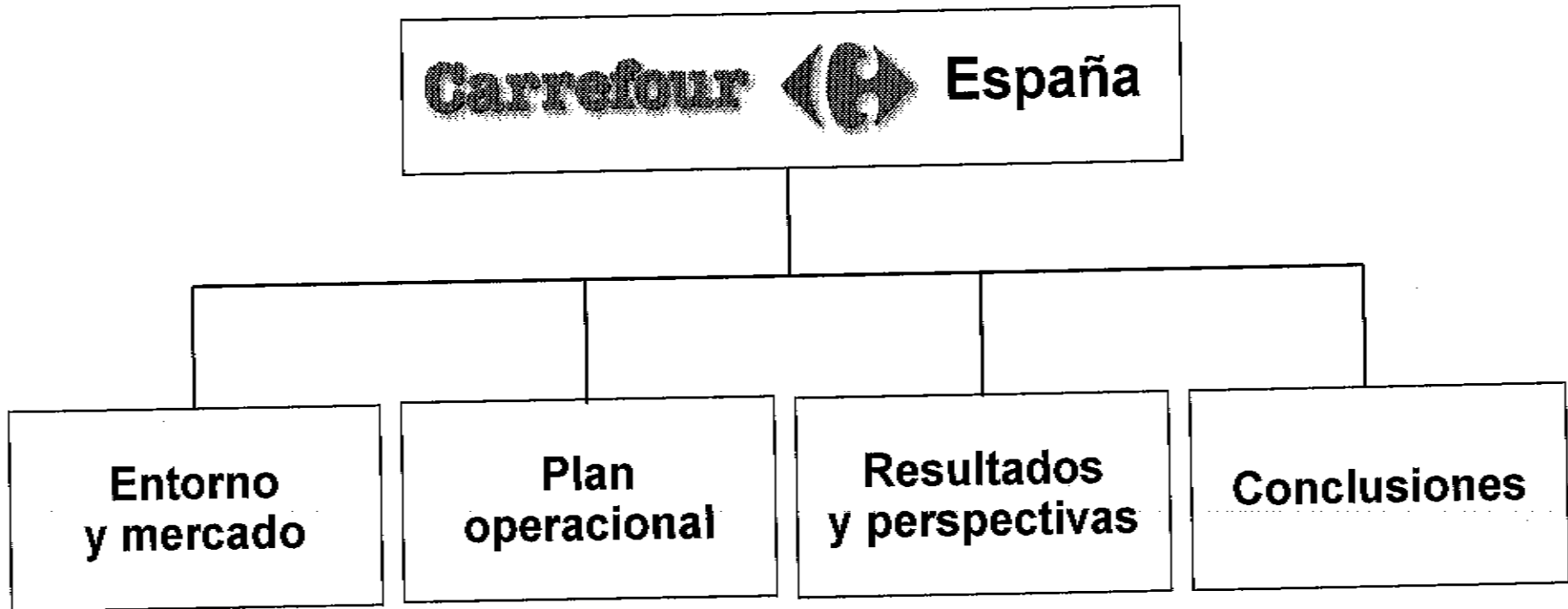
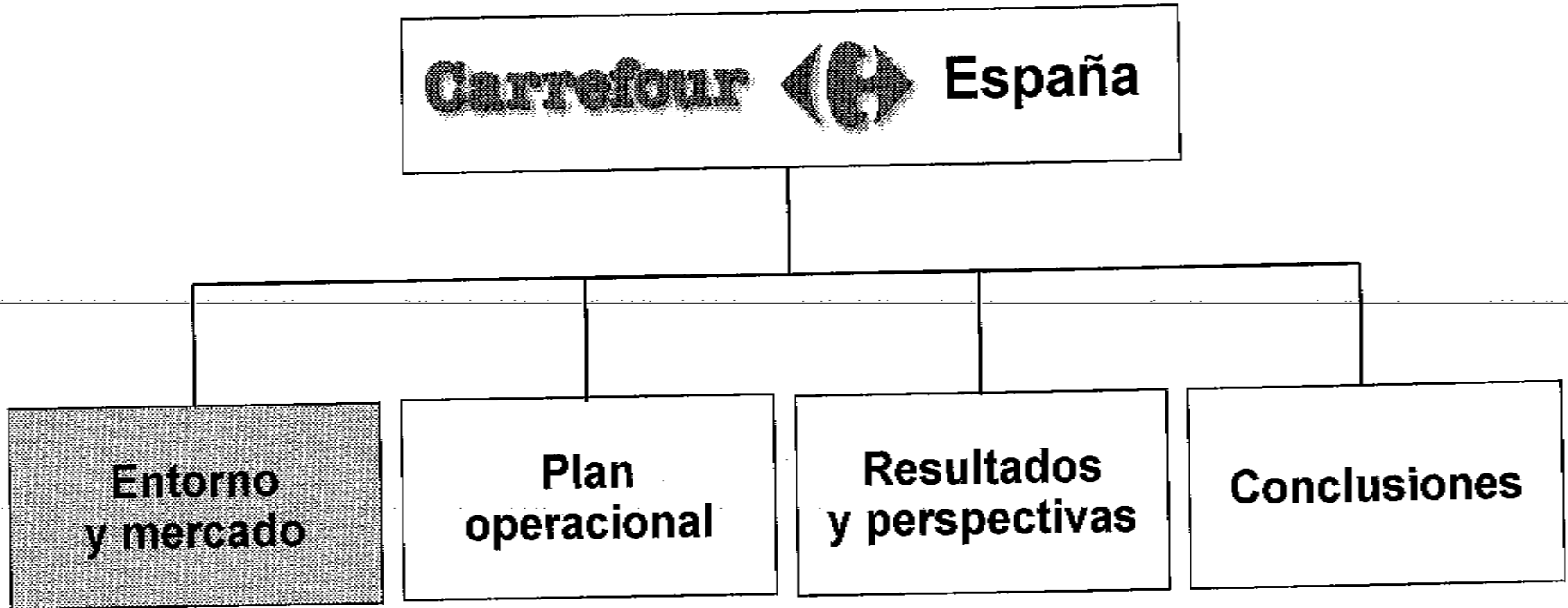


**CENTROS COMERCIALES
CARREFOUR, S.A.**

Bolsa de Madrid, 25 de septiembre de 2000

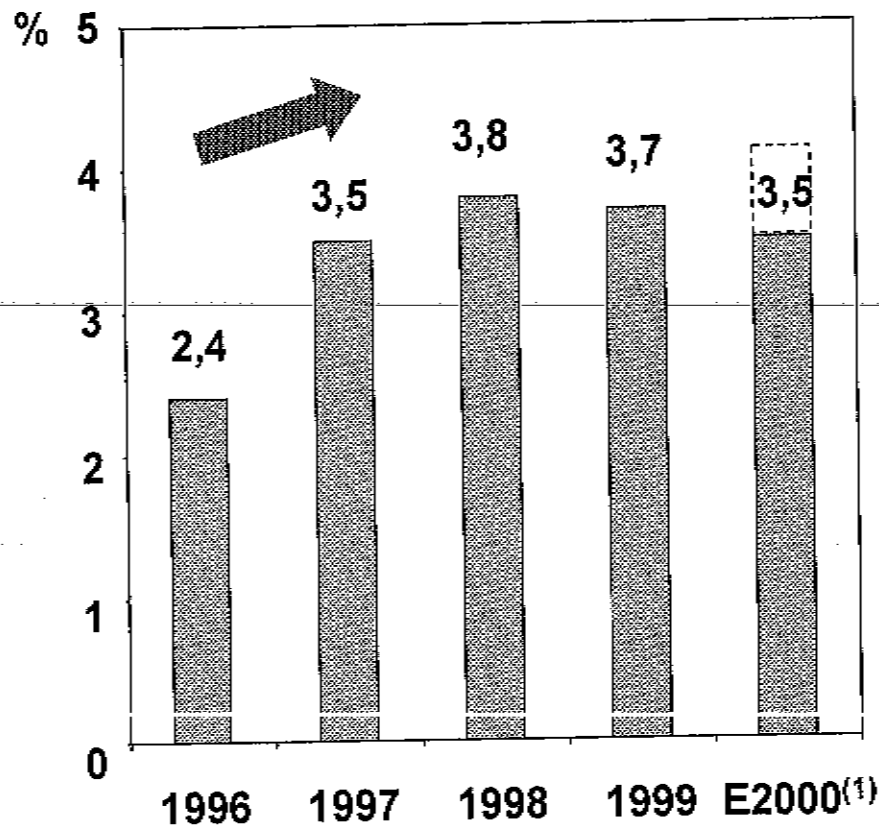




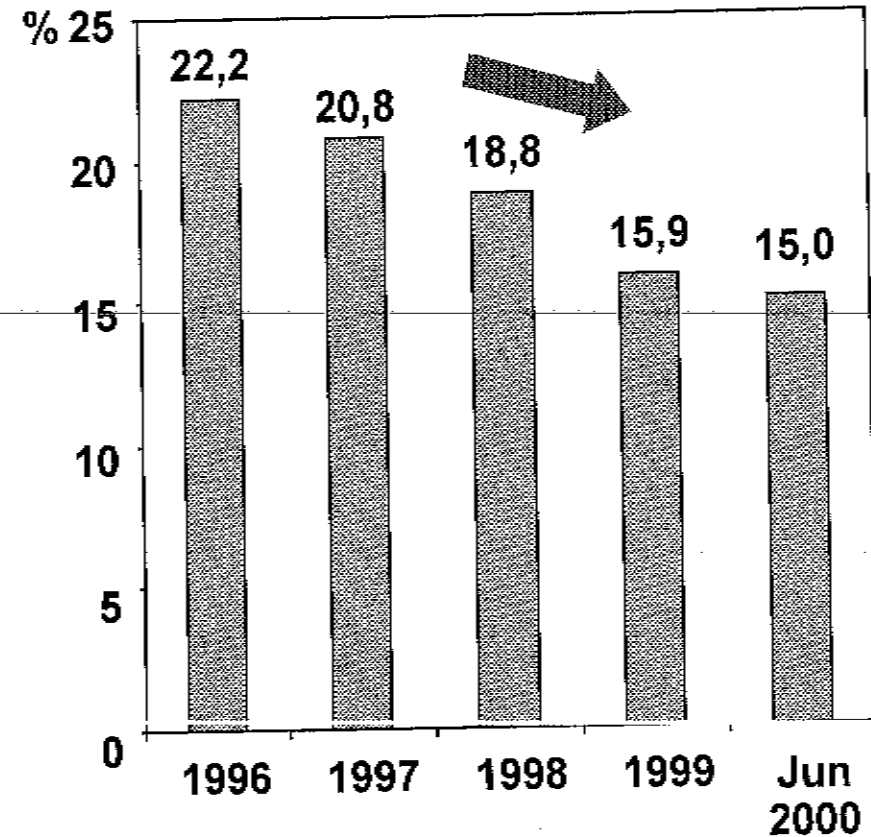


1999/2000: UN ENTORNO FAVORABLE

Crecimiento P.I.B.



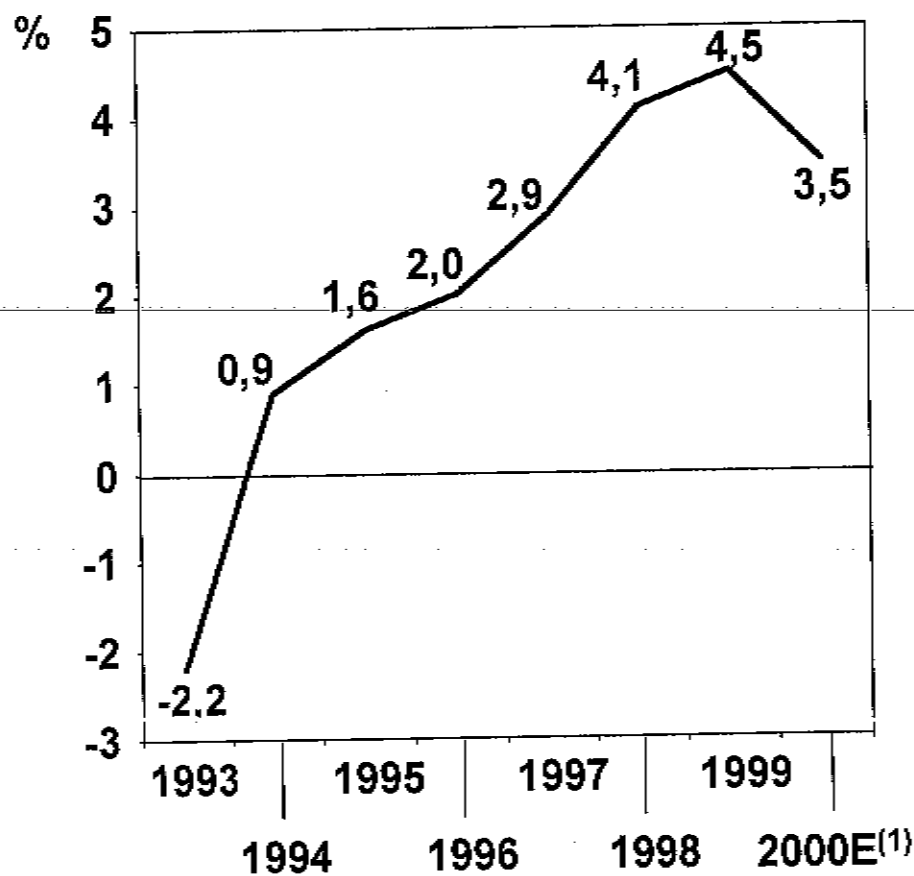
Tasa de desempleo



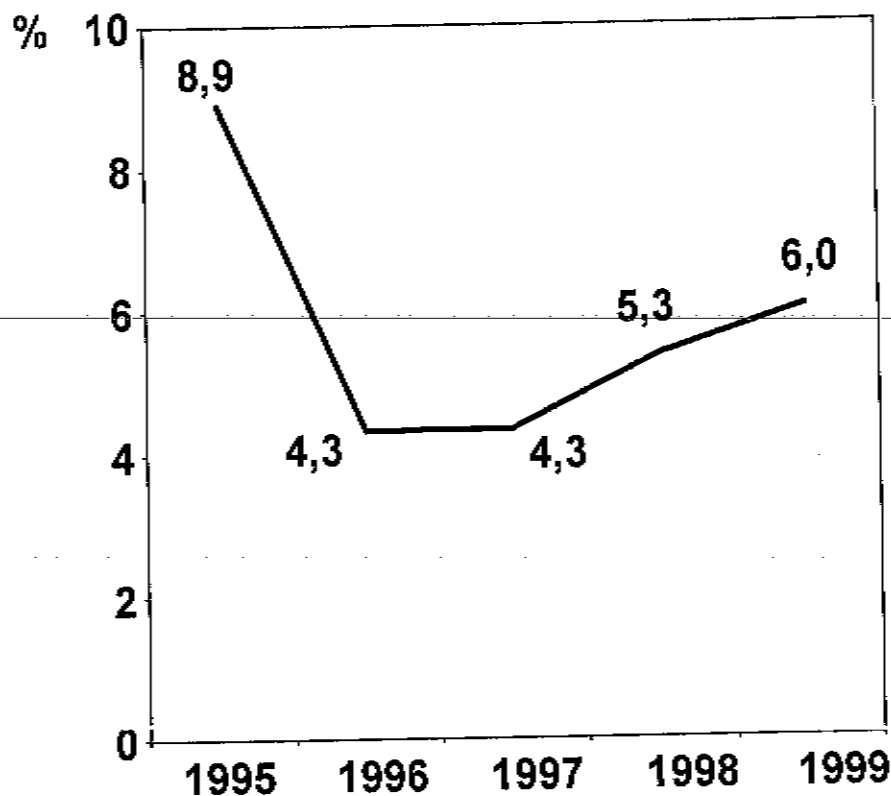
(1) Fuente: Estimado Instituto Klein
Fuente: I.N.E.

1999/2000: UN ENTORNO FAVORABLE

Crecimiento del consumo privado



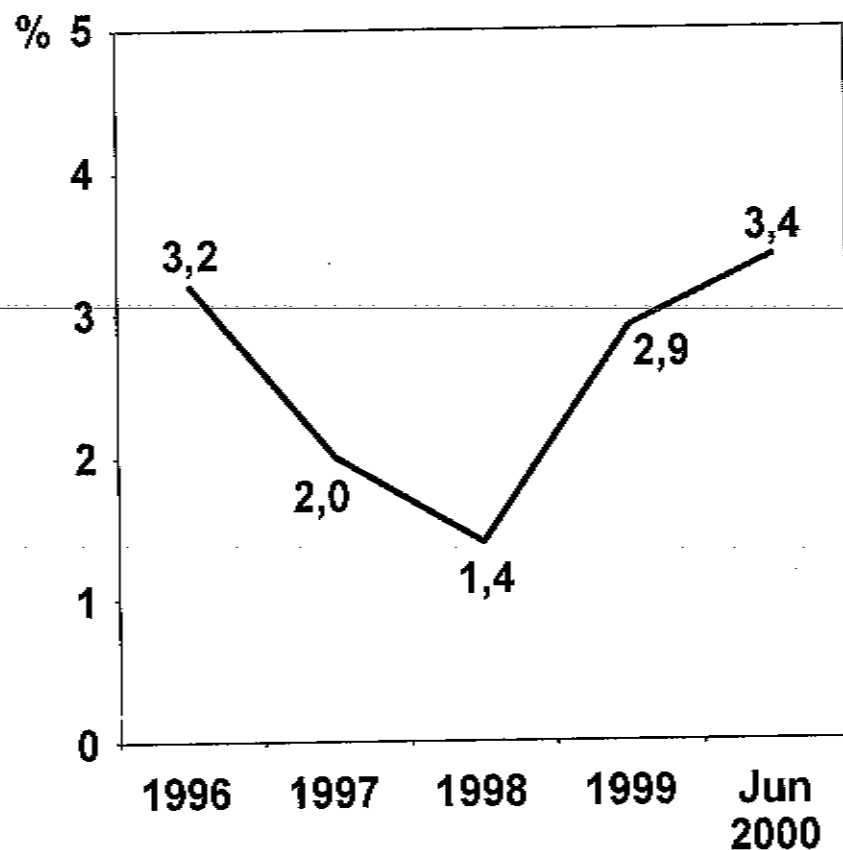
Crecimiento renta familiar bruta disponible a precios constantes



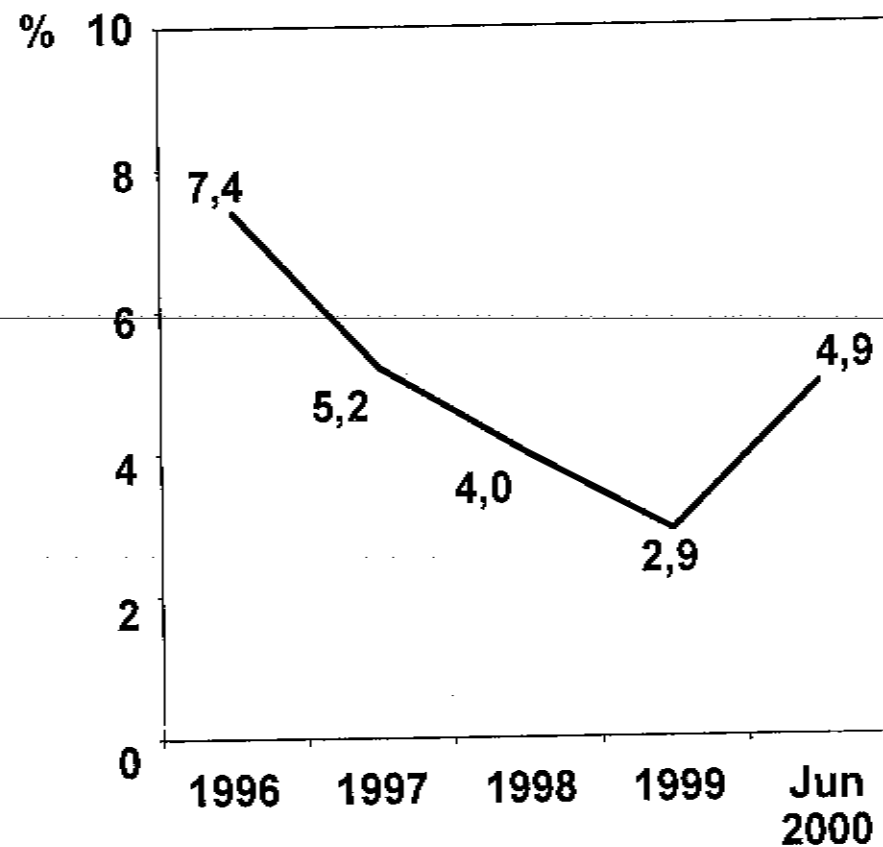
(1) Fuente: Estimado Instituto Klein
Fuente: I.N.E.; Servicios de Estudios BBV

... ALGÚN DESEQUILIBRIO

Inflación



Tipos de interés

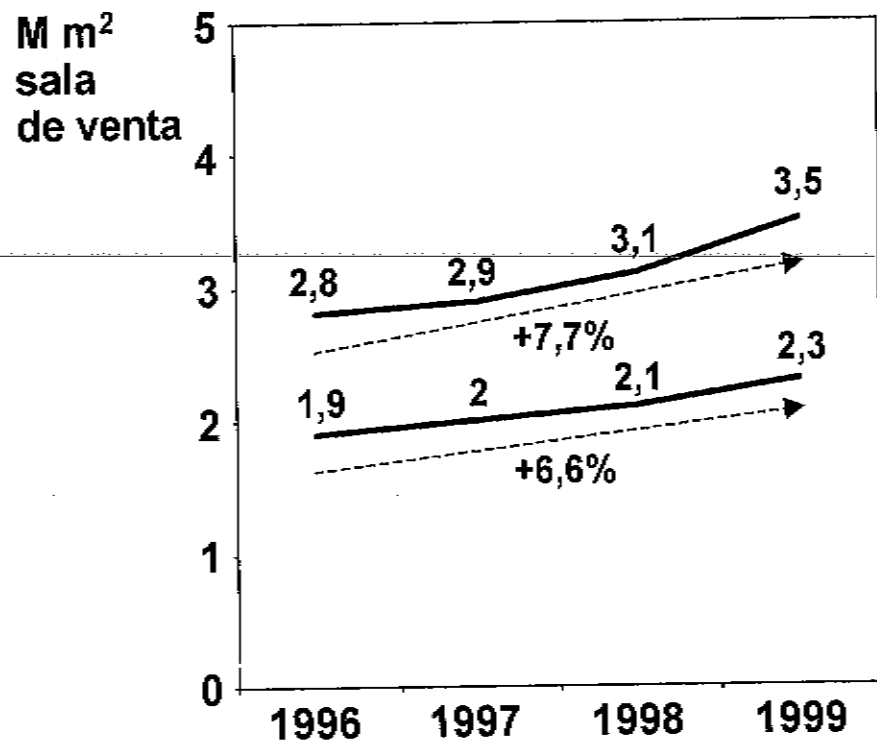


Fuente: I.N.E.

Presentación Carrefour V6

LA OFERTA COMERCIAL SIGUE CRECIENDO

Evolución por formato



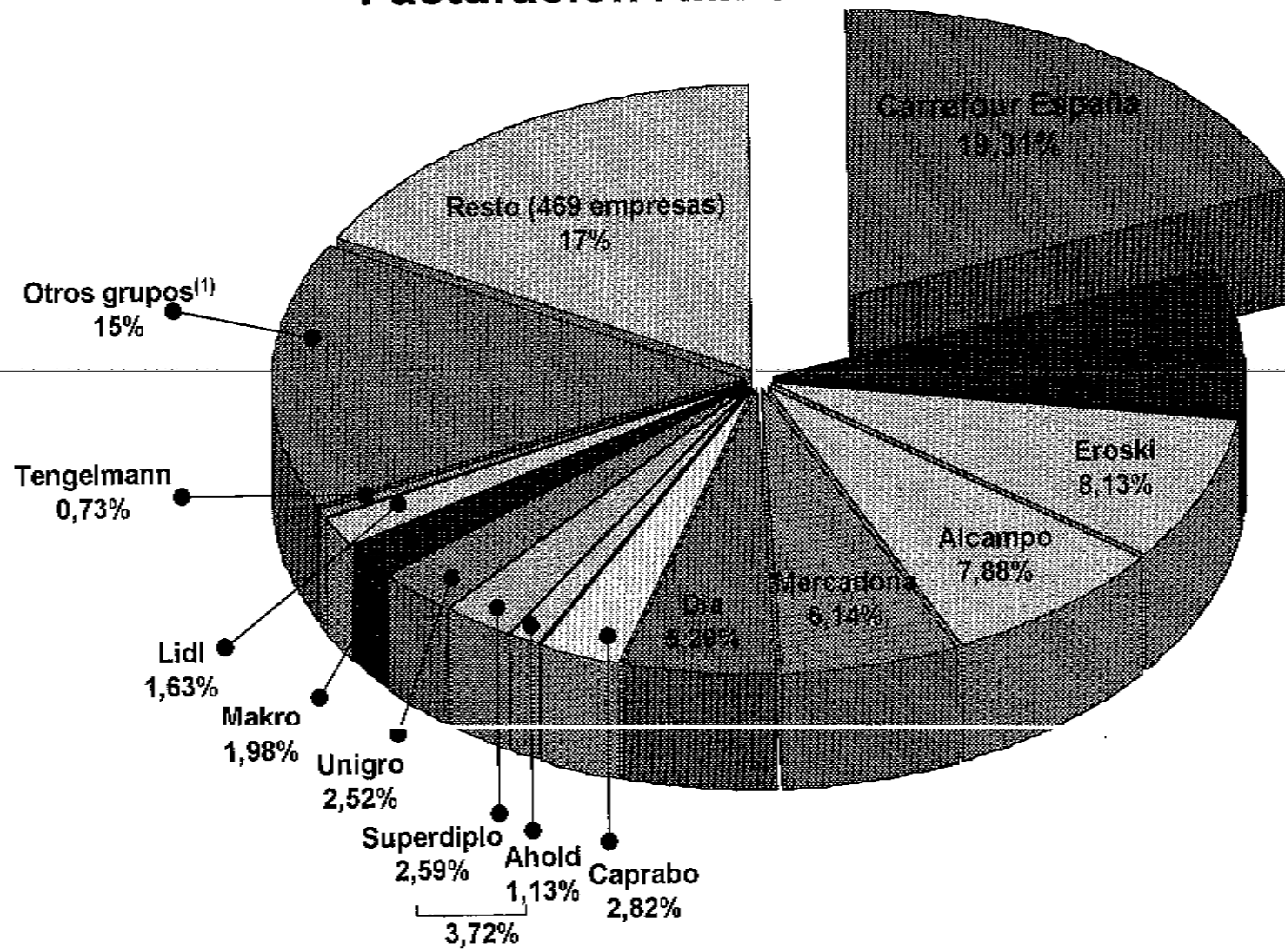
- Super > 400 m²
- Hiper > 2.500 m²

Nº de aperturas

	97	98	99	Total 99
Hiper > 2.500 m²	17	13	8	306
Super > 400 m²	194	265	250	4.313
Super + H.D. 100-400 m²	156	277	289	8.252
Total	367	555	547	12.871

SOMOS LÍDERES

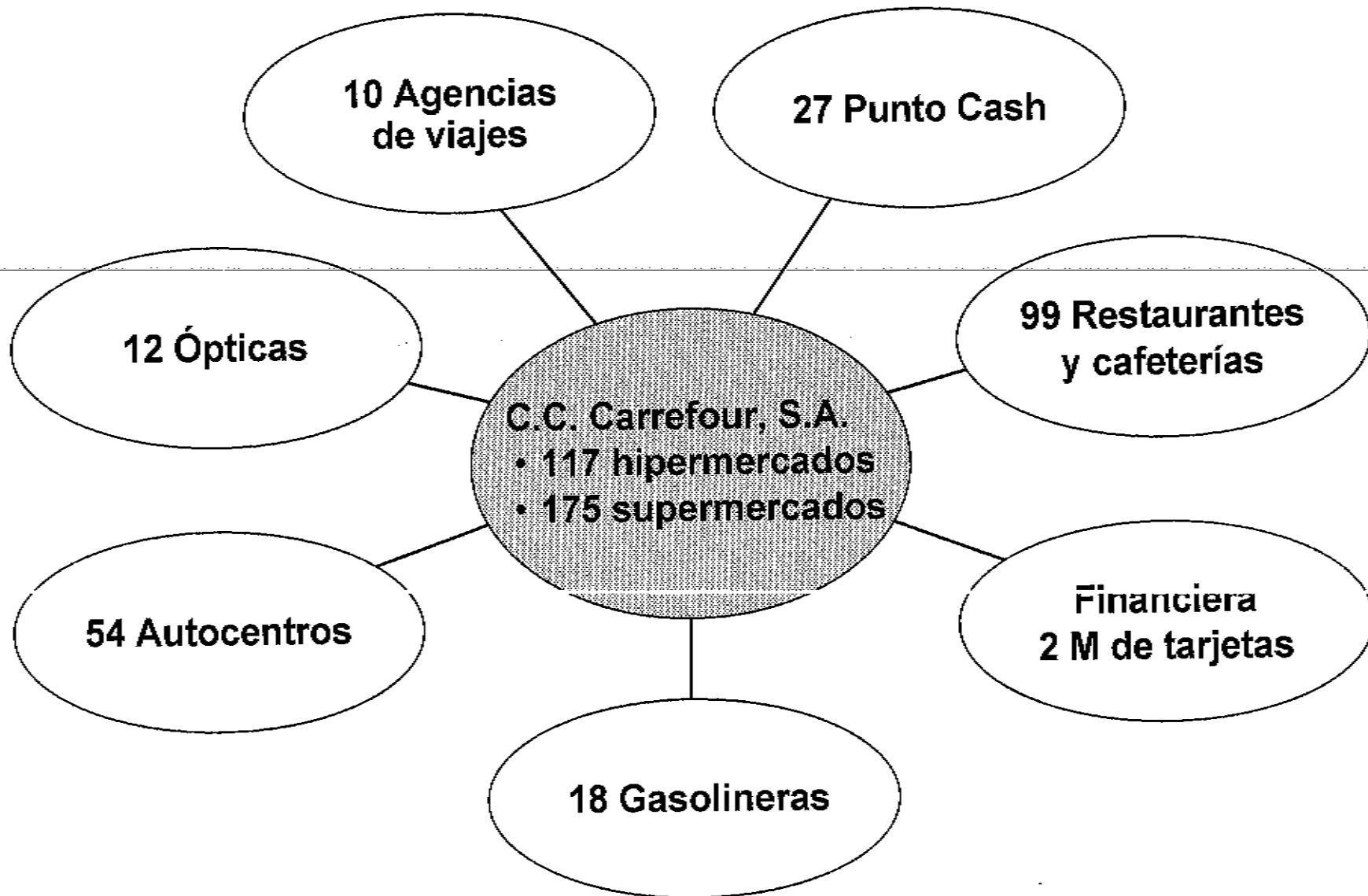
Facturación Alimentación 1999

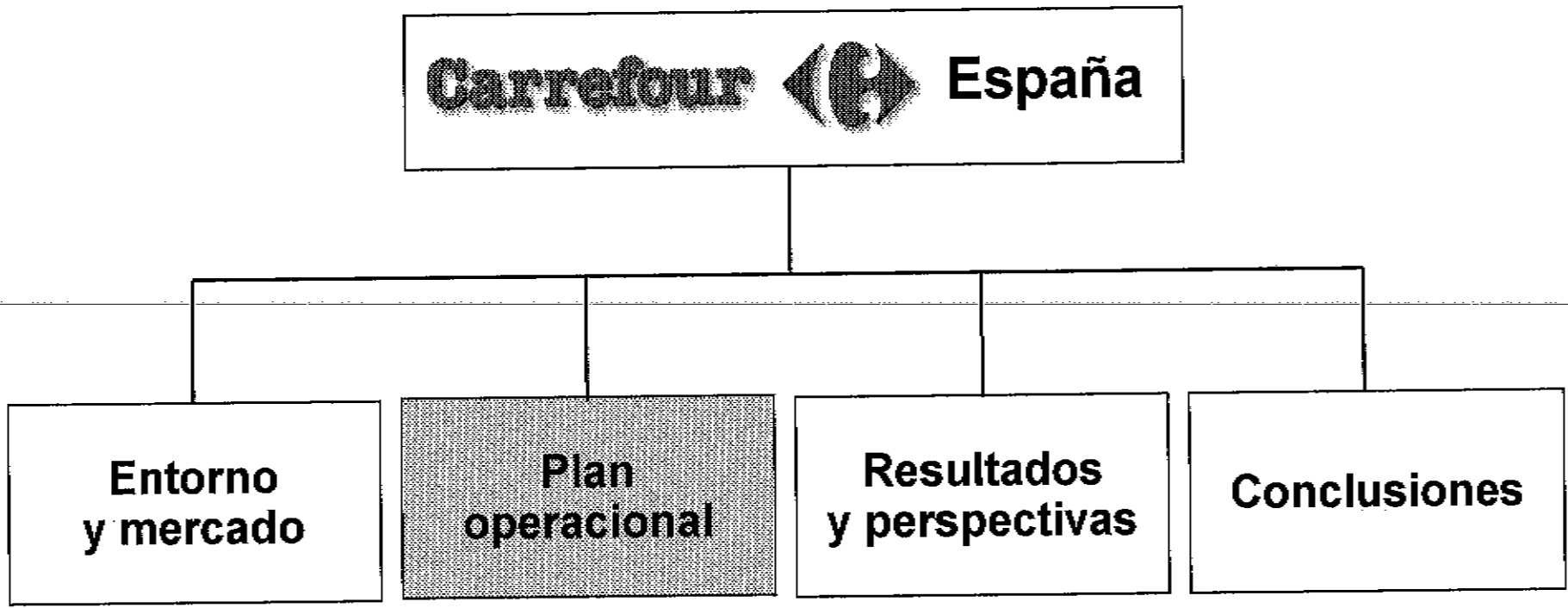


(1) Gadisa, Ahorramas, Unide, Miguel, Condís, Covalco, Uvesco, Jesuman, Alcosto, Enaco, Ayala, Miro, Froiz
Fuente: Anuario distribución

SOMOS MULTIFORMATO Y MULTIACTIVIDAD

Diciembre 1999





CALENDARIO DEL PROCESO JURÍDICO DE FUSIÓN

- ➡ **25 enero 2000: aprobación de la fusión Carrefour/Promodès por Bruselas**

- ➡ **26 mayo 2000: decisión del Gobierno Español**

- ➡ **27 julio 2000: aprobación OPA por CNMV**

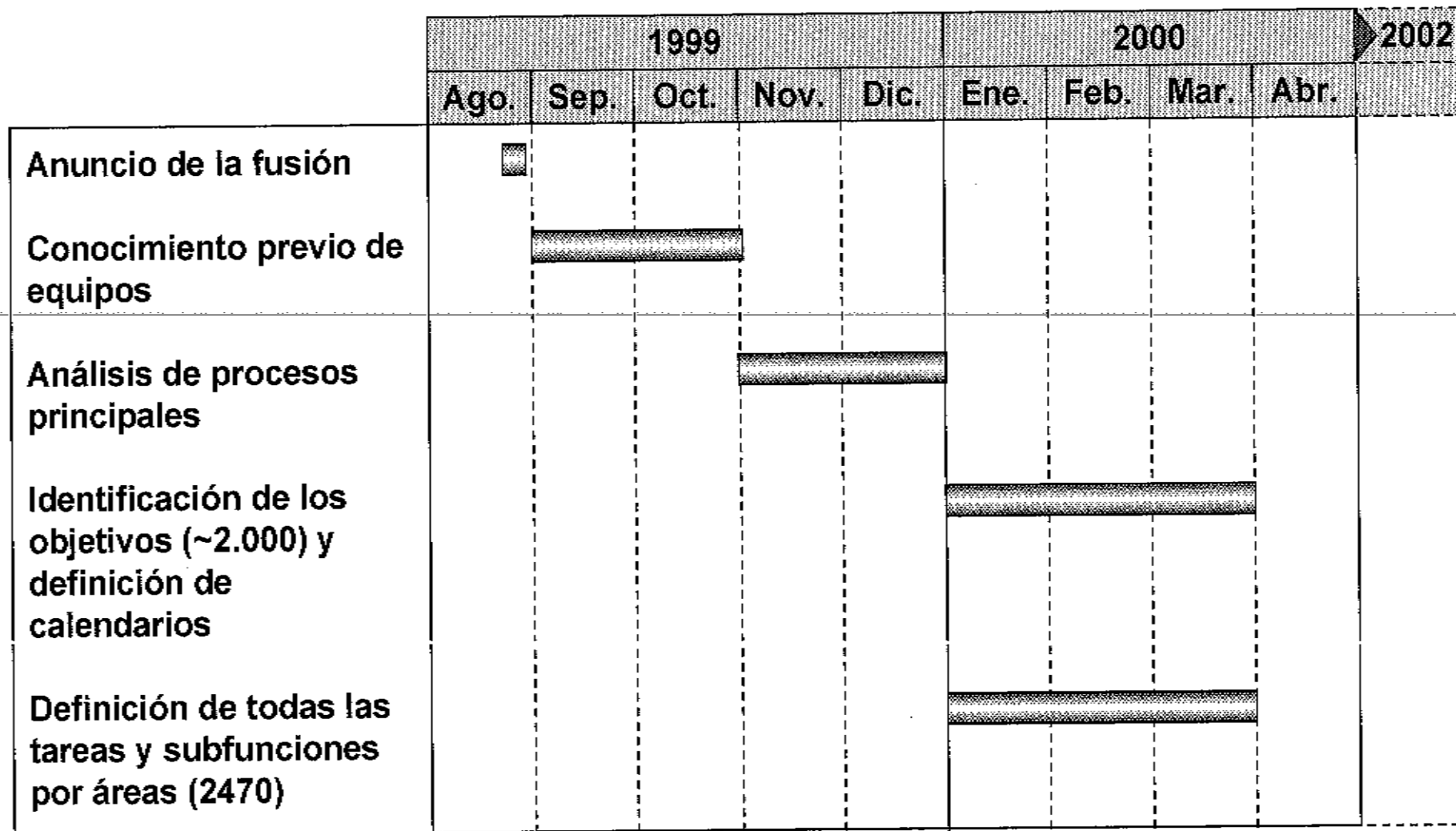
- ➡ **8 septiembre 2000: ejecución y liquidación OPA**

- ➡ **Septiembre-octubre: canje de acciones (21 acciones de Pryca por cada 16 acciones de Continente)**

- ➡ **Octubre: pago dividiendo (0,32 € por acción)**

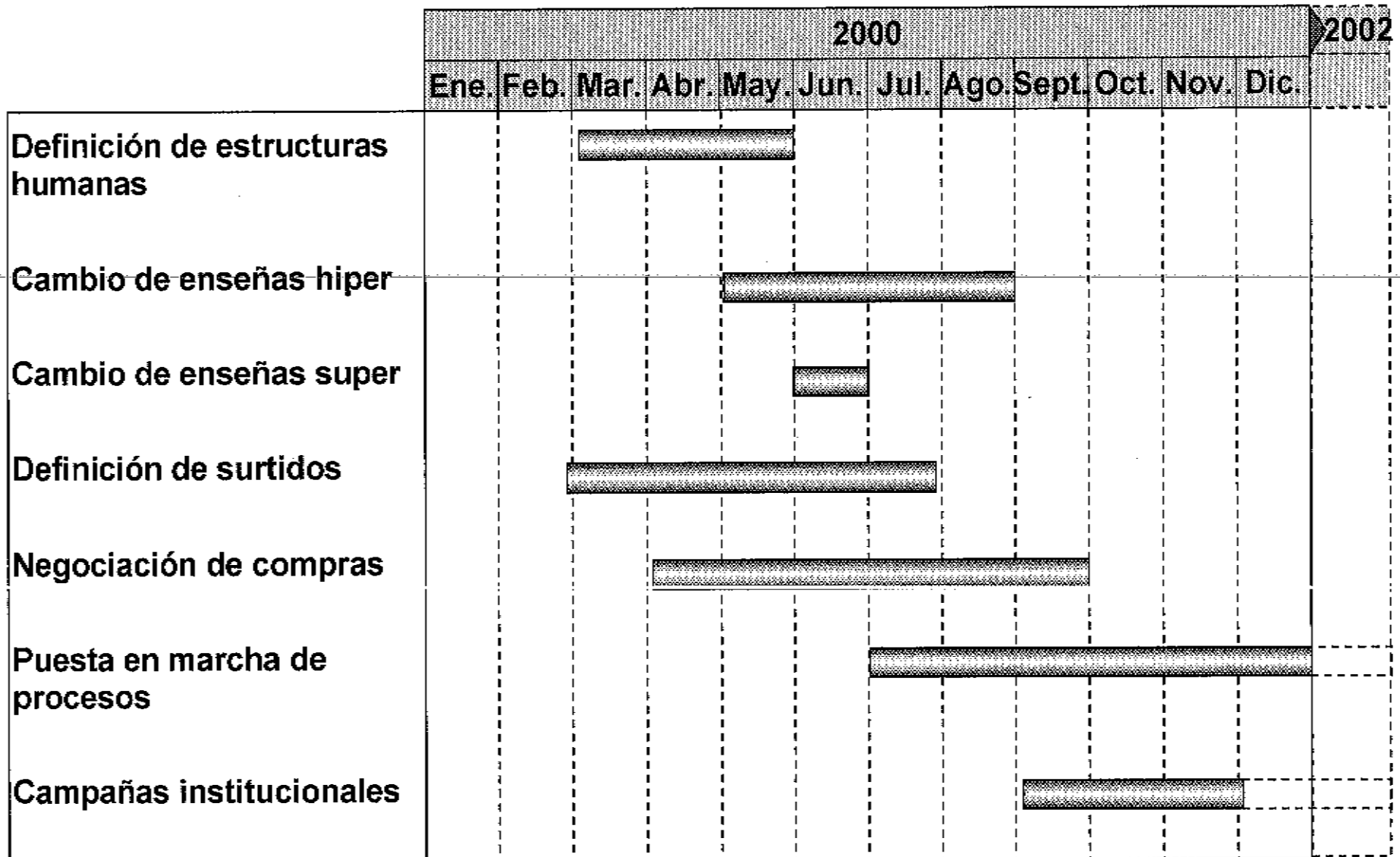
UN PROCESO DE FUSIÓN COHERENTE

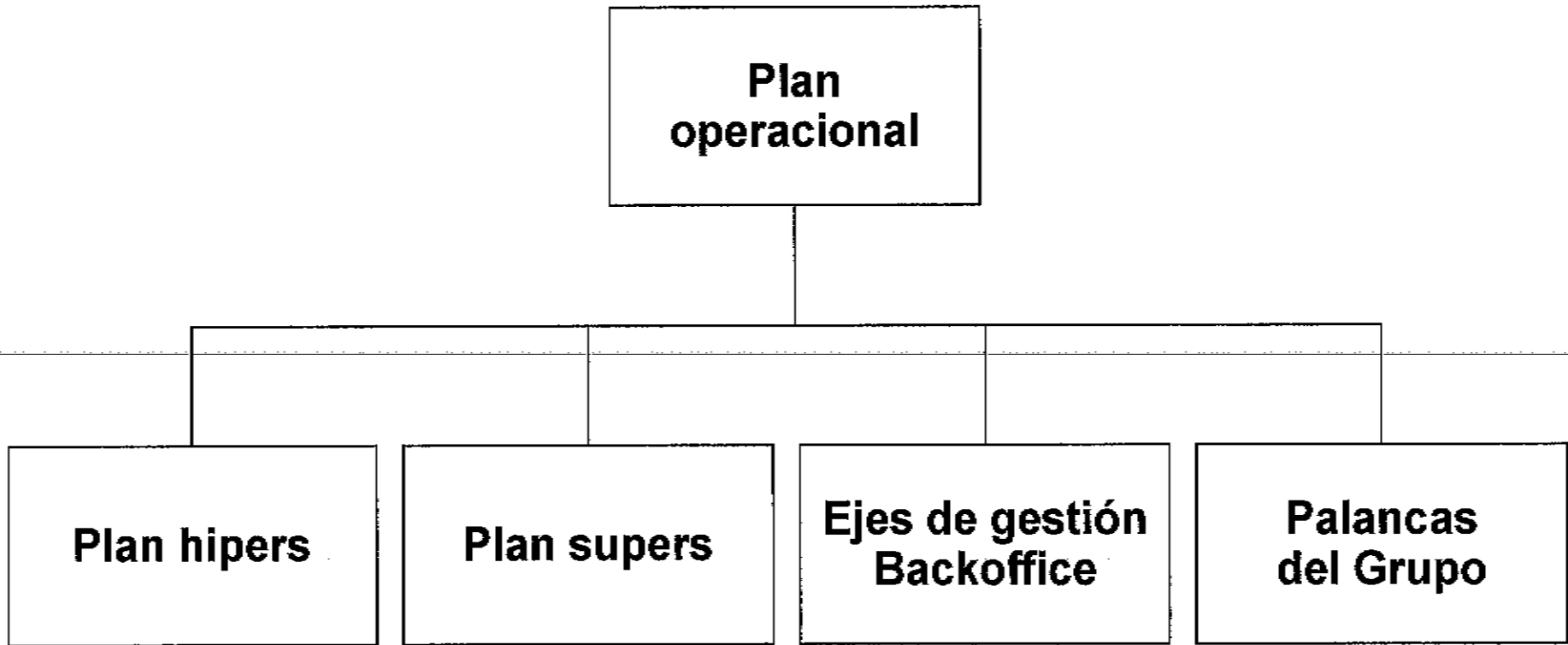
Tanto en su definición...

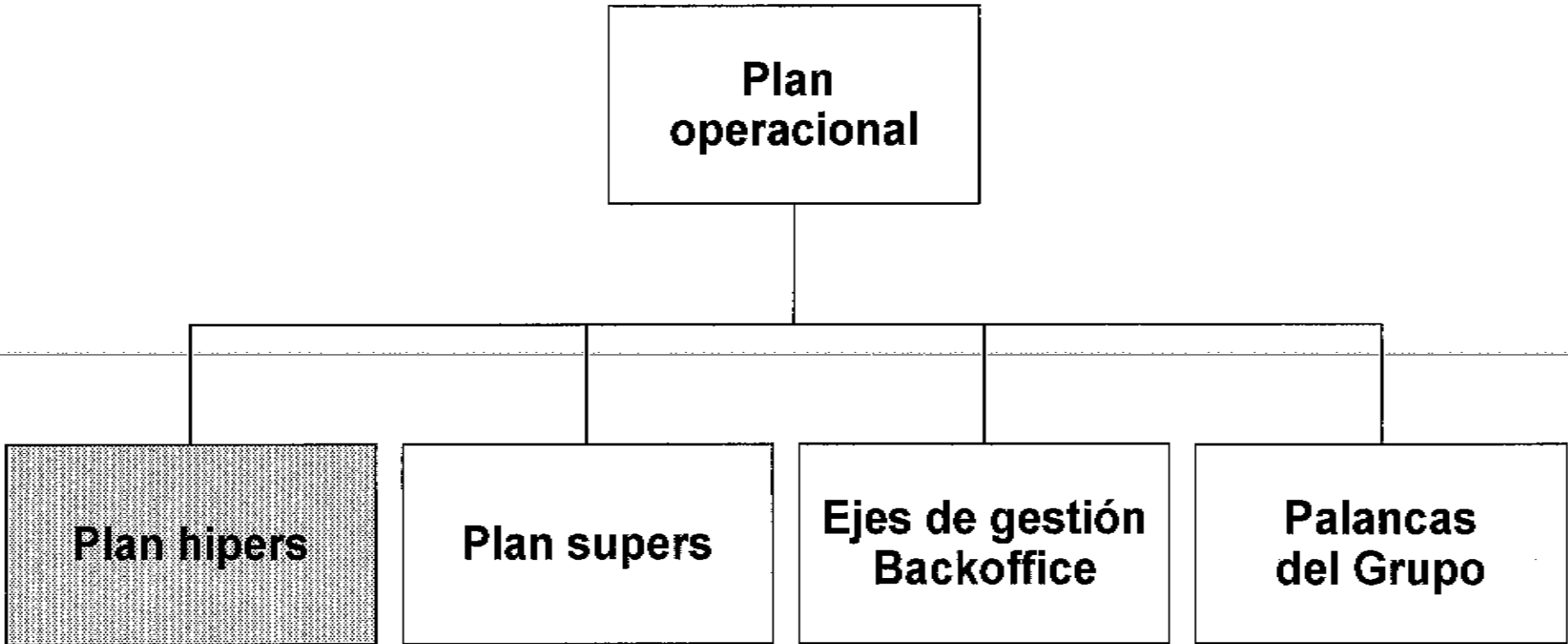


UN PROCESO DE FUSIÓN COHERENTE

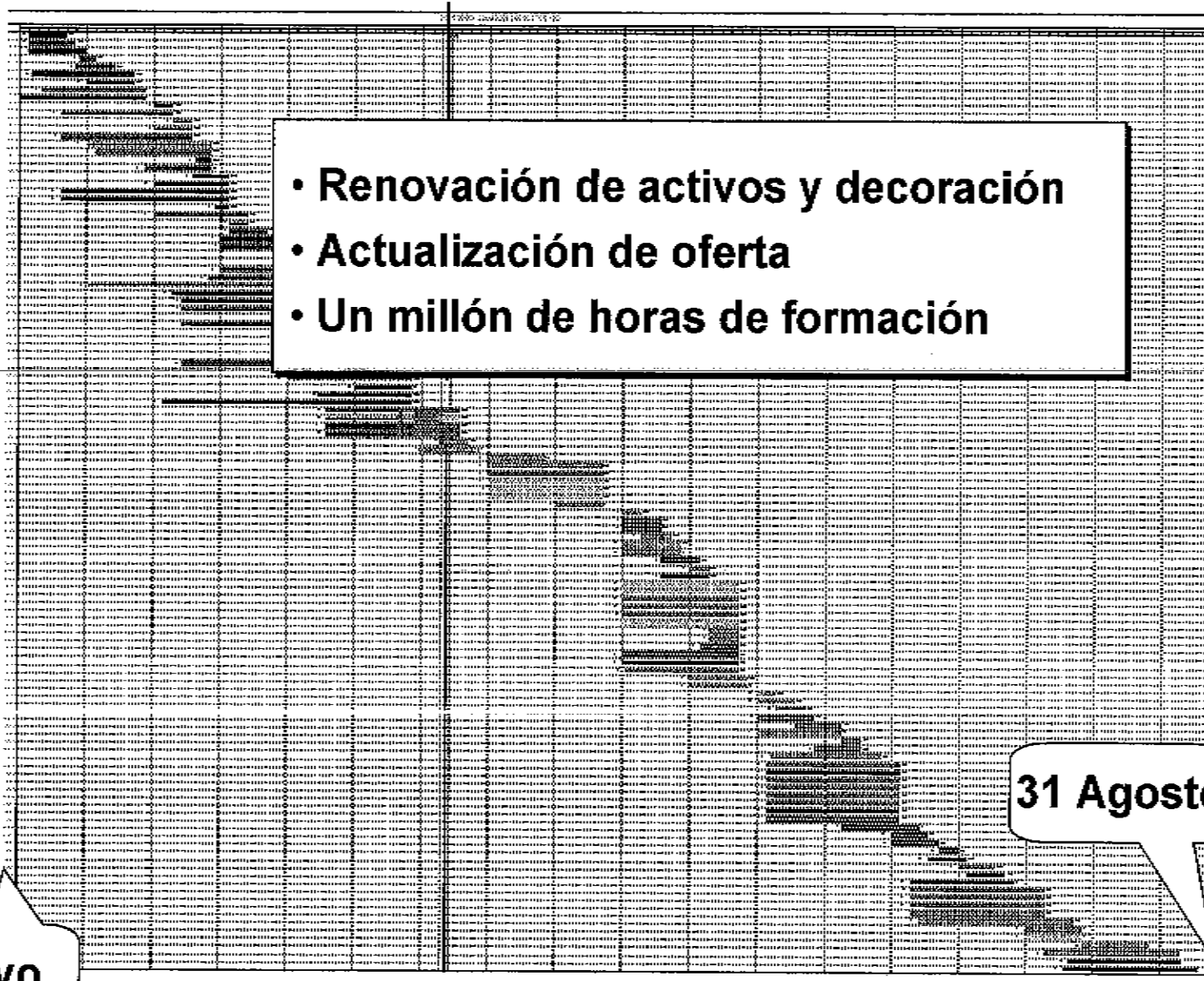
...como en su puesta en marcha







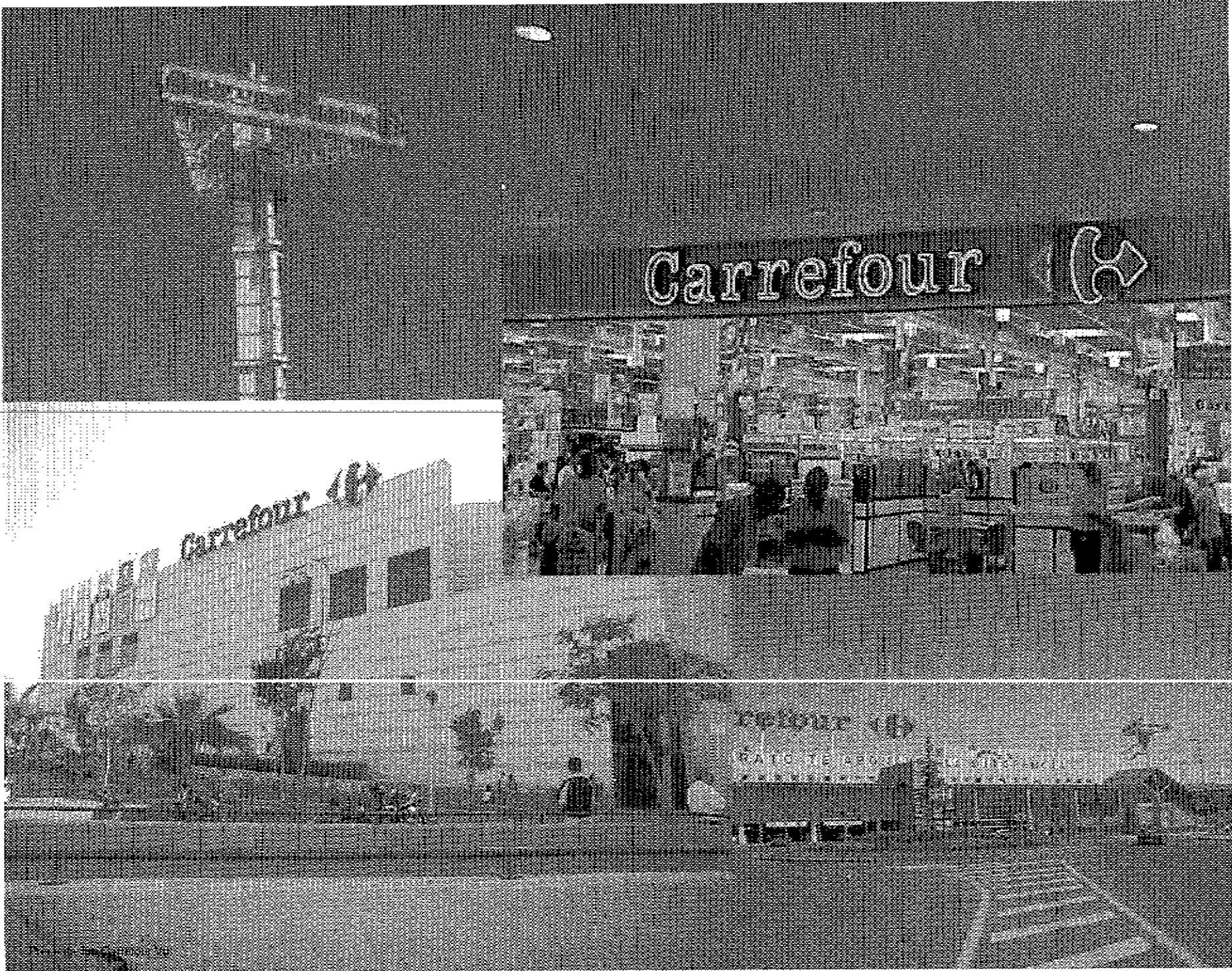
119 HIPERMERCADOS HAN CAMBIADO SU ENSEÑA



31 Agosto

5 Mayo

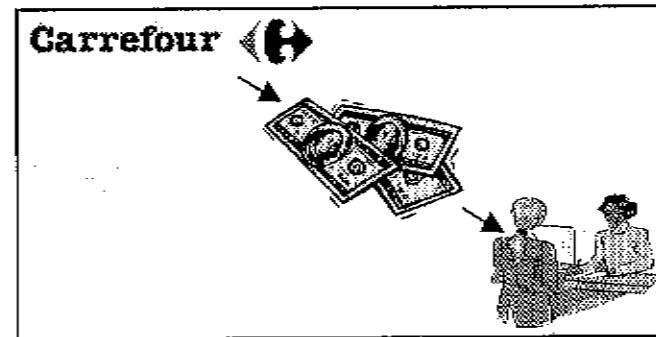
Presentación Carrefour V6



LOS PLUSES CARREFOUR SON:

El discount

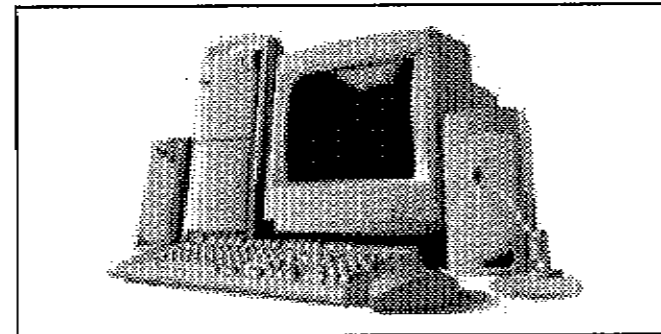
El plan de batalla



La proximidad
Call Center, productos, entorno



La modernidad
La oferta, el servicio, la comodidad



ALGUNOS EJEMPLOS DE DISCOUNT YA REALIZADOS...

Graba este precio en tu memoria



199.900

Ordenador FUJITSU SIEMENS Pentium III 667/1,33 MHz

• Procesador 667 MHz	• Memoria RAM 16 MB	• Disco duro 2 GB	• Fuente de alimentación 250 W
• Pantalla 17" (16:9)	• Teclado y ratón	• Sistema operativo Windows 98	• 2 años de garantía

En todos los Centros

CONTINENTE / **PRYCA**

GRUPO **Carrefour**

TV 28" con sonido estéreo



De las marcas Bluesky (Centros Pryca) o Kneissel (Centros Continente)

• Sonido estéreo • Teletexto • Tubo Flat Square • Memó en pantalla • 2 euroconectores • Mando a distancia

44.900

GRUPO **Carrefour**

PRYCA / **CONTINENTE**

25 ABRIL

• Ordenador Fujitsu P.III 667

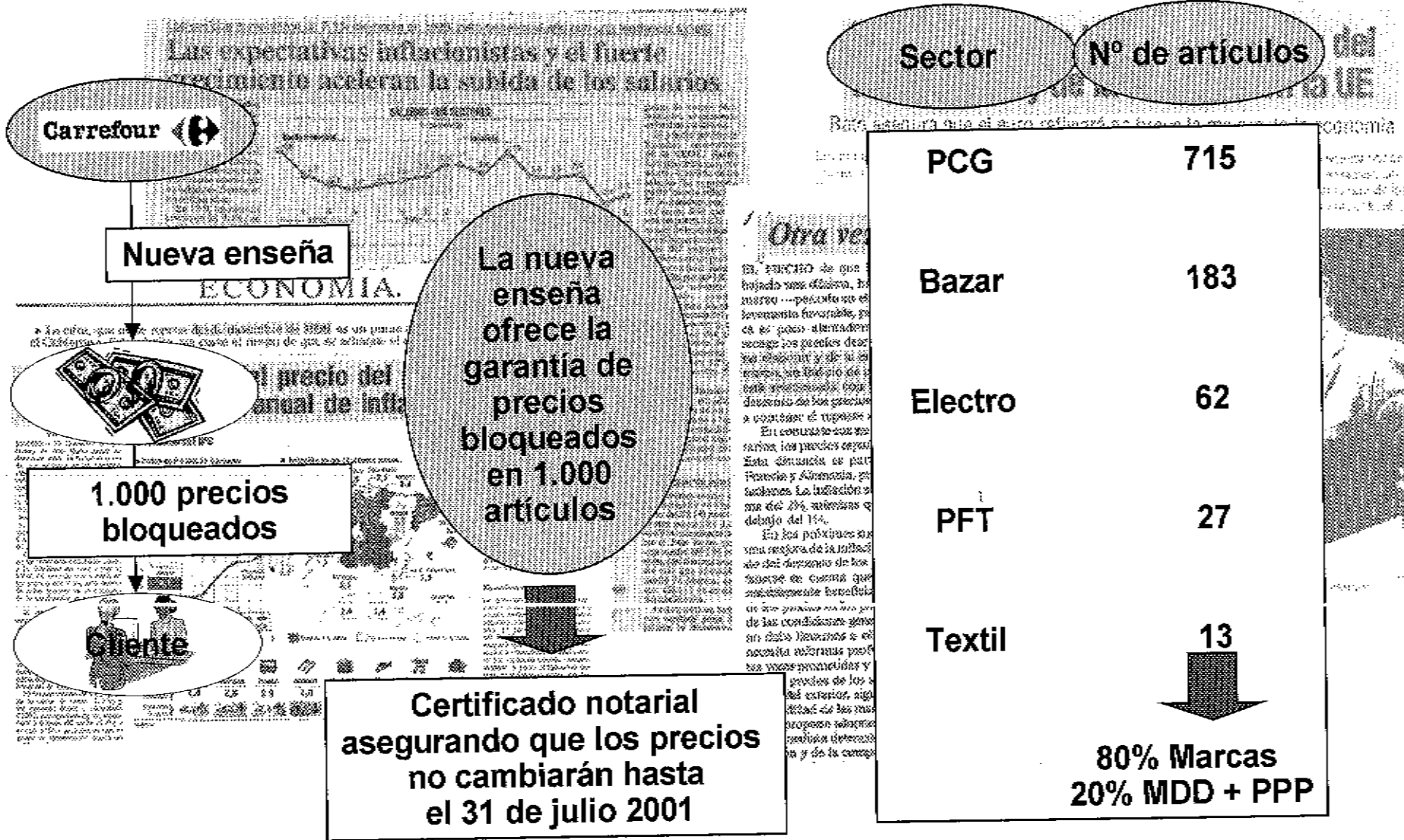
- P.V.P: 199.900 Ptas.
- cantidad vendida: 3.200
- venta: 640 M

23 JUNIO

• Televisor Kneissel/Blue Sky 28" Estéreo

- P.V.P: 44.900 Ptas.
- cantidad vendida: 10.000
- venta: 449 M

... REFORZADO POR UNA INICIATIVA NUNCA VISTA



Del 15 al 26 de septiembre

**SOMOS LOS
DE SIEMPRE...**



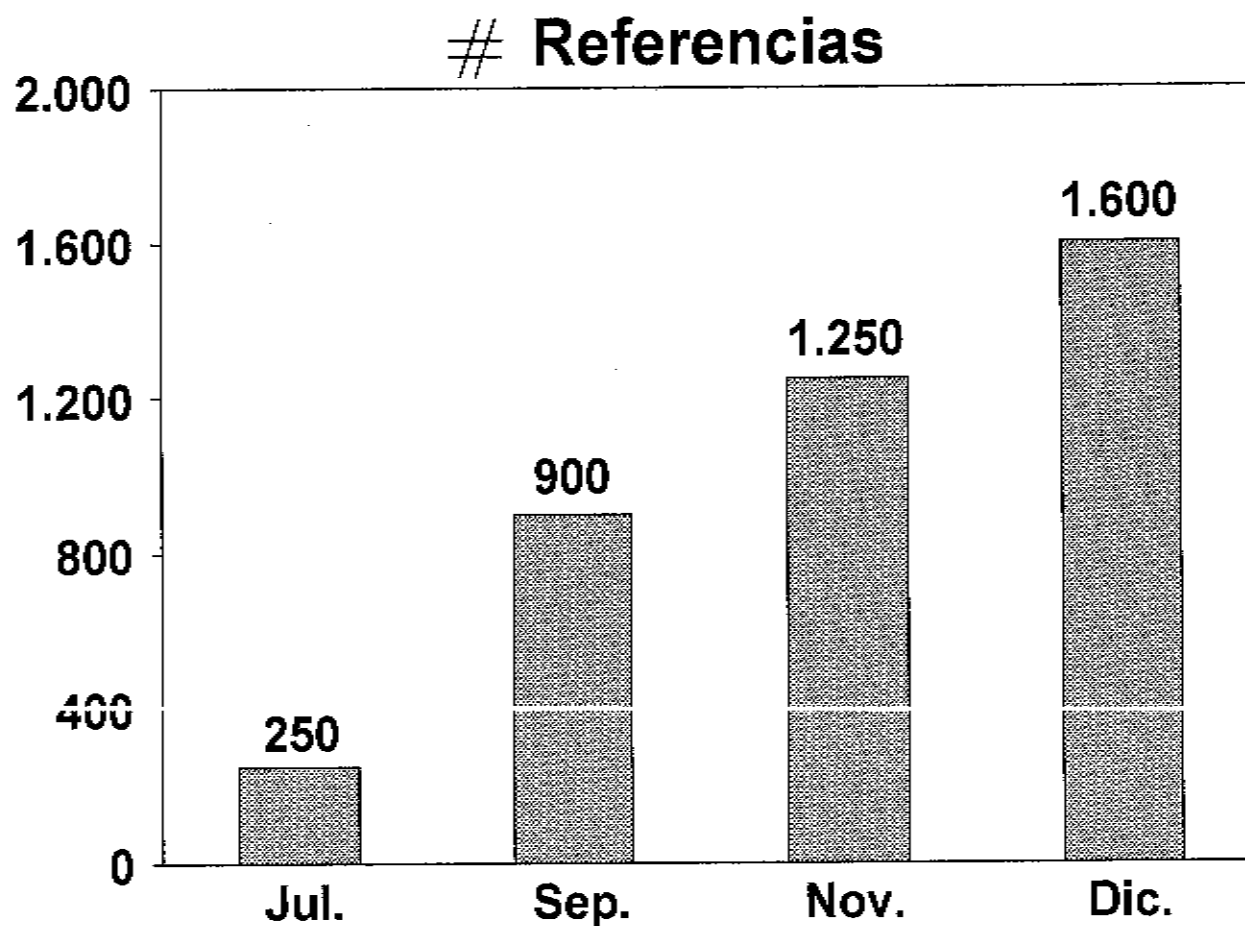
SOMOS CARREFOUR ALMERÍA.



con Carrefour es posible

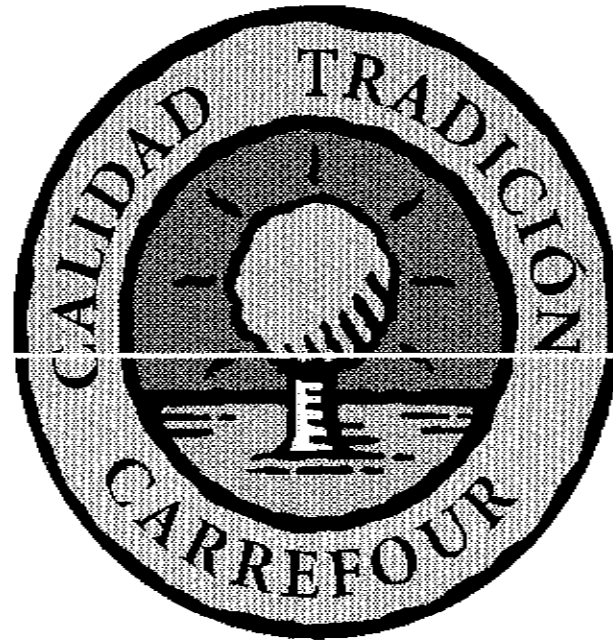
LA MODERNIDAD SE REFLEJA EN ...

➔ Marcas propias en alimentación



LA MODERNIDAD SE REFLEJA EN:

- ➡ **Marcas propias en alimentación**
- ➡ **Garantía de origen de productos frescos**



LA MODERNIDAD SE REFLEJA EN:

- ➡ **Marcas propias en alimentación**
- ➡ **Garantía de origen de productos frescos**
- ➡ **Universos de no alimentación**

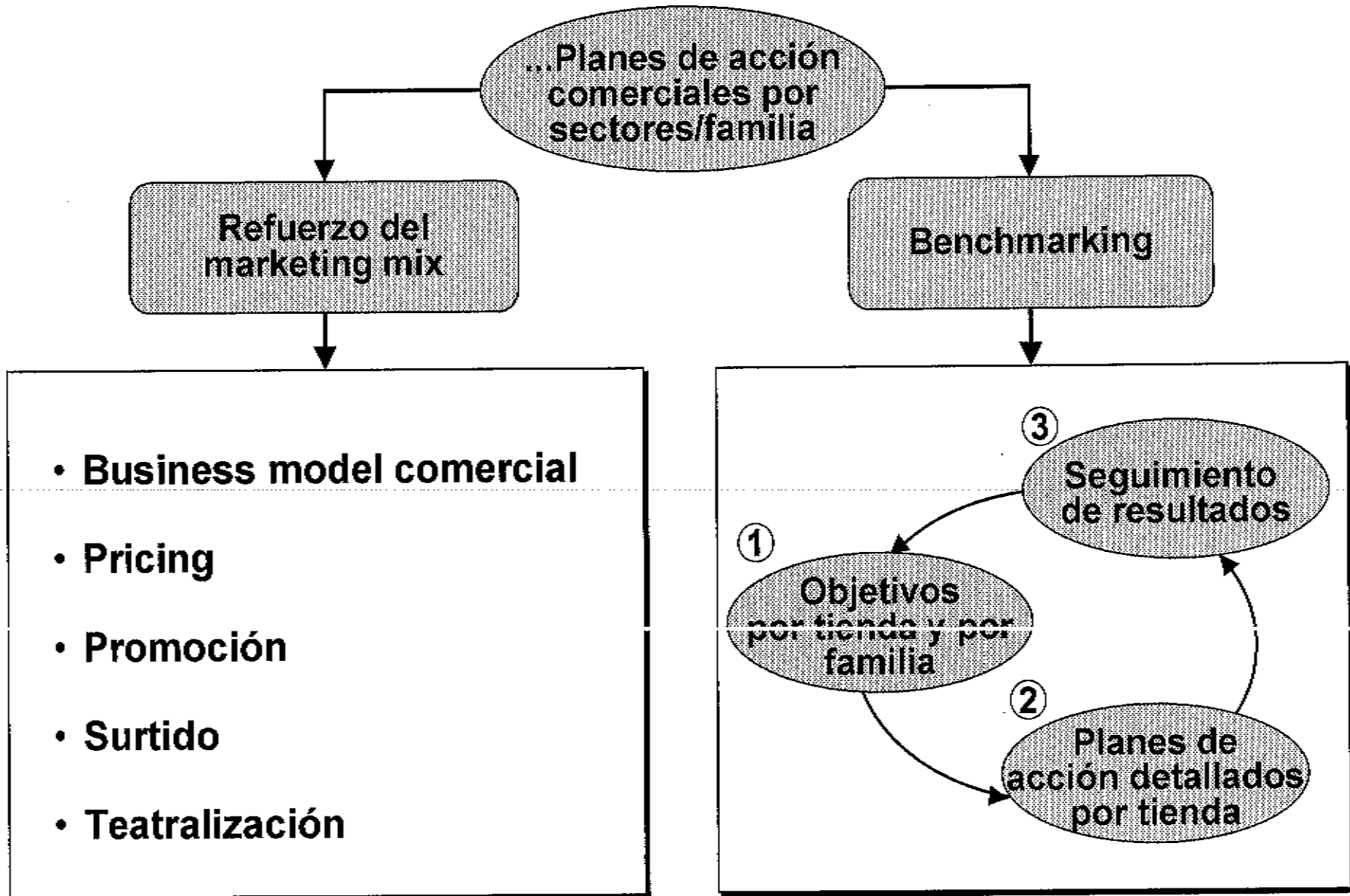




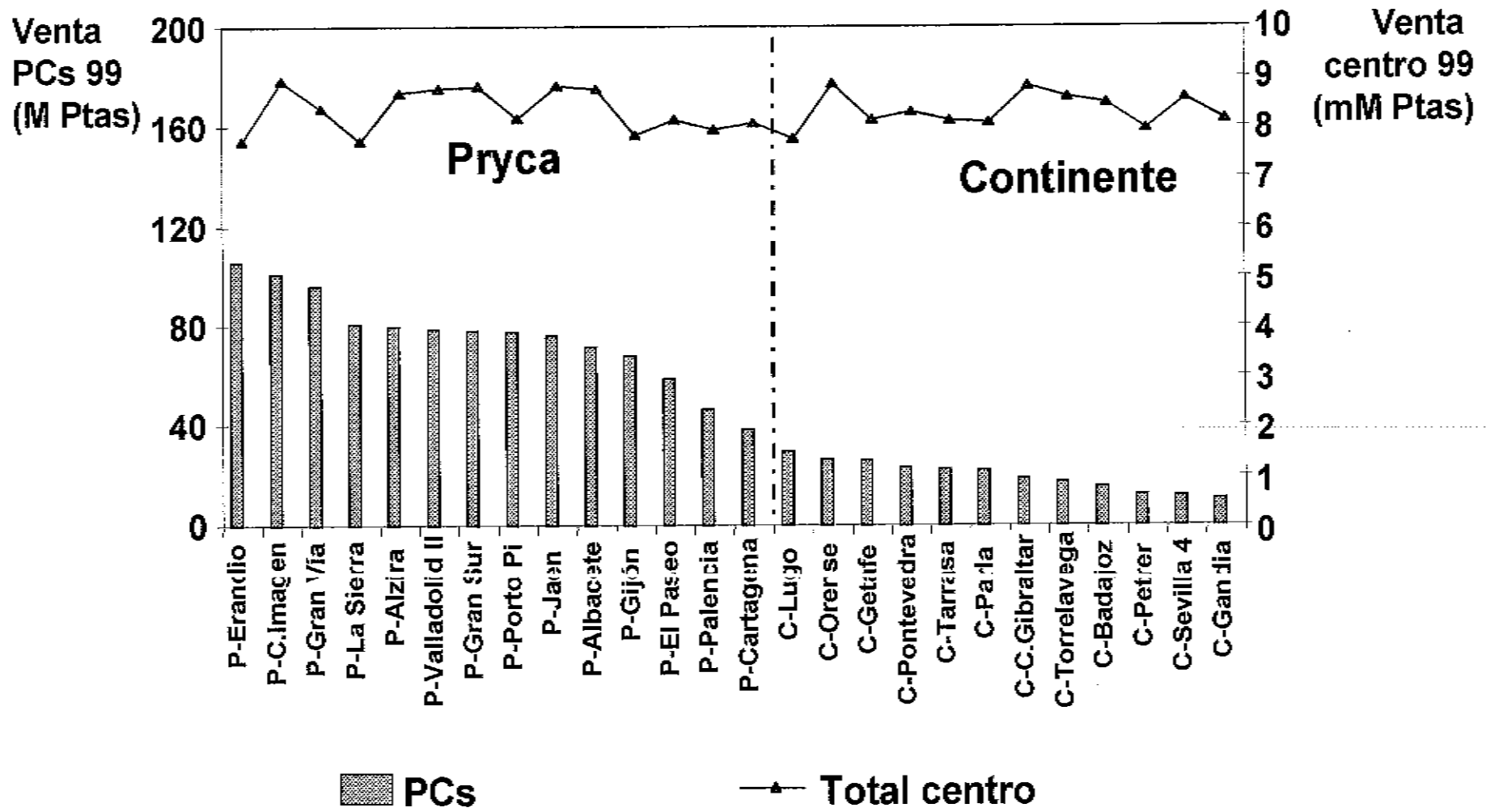
LA MODERNIDAD SE REFLEJA EN:

- ➡ **Marcas propias en alimentación**
- ➡ **Garantía de origen de productos frescos**
- ➡ **Universos de no alimentación**
- ➡ **Multiactividad**

LOS PLUSES CARREFOUR SE REFUERZAN CON LA APLICACIÓN DE...

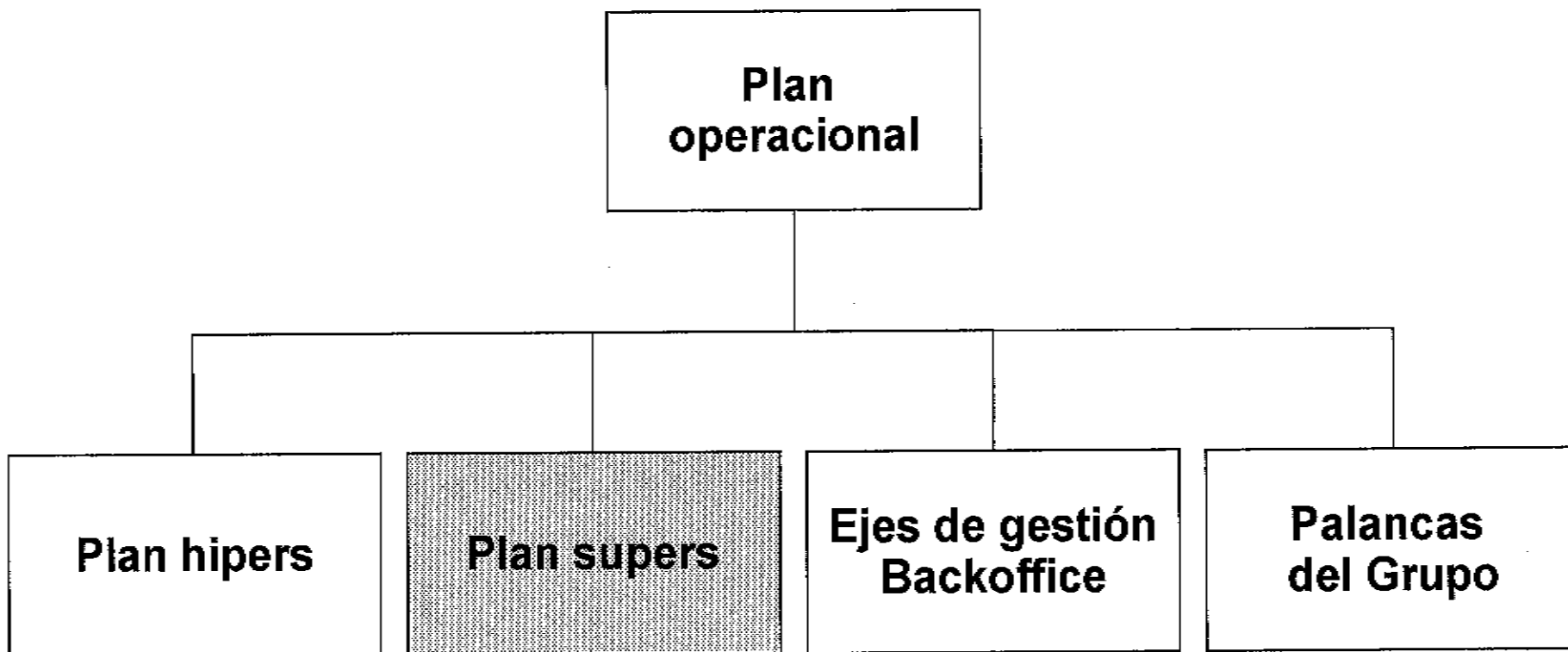


BENCHMARKING DE PCs...



EN DEFINITIVA, CARREFOUR OFRECE A SUS CLIENTES

- ➡ **Precios bajos**
- ➡ **Surtidos modernos**
- ➡ **Servicios integrales**
- ➡ **Facilidades de pago**



SUPERS: PUNTOS DE PARTIDA DIFERENCIADOS POR ENSEÑA...

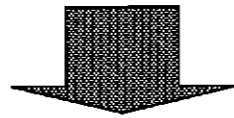
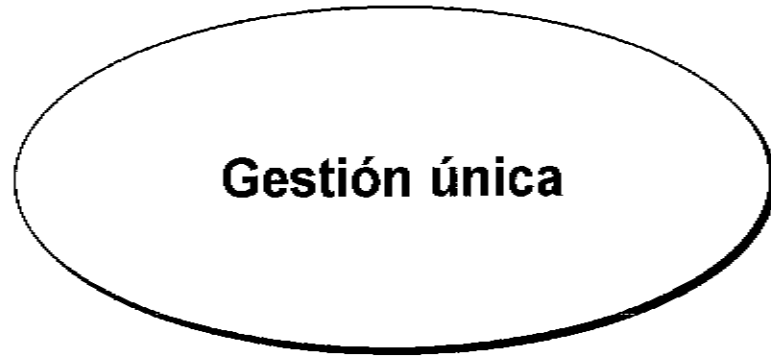
Champion

- **Fin de la transformación (9/99)**
- **Modelo comercial en proceso de optimización**
- **100% de integración con Continente (Compras, Sistemas de Información, Logística y Administración)**

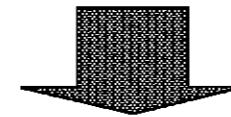
Supeco Maxor

- **Compra e integración "Super Stop"**
- **Implantación de un único sistema**
- **Única sede central**
- **Lanzamiento de productos Stoc**
- **Creación de una central de compras con Pryca**

... CON DOS CLAROS OBJETIVOS

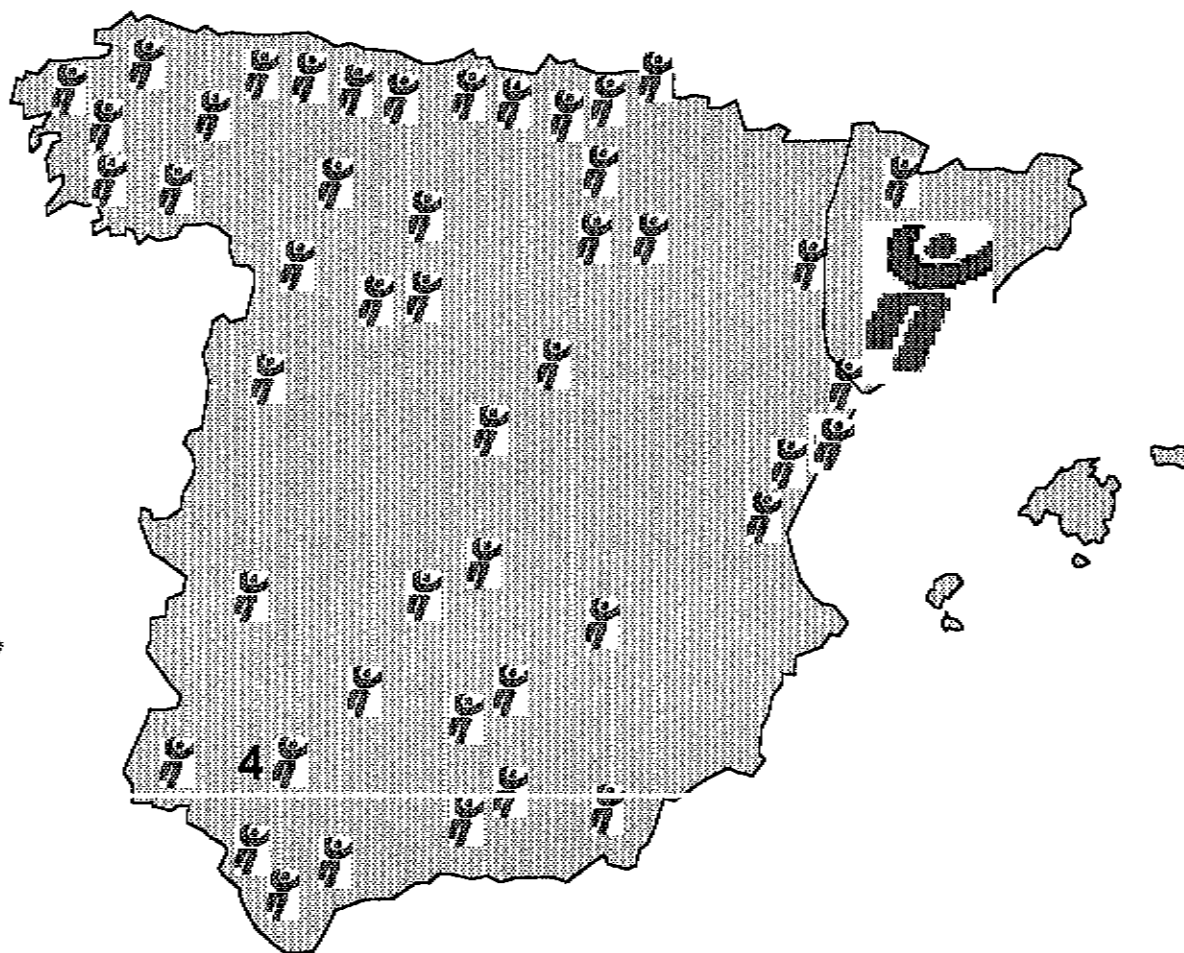


- Estructuras
- Benchmarking
- Procesos unificados
- Modelo Champion



- Sistemas de información
- Administración
- Compras
- Logística

LA TRANSFORMACIÓN FÍSICA FINALIZÓ EN EL MES DE JUNIO



Champion

Total Champion = 71 centros
Total Supeco = 54 centros

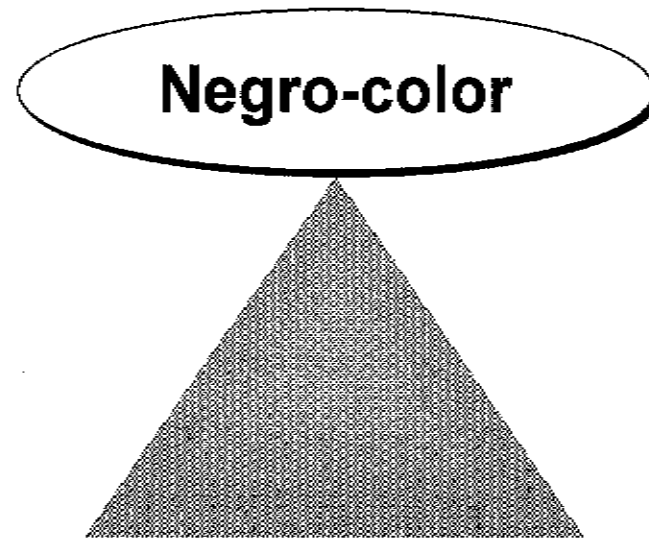


LOS PLUSES CHAMPION MEJORAN EL ATRACTIVO DE LOS SUPERMERCADOS



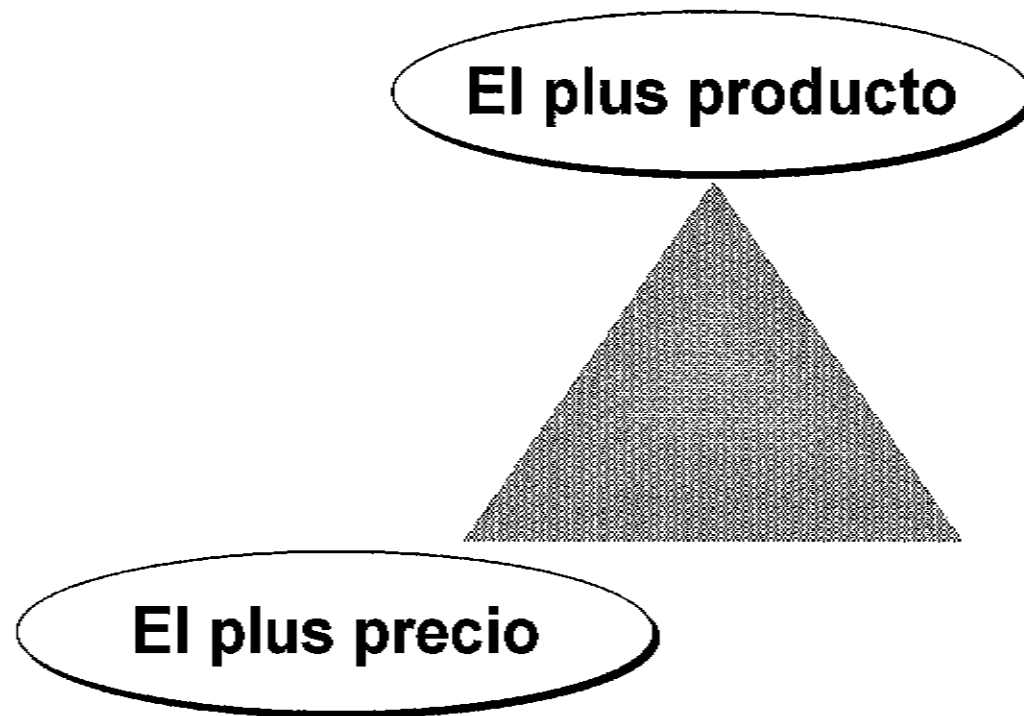
El plus producto

LOS PLUSES CHAMPION MEJORAN EL ATRACTIVO DE LOS SUPERMERCADOS



- ➔ Discount PGC
- ➔ Calidad y excelencia en los frescos

LOS PLUSES CHAMPION MEJORAN EL ATRACTIVO DE LOS SUPERMERCADOS



- ➔ **Gestión local**
- ➔ **Posicionamiento como líder de segmento**
- ➔ **Plan promocional**

