



Carrefour



Carrefour

enavant!

CULTURE CLIENT . TRANSFORMATION . INNOVATION



Conclusion

Lars Olofsson

► