

- [Accueil](#) >
- [Actualités](#) >
- [Archives 2023](#) >
- Retail Scan 2023 : la radiographie annuelle du foodretail...

Retail Scan 2023 : la radiographie annuelle du foodretail belge...

Catégorie

Actualité

Publication

01/08/2023

Retail Scan 2023 : la radiographie annuelle du foodretail belge...

Du neuf cette année !

On nous demande très souvent de faire des comparaisons sur 10 ans. Cette année, nous avons donc travaillé sur un rapport supplémentaire dans lequel nous comparons le plus clairement possible sur une période de 10 ans l'évolution du chiffre d'affaires, de la part de marché et du chiffre d'affaires par m2. Il va sans dire que nous avons utilisé les informations les plus correctes et que nous avons mis à jour les informations publiées à titre d'estimation sur les posters précédents. Nous avons également regroupé d'autres données par type de magasin et beaucoup d'autres informations. Ce rapport pourra bientôt être acheté séparément auprès de Gondola Academy.

Le verdict

En 2022, le secteur belge de la distribution alimentaire a g.n.r. un chiffre d'affaires de 30,72 milliards d'euros. Il s'agit de la somme des résultats annuels de Colruyt Group, Ahold Delhaize, Carrefour Belgium,

Aldi, Lidl, Louis Delhaize Group, Intermarché, Alvo, Spar Lambrechts, Jumbo, Action, Kruidvat, Trafic et Hema. Même si Makro/Metro n'avaient pas encore définitivement fermé leurs portes fin 2022, ces enseignes ne figurent plus sur le poster.

Si l'on compare ce chiffre avec le chiffre corrigé de 2021 (la version mise à jour après publication des résultats annuels), le marché est resté stable. C'est un très beau résultat, étant donné que les chiffres de Makro/Metro n'ont pas été pris en compte.

Comme l'an dernier, c'est **Jumbo** qui enregistre la plus forte progression. Avec une croissance se montant à 77,8 %, l'enseigne détient désormais une part de marché de 0,7% (contre 0,4% en 2021). Cette progression s'explique par l'augmentation du nombre de points de vente, de 17 à 27, mais aussi par une croissance moyenne des ventes (+ 12%) par point de vente. Seule ombre au tableau, la fermeture en avril 2023 du magasin de Zonhoven.

Avec un bond de 37% de son chiffre d'affaires, **Action** affiche la deuxième croissance la plus importante. L'ouverture de 8 nouveaux magasins n'y est pas étrangère, mais c'est surtout la hausse spectaculaire du chiffre d'affaires par magasin (+ 39%) qui impressionne.

Alors que l'an passé il avait affiché la deuxième meilleure progression, **Albert Heijn**, occupe cette fois la troisième place. Son chiffre d'affaires grimpe de 20% grâce à l'augmentation du nombre de magasins (de 65 à 74) et à une hausse des ventes par magasin d'environ 5%.

Les retailers néerlandais continuent d'accroître leur impact sur le marché belge, prenant à leur compte quelque 10,5% des ventes totales. Leur chiffre d'affaires a gonflé de 29% pendant que les autres retailers cèdent 3%.

Les cinq plus importantes enseignes du marché belge perdent du terrain sur la période 2022. Le Colruyt Group perd 4,1%. Pour Carrefour, la situation est un peu plus nuancée. Si l'on compare les chiffres de 2022 à ceux de 2021, Carrefour est en recul. Mais il faut être très prudent. Explications : lorsque nous demandons aux enseignes de nous communiquer leurs chiffres, nous ne leur demandons pas seulement ceux de la dernière année mais également ceux qu'elles nous avaient communiqués l'année précédente. Pour Carrefour, nous avons constaté que les véritables chiffres 2021 étaient très différents de ceux que nous avons reçus. Il est ressorti de notre entretien avec les responsables que, l'an dernier, nous n'avions pas reçu les bons chiffres. Aujourd'hui, si nous comparons les chiffres corrigés de 2021 à ceux de 2022, Carrefour affiche une légère croissance de 0,3%.

Les chiffres pour **Delhaize** sont une estimation que nous faisons nous-mêmes sur base des informations que nous trouvons/entendons. D'après nos calculs, Delhaize aurait perdu 2% de chiffre d'affaires mais, pour le groupe Ahold Delhaize, cette perte serait compensée par la très forte progression d'Albert Heijn.

Lidl a perdu 2,2% tandis qu'Aldi affiche une progression de 5,4%.

Les petites enseignes enregistrent également toutes un recul de leur chiffre d'affaires.

L'exception à la règle est, comme chaque année, Intermarché, en progrès de 6,1%. Ce chiffre ne tient pas encore compte des magasins **Mestdagh** que Carrefour a cédé à **Intermarché** début 2023. A ce stade, nous ne pouvons qu'estimer l'impact de cette cession. Le chiffre d'affaires de Mestdagh est de 643,4 millions d'euros. Cela signifierait que la part de Carrefour diminuerait de 2,1% et qu'Intermarché gagnerait la même chose. Ces chiffres sont basés sur les ventes de 2022. La réalité sera peut-être différente. Nous le verrons sur le poster de l'an prochain.

Quelle méthodologie ?

Pour aboutir au Retail Scan, Gondola Academy demande aux retailers de lui fournir leurs propres données de l'année écoulée. Nos experts séparent le chiffre d'affaires généré par le food de celui généré par le non-food. Outre le chiffre d'affaires, Gondola Academy collecte également les informations les plus récentes sur le nombre de points de vente de chaque enseigne, le nombre de points d'enlèvement click & collect, la surface commerciale ou le nombre équivalents temps plein employés. Ces informations sont ensuite comparées à celles disponibles dans toute une série d'autres sources : rapports annuels, communiqués de presse, conférences, etc. Il s'agit d'un processus long et minutieux, essentiel pour vérifier les chiffres fournis et assurer la fiabilité du résultat présenté. Il peut arriver que certains retailers se montrent un peu trop optimistes.

[Retour aux actualités](#)