LOS PLUSES CHAMPION MEJORAN EL ATRACTIVO DE LOS SUPERMERCADOS



LA EXPANSIÓN DE LOS SUPERMERCADOS PASA POR TRES EJES BÁSICOS

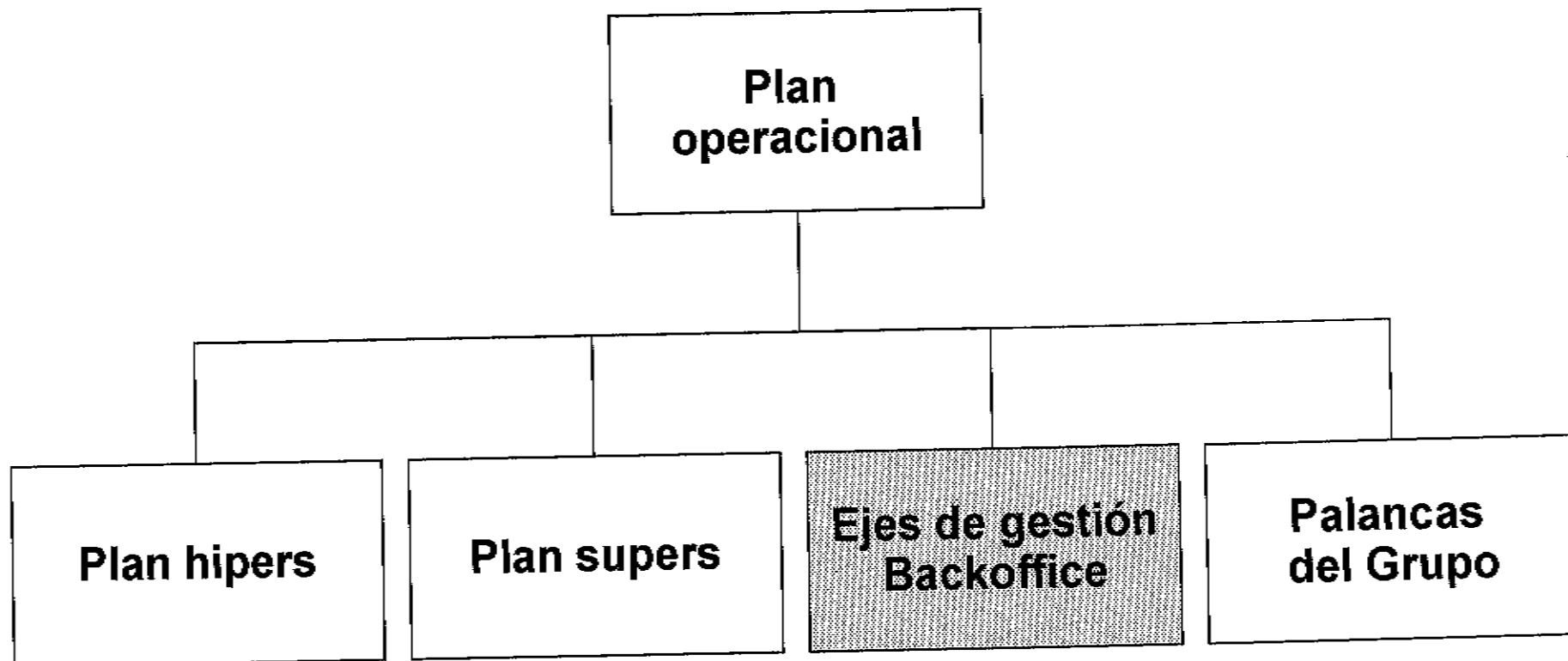
- **Integración jurídica Champion/Supeco**
 - **Gestión única**
 - **Cifras atractivas**
 - **Valoración por expertos independientes**
 - **2º trimestre 2001**

LA EXPANSIÓN DE LOS SUPERMERCADOS PASA POR TRES EJES BÁSICOS

- ➡ **Integración jurídica Champion/Supeco**
 - **Gestión única**
 - **Cifras atractivas**
 - **Valoración por expertos independientes**
 - **2º trimestre 2001**

- ➡ **Concentración del plan de aperturas en zonas prioritarias concretas**
 - **Siguiendo criterios muy determinados**
 - **Homogeneización del parque de tiendas**

- ➡ **Oportunidades de crecimiento externo**



TRES EJES CLAVE DE GESTIÓN DEL BACKOFFICE

➡ **Gestión de Compras/Logística**

➡ **Gestión Administrativa**

➡ **Sistemas de Información**

COMPRAS/LOGÍSTICA

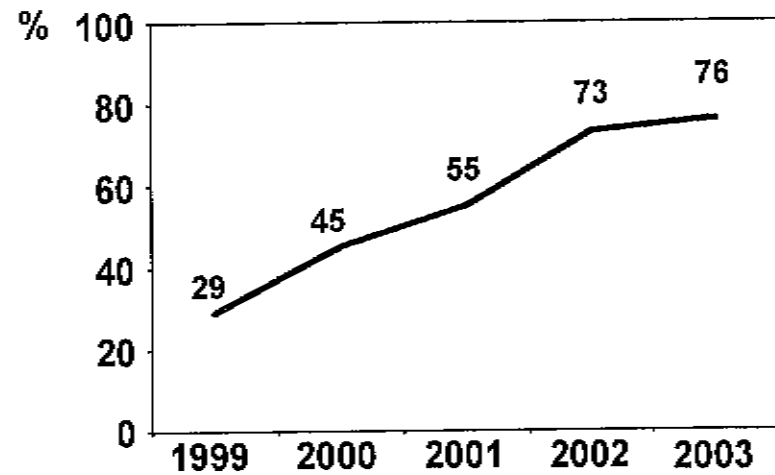
PGC/ Alimentación Seca	Compras competitivas con central única multiformato	+	Marcas Carrefour con 1.600 artículos
Frescos	Control del origen de los costes Integración de la cadena de aprovisionamiento	+	Centros de transformación
EFCS Línea blanca/ marrón	Especialización del surtido	+	Merchandising y venta asistida

COMPRAS/LOGÍSTICA

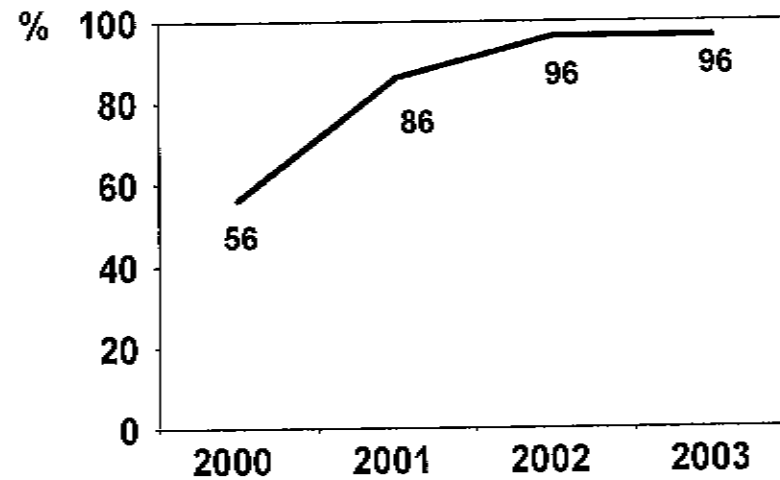
Textil	Surtido básico líder con cero rupturas + Minicolecciones
Bazar	Desarrollo de microestacionalidad y universos de consumo + Gestión logística excelente que elimine rupturas de stock

PLAN LOGÍSTICO EN BAZAR

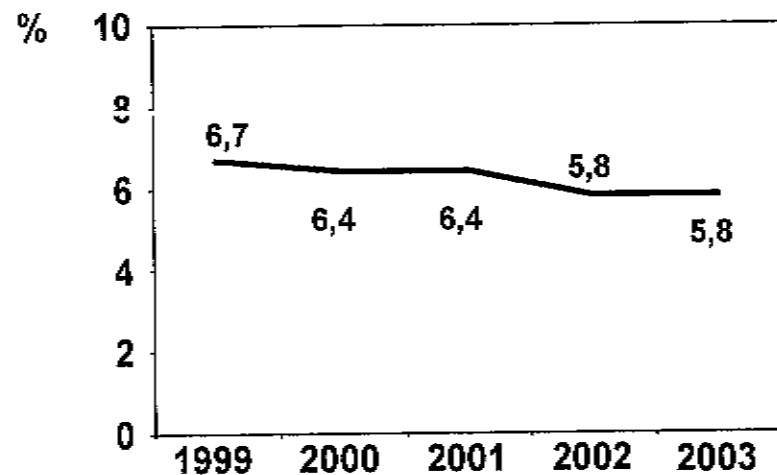
Nivel de integración



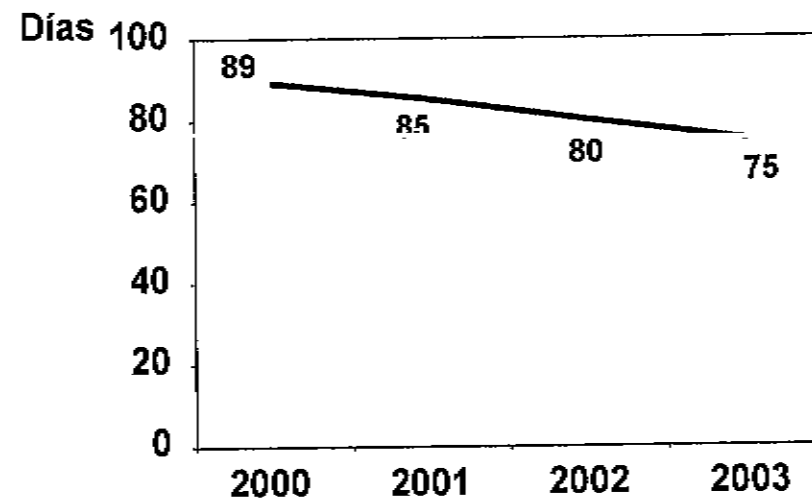
Proposición automática de pedido



Coste



Días de stock



MAYOR PRODUCTIVIDAD POR CONCENTRACIÓN DE VOLÚMENES

Ejemplo plataformas PGC

Antes: 11 plataformas



- Supeco
- Continente
- Pryca

Después: 8 plataformas



- Supeco
- Carrefour

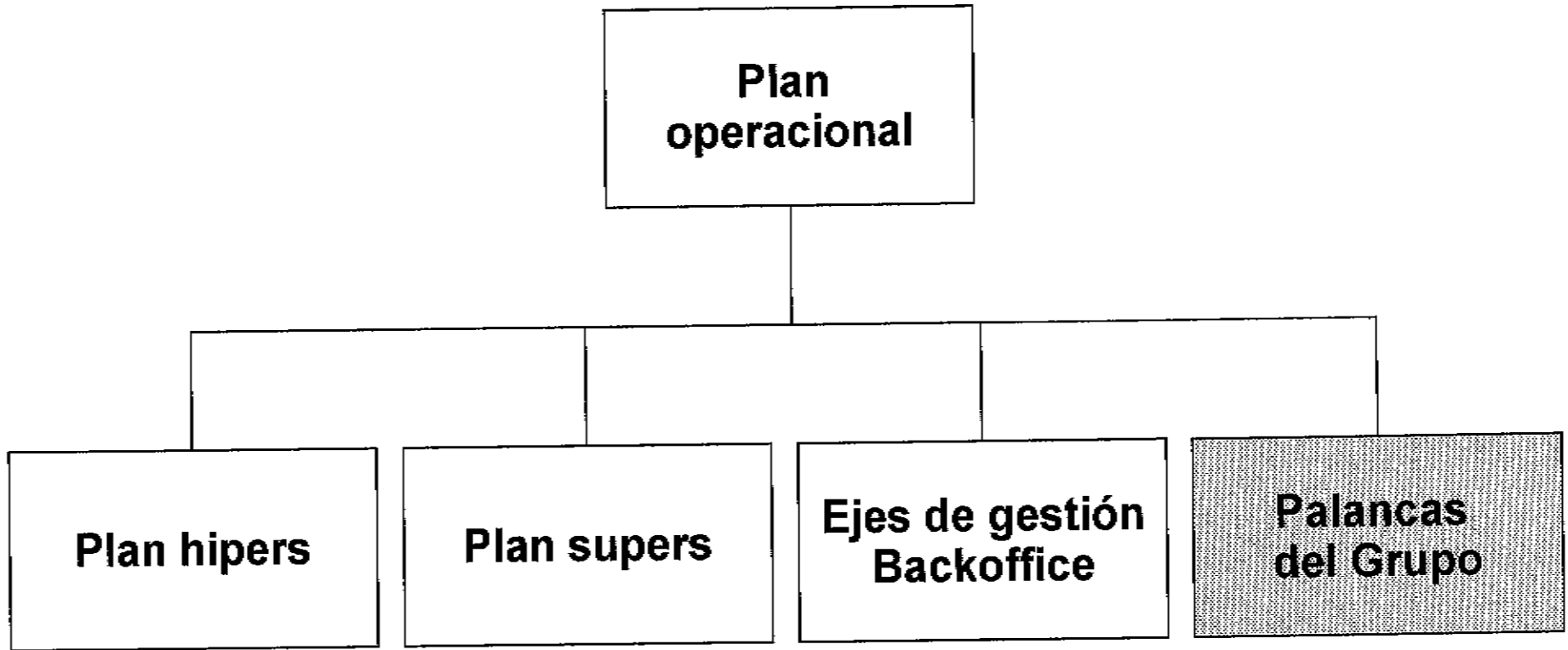
OTROS EJES DE GESTIÓN

Gestión Administrativa

- ➔ **Centralización + integración finalizada en diciembre 2000**
- ➔ **Optimización de los recursos sin valor añadido**
 - **Reducción de 285.000 horas anuales**

Sistemas de Información

- ➔ **Inversiones de más de 40 M € anuales**
- ➔ **2000: Integración de Compras, Marketing, Finanzas**
- ➔ **2001: Backoffice hiper, integración Logística, Frontoffice Hiper, Supermercado**



PALANCAS DEL GRUPO

➡ **DMMG: Dirección de Marketing y Mercancías del Grupo**

PALANCAS DEL GRUPO

- ➡ **DMMG: Dirección de Marketing y Mercancías del Grupo**
- ➡ **GNX: e-Procurement**

Welcome to GlobalNetXchange - Netscape

http://www.globalnetxchange.com/US/home.jsp

GlobalNetXchange
 An e-Business Marketplace
 for the Global Retail Industry

Log On Shopping Cart Help


Home Registration About GlobalNetXchange Training and Certification

English • Français • Español • Português • Nederlands • 日本語 • 中文 • 한국어 • Italiano


Resources

- Retail Trade Publications
- Internet/Technology
- B2B Education Center
- Tracking Your Goods
- Mobile Communications
- Business News
- Corporate Research

Welcome to GlobalNetXchange



Welcome to the world's first comprehensive e-Business marketplace dedicated to the multi-trillion dollar global retail industry. GlobalNetXchange delivers much more than a place to buy and sell goods. Only GlobalNetXchange will help every business process, providing a platform for trading partners to collaborate at Internet-speed. Services on GlobalNetXchange will include a global retail goods marketplace, supply chain management, and many other collaborative solutions.



