

- [Accueil](#) >
- [Actualités](#) >
- [Archives 2022](#) >
- Ahold Delhaize boucle 2021 en forme, bien aidé par les ve...

Ahold Delhaize boucle 2021 en forme, bien aidé par les ventes en ligne

Catégorie

Actualité

Publication

18/02/2022

Ahold Delhaize boucle 2021 en forme, bien aidé par les ventes en ligne

Le Groupe a révélé aujourd'hui ses résultats au quatrième trimestre 2021. Ils sont solides, et l'encouragent à investir davantage encore dans le volet omnicanal.

Le chiffre d'affaires net du Groupe s'est élevé à 20,1 milliards d'euros, en hausse de 0,1 % à taux de change constants et de 2,8 % à taux de change réels. En excluant la 53e semaine de l'année dernière qui fausse un peu une comparaison directe, le chiffre d'affaires net du Groupe au quatrième trimestre a augmenté de 6,7 % à taux de change constants. Il tire parti de la croissance des ventes comparables hors essence (3,2%). Sur la base d'un cumul de ventes comparables sur deux ans, la croissance du Groupe de 14,2% au T4 2021 se compare à la croissance de 12,2% affichée au T3. La marge d'exploitation sous-jacente du T4 atteint 4,2 %, stable par rapport à l'année précédente (4,4%).

Au quatrième trimestre, les ventes nettes en ligne du Groupe ont augmenté de 13,2 % à taux de change constants par rapport à un trimestre de 14 semaines en 2020, grâce à la croissance continue de bol.com et de l'ensemble des activités d'épicerie en ligne. Les ventes nettes en ligne du Groupe au quatrième trimestre ont également bénéficié de l'acquisition de FreshDirect. Sur une base comparable de 13 semaines, les ventes nettes en ligne des consommateurs des enseignes du Groupe au T4 ont augmenté de 21,5 % à taux de change constants, ce qui s'ajoute à la croissance de 71,7 % au T4 2020.

Quid de l'Europe ?

Sur le périmètre d'activité européen du Groupe, le chiffre d'affaires net a toutefois diminué de 1,9% à taux de change constants et de 1,5% à taux de change réels, en raison de cette 53e semaine connue en 2020. En excluant celle-ci, le chiffre d'affaires net du T4 en Europe a augmenté de 3,0 % à taux de change constants, et les ventes comparables, hors essence, de 1,0 %. Albert Heijn s'est particulièrement distingué au cours du trimestre, avec des résultats positifs en termes de parts de marché. La lecture attentive du rapport complet destiné aux analystes financiers ne permet toutefois pas d'isoler la performance spécifique de Delhaize dans le portefeuille européen.

Les ventes de bol.com, ont augmenté au Benelux de 7,8 % au quatrième trimestre (15,3 % sur une base comparable de 13 semaines), ce qui s'ajoute à une croissance de près de 70 % au même trimestre de l'année dernière. Les vendeurs tiers représentant désormais 56 % des ventes nettes aux consommateurs, avec près de 49 000 partenaires marchands sur la plateforme.

Sans surprise, ceci encourage le groupe à intensifier ses investissements sur le volet e-commerce, ainsi que l'annonce son Président et CEO Frans Muller : "*En entrant dans 2022, nous allons accélérer nos investissements omnicanaux pour saisir les opportunités de croissance* », tout en répétant la promesse faite aux investisseurs « *d'atteindre une rentabilité entièrement allouée dans les opérations de commerce électronique du groupe d'ici 2025.* »

Pour 2022, le contexte économique menaçant n'empêche pas le groupe de tracer des perspectives positives, avec entre autres. une marge d'exploitation sous-jacente d'au moins 4 % et des investissements nets de 2,5 milliards d'euros. On note aussi avec intérêt dans le rapport détaillé que « *Dans le cadre d'une collaboration transeuropéenne, nous finalisons le déploiement des outils d'optimisation des prix et de l'assortiment pour toutes nos enseignes, et la promotion suivra en 2022.* »

[Retour aux actualités](#)