

Polska dopiero na 10. miejscu na liście najważniejszych rynków sieci Carrefour

data aktualizacji: 2019.09.10



Dla Carrefoura rynek francuski jest i długo pozostanie najważniejszy. W Europie sieć generuje ponad 61 proc. przychodów. Polska to dopiero 10. pod tym względem rynek detalisty, który większy przychody generuje nawet w dużo mniejszej od naszego kraju Rumunii - raport Edge by Ascential.

W podziale na regiony, najważniejsza dla Carrefoura jest Europa, gdzie sieć generuje 61,6 proc. przychodów. Druga pod tym względem jest Ameryka Łacińska - 18,9 proc. przychodów. Region Bliskiego Wschodu i Afryki odpowiada za 12,3 proc. sprzedaży, a Azja-Pacyfik za 7,1 proc. Jednak udział tego ostatniego rynku wkrótce znacząco spadnie, po tym jak Carrefour porozumiał się w sprawie sprzedaży 80 proc. swojego biznesu w Chinach z miejscową firmą Suning.

W podziale na kraje, najważniejsza jest i długo jeszcze pozostanie Francja, ze sprzedażą brutto rzędu 46,1 mld dolarów. Na drugim miejscu jest pod tym względem Brazylia - 19,5 mld dolarów - a na

trzecim Hiszpania - 11,3 mld dolarów. Polska zajmuje 10. pozycję, ze sprzedażą brutto rzędu 2,4 mld dolarów. Wyprzedza nas Rumunia - 2,5 mld dolarów.

Także pod względem udziału e-commerce w całości sprzedaży na czoło wysuwa się Francja - 5,4 proc. Druga jest Hiszpania - 2,9 proc., a trzecie Zjednoczone Emiraty Arabskie - 2,8 proc. Polska znajduje się w tym zestawieniu w połowie listy z udziałem e-commerce w sprzedaży ogółem na poziomie 1,2 proc.

Carrefour Key Markets by Sales 2019*

	Country	Gross Sales (USD bn)	Ecommerce Share of Sales (%)
	1 France	46.1	5.4%
	2 Brazil	19.5	1.0%
	3 Spain	11.3	2.9%
	4 UAE	6.5	2.8%
	5 Italy	5.9	0.5%
	6 Belgium	4.8	1.9%
	7 China	4.6	0.1%
	8 Argentina	2.7	0.5%
	9 Romania	2.5	0.3%
	10 Poland	2.4	1.2%

* Gross sales

Francuski detalista jest w trakcie głębokiej transformacji, zgodnie z planem Carrefour 2022. Sieć w dalszym ciągu bazuje na hipermarketach, od których zaczynała, jednak plan transformacji zakłada szybki rozwój e-commerce, kanału convenience oraz cash&carry.

Według szacunków firmy Edge, w 2019 r. łączna sprzedaż brutto w kanale hipermarketów wyniesie 63,4 mld USD. Banner Carrefour Market - supermarkety i sklepy osiedlowe, przyniesie przychody brutto rzędu 25 mld dolarów, a brazylijski banner hurtowo-detaliczny Atacadão - 12,4 mld dolarów.

Łączna sprzedaż brutto Grupy Carrefour w 2019 r. powinna sięgnąć 122 mld dolarów, co daje sieci 12. pozycję na liście największych światowych detalistów. Sprzedaż brutto w kanale e-commerce

wyniesie 3,4 mld USD. W 2024 r. wartość ta może sięgnąć 6,5 mld USD.

Źródło: Edge by Ascential, Winning with... Carrefour, August 2019

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/polska-dopiero-na-10-miejscu-na-liscie-najwazniejszych>,56792