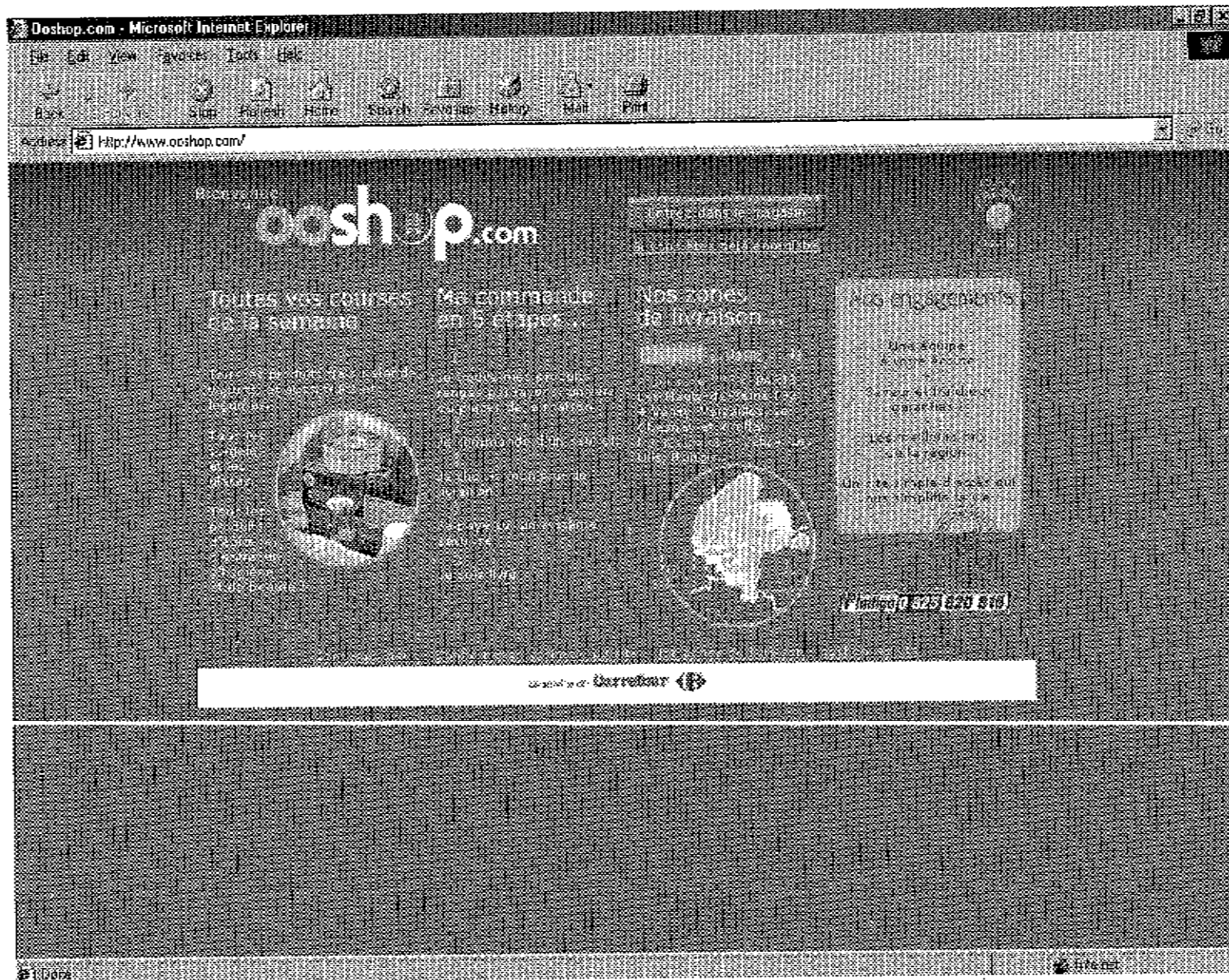
GlobalNetXchange

- GNC in the News
- For the Media
- Information for Wall Street
- Human Resources

Welcome | Catalogs | Auctions | My Exchange | Supply Chain

PALANCAS DEL GRUPO

- ➡ **DMMG: Dirección de Marketing y Mercancías del Grupo**
- ➡ **GNX: e-Procurement**
- ➡ **Plataforma Internet B2C**



PALANCAS DEL GRUPO

- ➡ **DMMG: Dirección de Marketing y Mercancías del Grupo**
- ➡ **GNX: e-Procurement**
- ➡ **Plataforma Internet B2C**
- ➡ **Sistemas de Gestión e Información**

PALANCAS DEL GRUPO

- ➡ **DMMG: Dirección de Marketing y Mercancías del Grupo**
- ➡ **GNX: e-Procurement**
- ➡ **Plataforma Internet B2C**
- ➡ **Sistemas de Gestión e Información**
- ➡ **Servicios complementarios**

LOS MEJORES SOCIOS

Autocentros



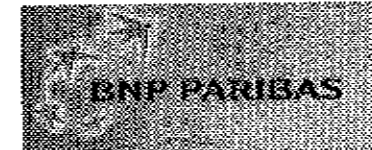
Servicios financieros

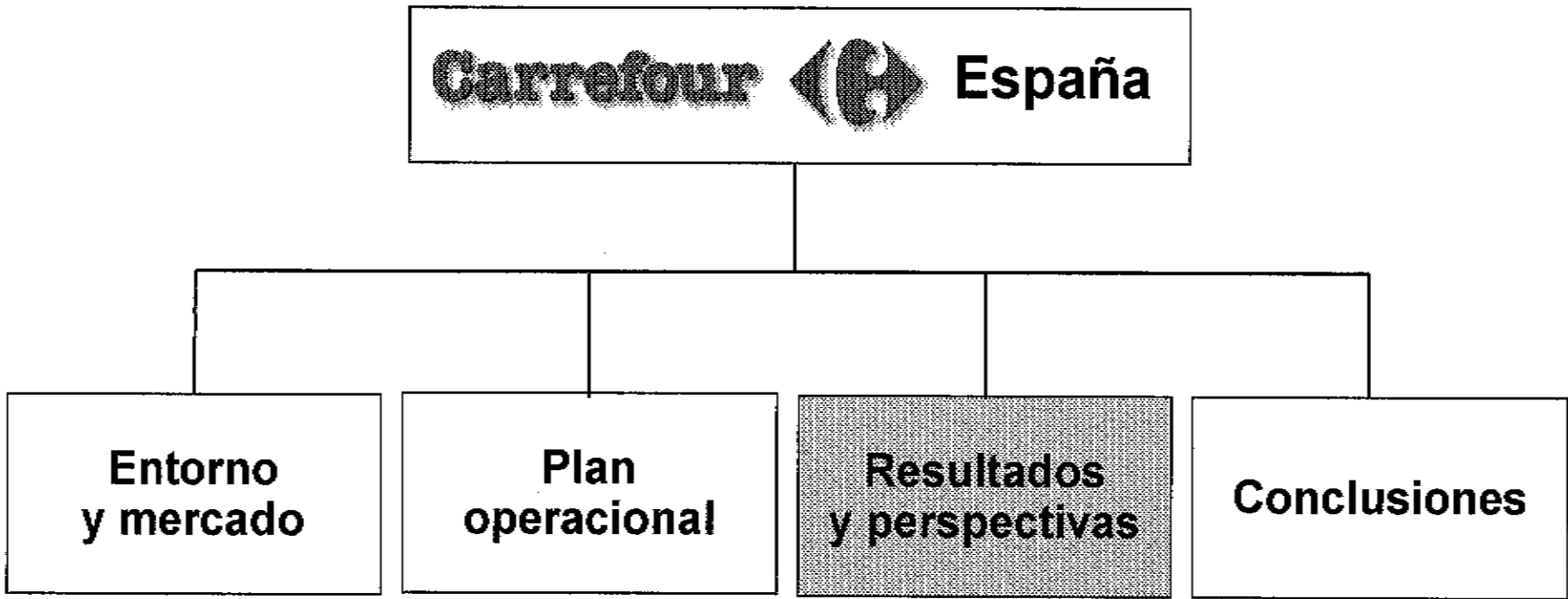


Activos (galerías comerciales)



Klepierre/





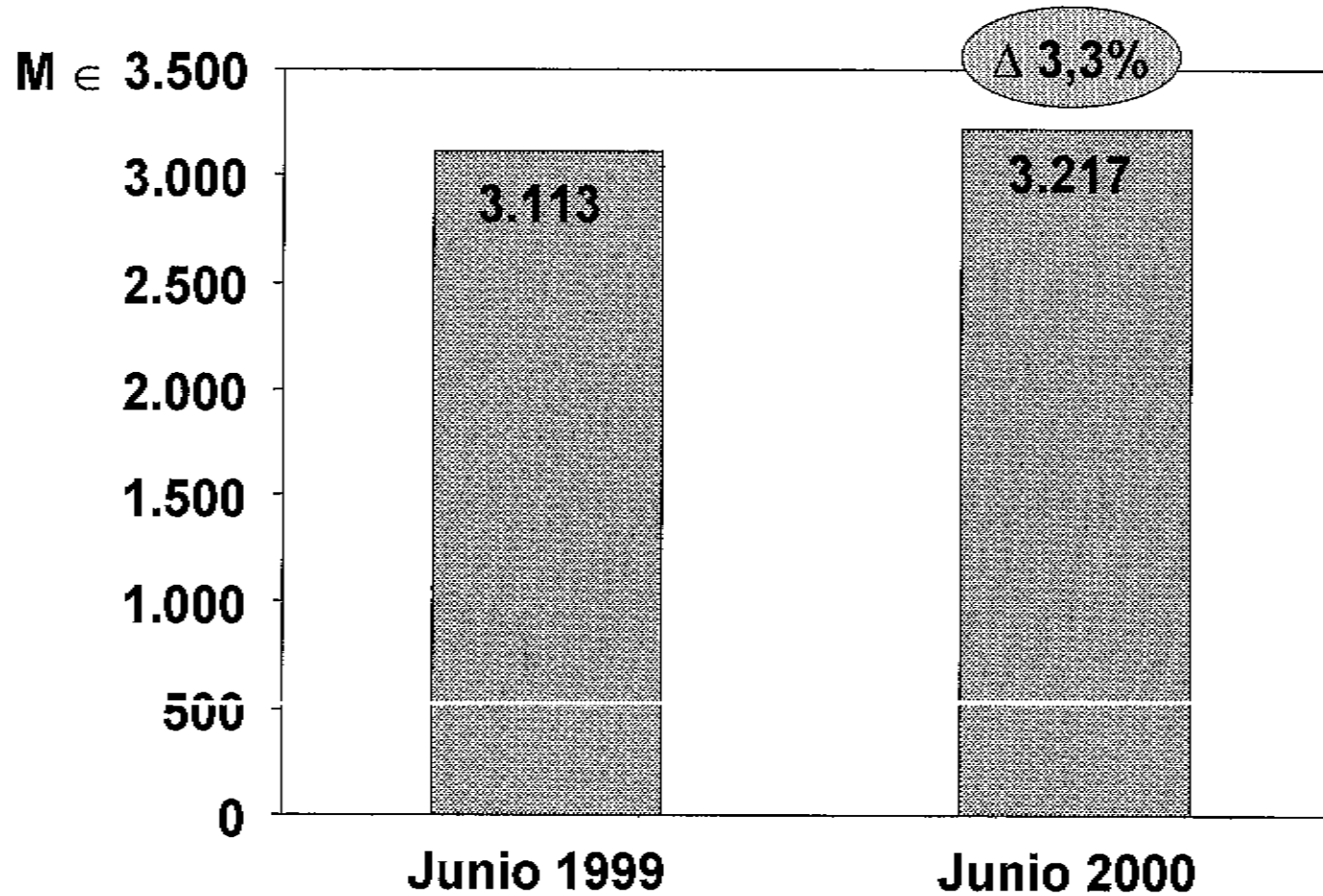
RESULTADOS PRO FORMA 1998-1999

	1998 (M €)	1999 (M €)	Δ %
Ventas	6.581	6.874	4,46
Beneficio bruto	1.407	1.459	3,71
Resultado de explotación	248	253	1,99
Resultado antes de impuestos	281	277	-1,23
Resultado neto	193	199	3,03

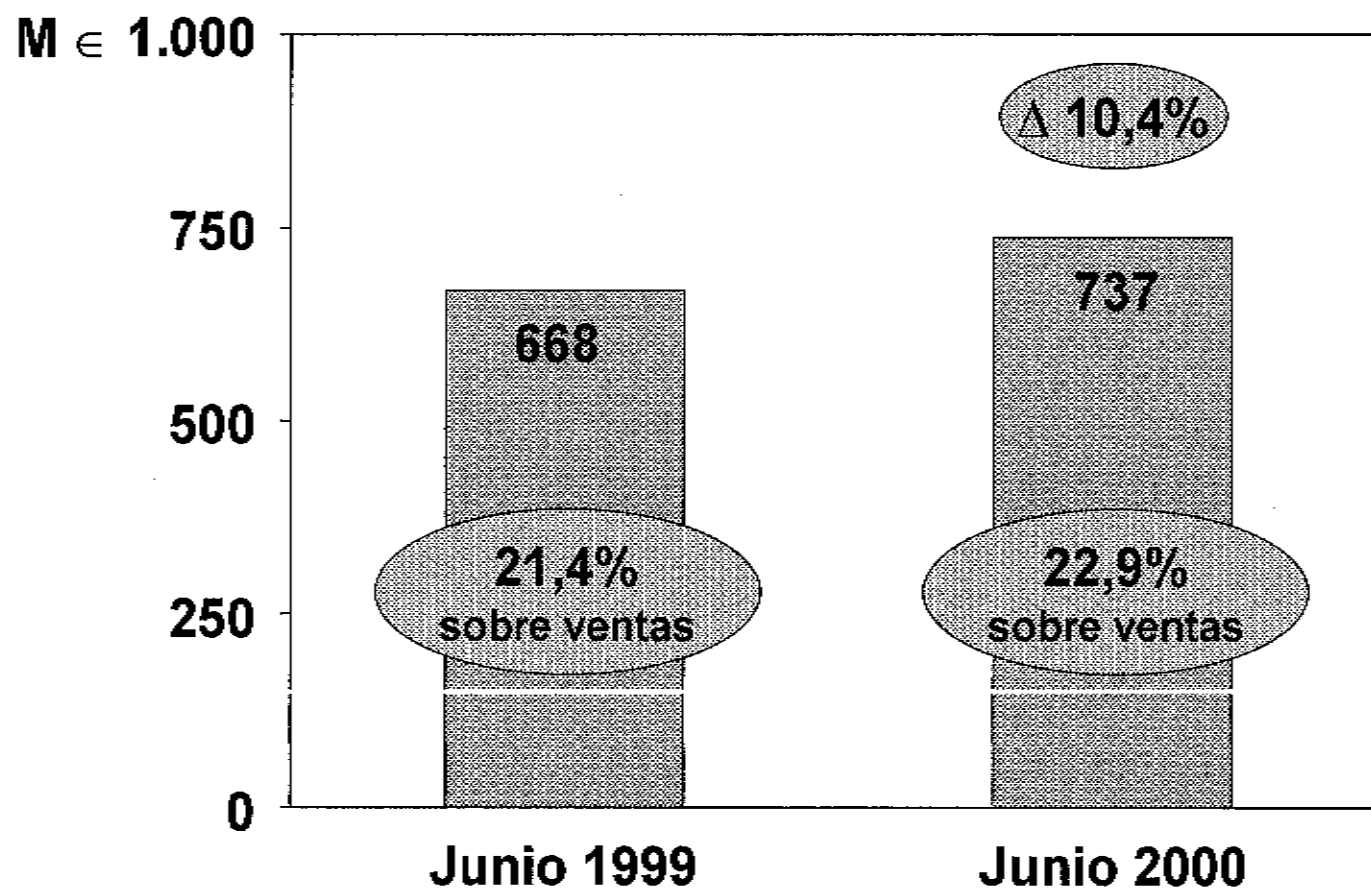
RESULTADOS PROFORMA JUNIO 1999-JUNIO 2000

	Junio 1999 (M €)	Junio 2000 (M €)	Δ %
Ventas	3.113	3.217	3,35
Beneficio bruto	668	737	10,39
Resultado de explotación	91	116	27,47
Resultado antes de impuestos	108	124	14,12
Resultado neto	73	84	13,81

