

□□□ Vânzările grupului Carrefour au înregistrat anul trecut o creștere organică de 3,9%, la 84 de miliarde de euro, în timp ce avansul în termeni comparabili, excluzând benzinăriile, a fost de 2,8%.

Creșterea organică a vânzărilor se referă la vânzările din magazinele operaționale de cel puțin 12 luni, plus cele din magazinele nou înființate în ultimele 12 luni, ținând cont și de unitățile închise temporar.

□□ Vânzările în termeni comparabili includ vânzările din magazinele aflate în funcție de cel puțin 12 luni, dar nu și vânzările magazinelor închise temporar.

Aceste vânzări au fost calculate la curs valutar constant.

Livrările de produse nealimentare au fost pozitive pentru prima oară în ultimii șase ani, în timp ce creșterea vânzărilor de alimente s-a accelerat, potrivit datelor publicate vineri de retailerul francez.

În Franța, vânzările au avansat atât organic, cât și în termeni comparabili cu 1,2%, la 39,6 miliarde de euro. Pentru al doilea an consecutiv, vânzările Carrefour pe piața franceză au avut o evoluție ascendentă în toate formatele de magazine ale grupului, respectiv hipermarketuri, supermarketuri și magazine de proximitate.

Pe piețele europene, excluzând Franța, vânzările Carrefour s-au stabilizat pentru prima oară în

ultimii șase ani, înregistrând un declin, în termeni organici, de doar 0,3%. În termeni comparabili, vânzările pe aceste piețe s-au redus cu 0,2%.

La nivel internațional, Carrefour a obținut anul trecut o creștere organică de 5,9% a vânzărilor, la 44,3 miliarde de euro, avansul în termeni comparabili fiind de 4%. În America Latină a avut loc o creștere organică de 18,1%.

În trimestrul patru, vânzările grupului au crescut organic cu 4,1%, la 22,6 miliarde de euro, iar în Franța cu 1%, la 10,55 miliarde de euro.

La nivel internațional, creșterea organică a vânzărilor din trimestrul patru a fost de 6,6%, la 12 miliarde de euro. Cursul valutar a avut un impact de -2,3% asupra vânzărilor internaționale ale grupului.

În Europa, excluzând Franța, vânzările au urcat cu 0,4%, în termeni organici, la 6 miliarde de euro, în timp ce avansul în termeni comparabili a atins 0,5%.

Între țările europene, vânzările în termeni comparabili din Spania au crescut în trimestrul patru cu 0,9% în Spania, cu 0,4% în Belgia, având o evoluție pozitivă și în Polonia și România, se arată în comunicatul Carrefour.

În Italia, declinul vânzărilor a încetinit la 1,7%.