

- [Accueil](#) >
- [Actualités](#) >
- [Archives 2022](#) >
- La Belgique est le point faible de Carrefour

La Belgique est le point faible de Carrefour

Catégorie

Actualité

Publication

28/07/2022

La Belgique est le point faible de Carrefour

Carrefour a connu un solide premier semestre et gagne des parts de marché sur ses principaux marchés. La Belgique, en revanche, est le vilain petit canard : les ventes y baissent et le groupe de supermarchés perd ses investissements.

Baisse du chiffre d'affaires en Belgique

Les ventes de Carrefour ont augmenté de 17,2 % au deuxième trimestre, soit une hausse de 7,3% à périmètre constant. L'ensemble du premier semestre a également connu une croissance à deux chiffres de 13,2 %, soit 5,4 % sur une base comparable. Le groupe de supermarchés affirme qu'il gagne des parts de marché dans "tous les principaux pays".

La Belgique n'en fait manifestement pas partie, car elle jette une ombre sur ses résultats trimestriels, par ailleurs solides. Les ventes ont diminué de 4,8 % au deuxième trimestre, après avoir déjà baissé de 7 % au premier trimestre. Les ventes au deuxième trimestre se sont élevées à 1,1 milliard d'euros.

En Belgique, Carrefour a dû faire face à [des grèves dans l'entrepôt de produits frais](#) d'un partenaire logistique à Nivelles ces derniers mois, mais il est également confronté depuis un certain temps à la forte concurrence entre supermarchés. Fait marquant : le fait que le ROI (retour sur investissement) en Europe ait également baissé de 63 millions d'euros pour atteindre 163 millions d'euros est dû aux activités belges. Ailleurs, le rendement a été stable, selon Carrefour lui-même.

Nouveau plan stratégique

Au niveau du groupe, le résultat d'exploitation courant a augmenté de 10 % au premier semestre pour atteindre 814 millions d'euros, avec une marge stable de 2,1 %. Toutefois, si l'on exclut les effets de change, il ne reste que 1,6 % de cette croissance. Carrefour affirme avoir pu économiser plus de coûts que prévu et souhaite désormais économiser un milliard sur l'ensemble de l'année. Le commerce électronique s'accélère également : au deuxième trimestre, les volumes en ligne ont augmenté de 22 %, contre 10 % au premier trimestre.

En novembre, le PDG Alexandre Bompard dévoilera un nouveau plan stratégique. Il annoncera les objectifs pour les quatre prochaines années, jusqu'en 2026.

[Retail Detail 28 07 2022](#)

[Retour aux actualités](#)