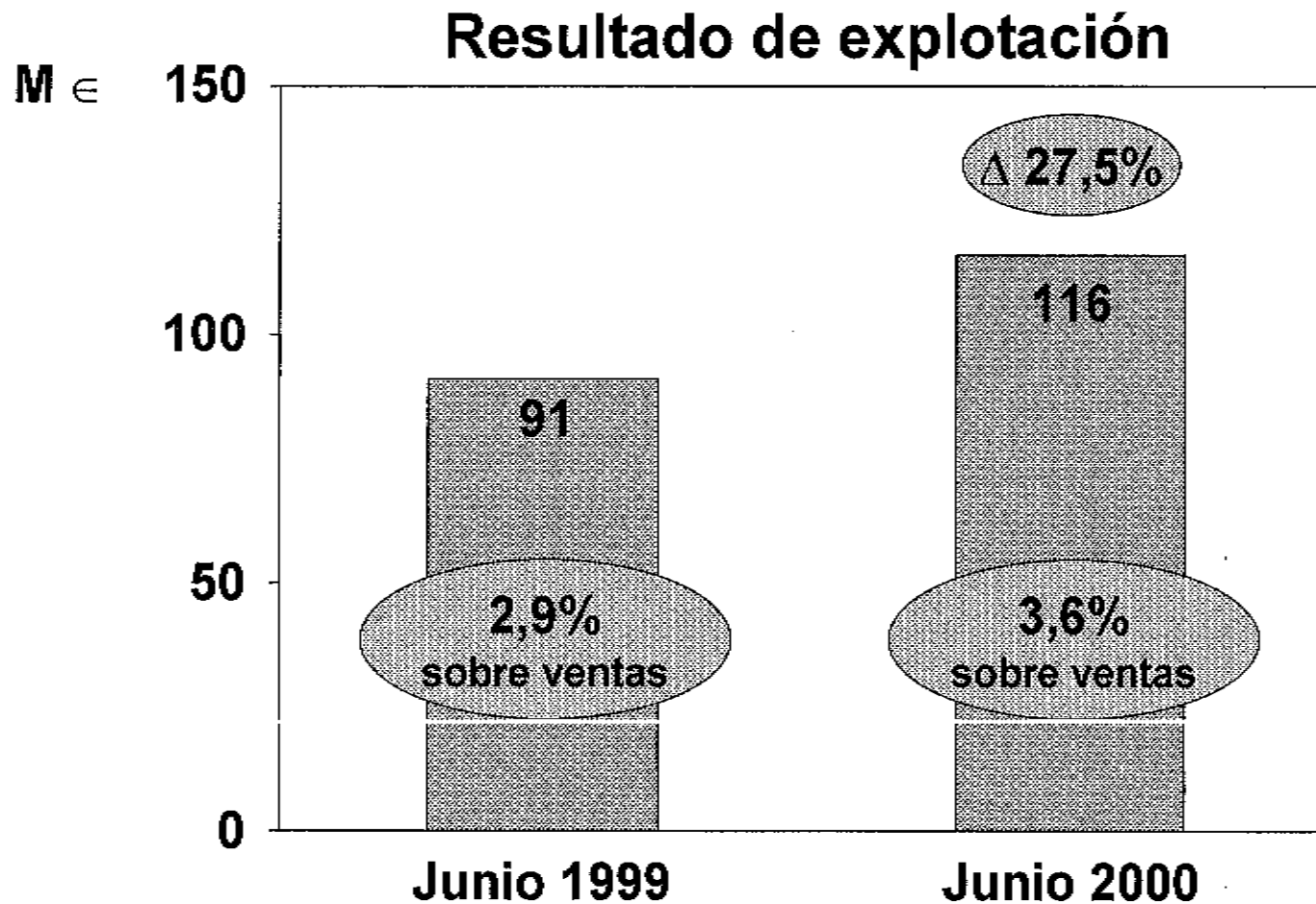
INCREMENTO DE LAS VENTAS



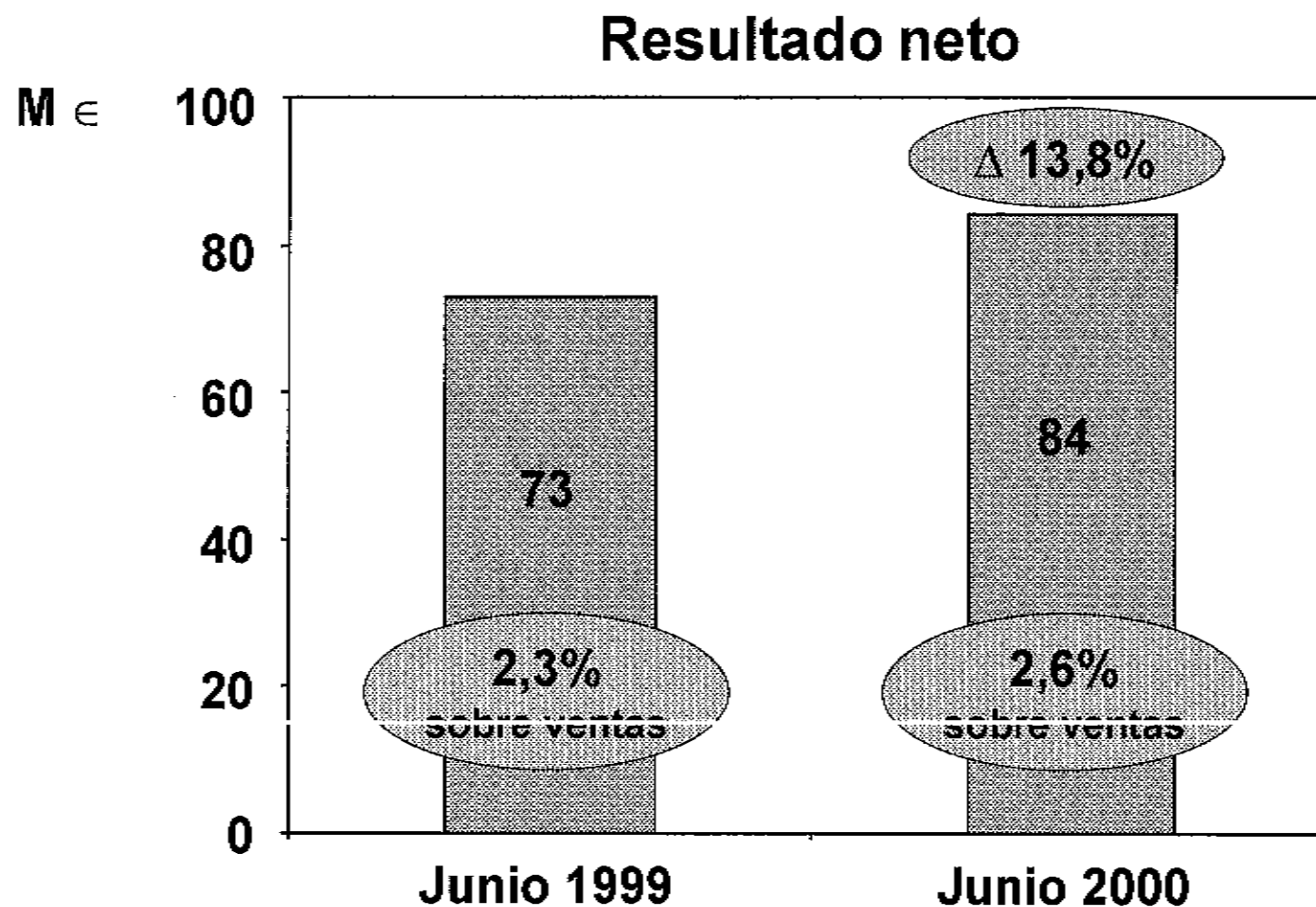
MEJORA DEL BENEFICIO BRUTO



MEJOR RESULTADO DE EXPLOTACIÓN POR LAS SINERGIAS Y LA OPTIMIZACIÓN DE COSTES



INCREMENTO DE LA RENTABILIDAD NETA



OBJETIVO 2000-2003

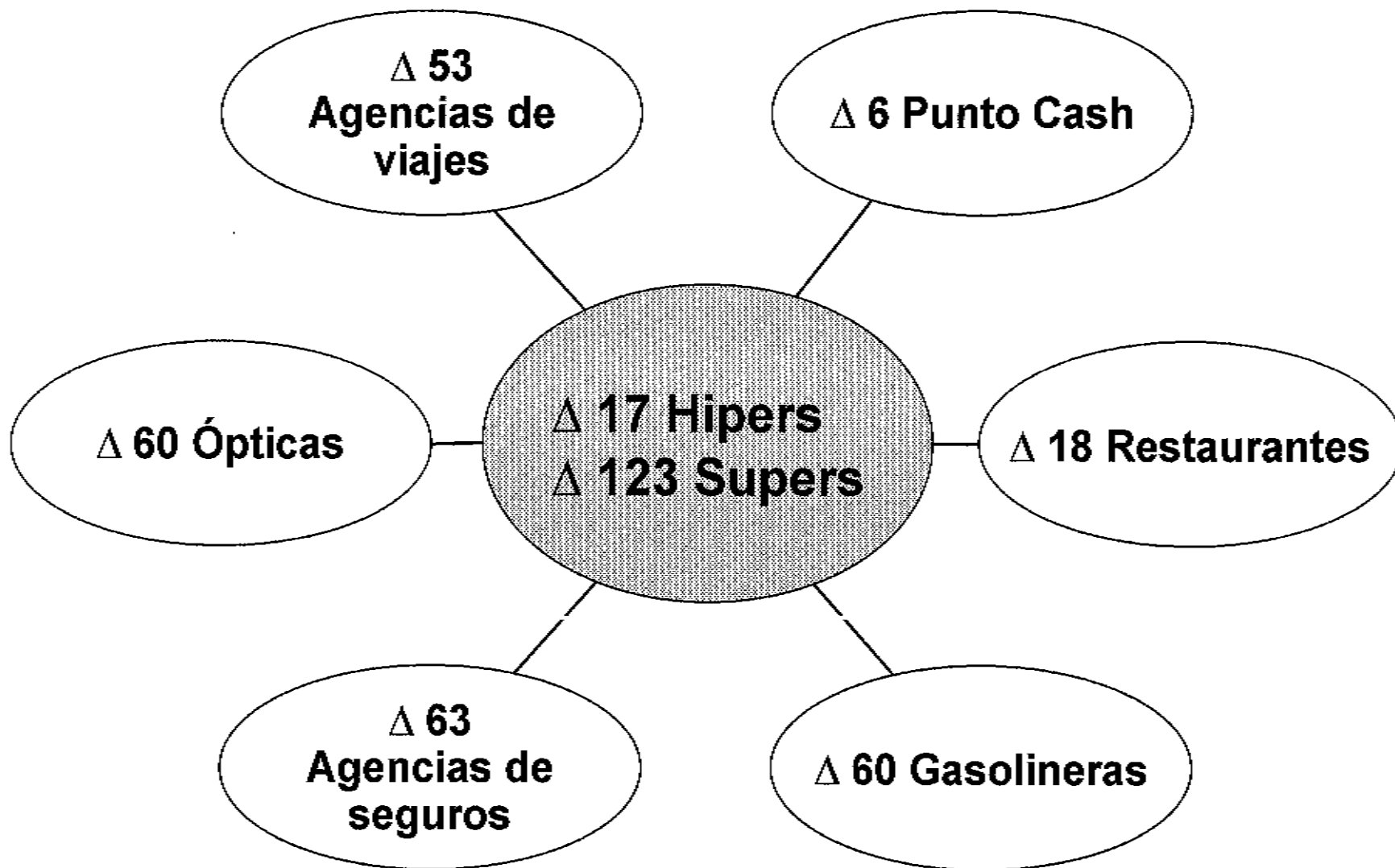
- ➔ **Crecimiento medio en ventas del 5% anual**
- ➔ **Crecimiento medio ponderado de resultados de explotación del 20%**
- ➔ **Mejora por sinergias. Las sinergias resultan tanto de la optimización del Backoffice como de la aplicación de las Mejores Prácticas en el Frontoffice**

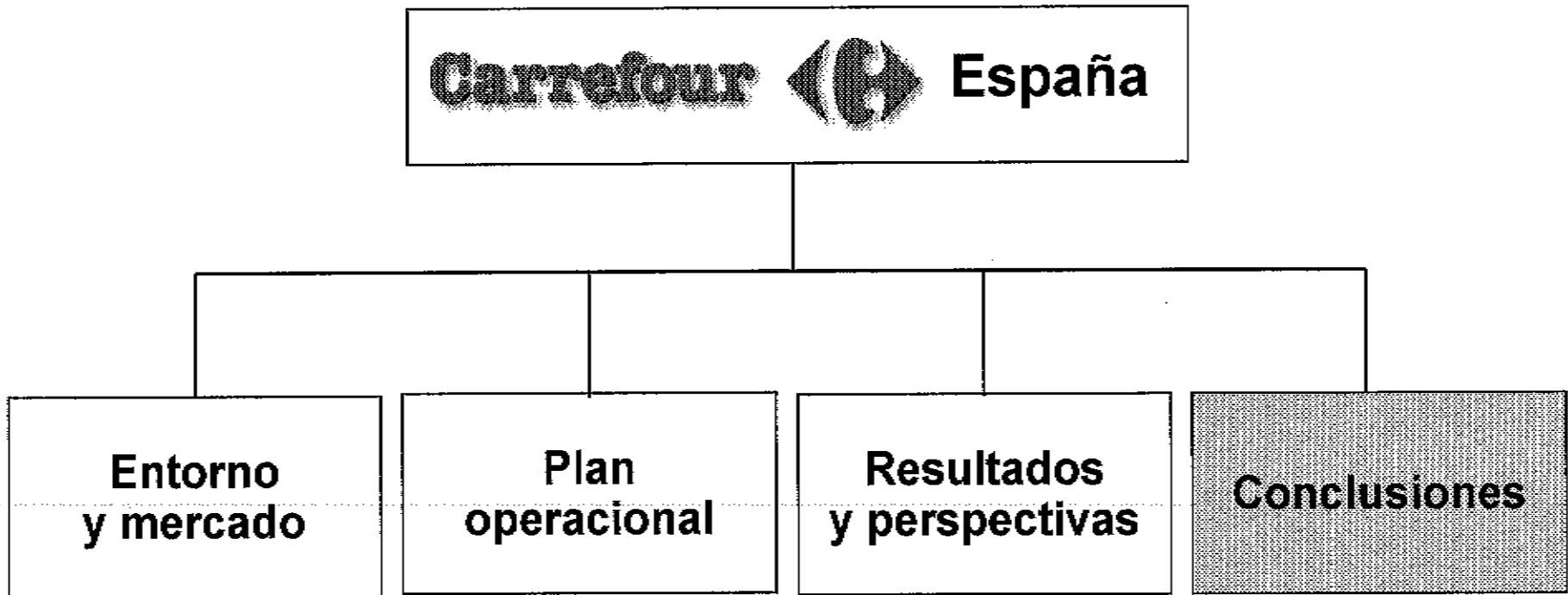
SINERGIAS DE FUSIÓN

Naturaleza	2002 (M €)	Sinergias totales (%)
Compras	100	67
Logística	15	10
Marketing/Publ.	15	10
Head Office/I.T.	20	13
Total	150	100

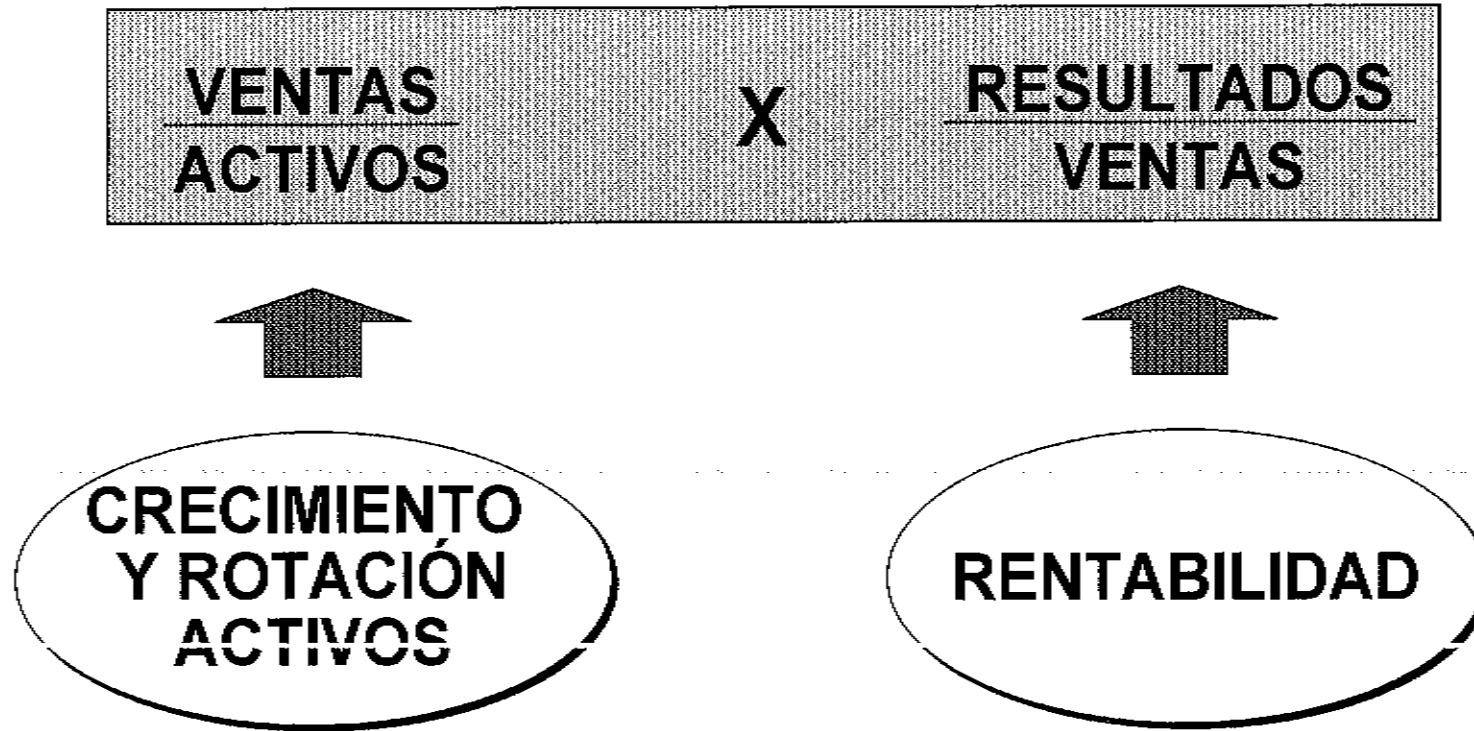
PLAN DE APERTURAS 2000-2003

Inversiones anuales de 360 M Euros



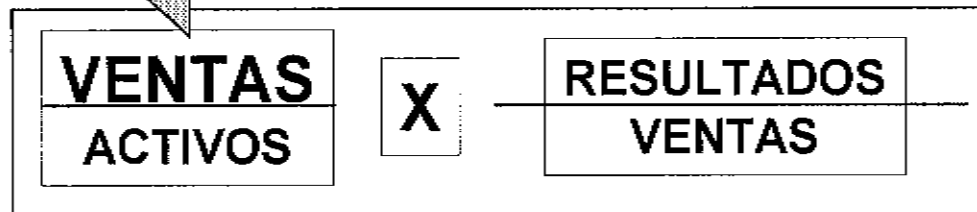


CREACIÓN DE VALOR



CRECER Y MEJORAR LAS VENTAS POR M²

- Aperturas
- Adquisiciones
- Multiactividad
- Pricing
- Benchmarking
- Marca propia
- Fidelización



OPTIMIZAR NUESTROS ACTIVOS

- Plan de expansión
- Optimización de las inversiones
- Racionalización de la superficie
- Optimización de modelos

$$\frac{\text{VENTAS}}{\text{ACTIVOS}} \times \frac{\text{RESULTADOS}}{\text{VENTAS}}$$

INCREMENTAR LOS RESULTADOS

- **Benchmarking**
- **Integración logística/Centros de transformación**
- **Backoffice único**
- **Marcas propias**
- **Mix de ventas**

VENTAS

ACTIVOS

X

RESULTADOS

VENTAS

CENTROS COMERCIALES CARREFOUR, S.A.

Bolsa de Madrid, 25 de septiembre de 2000

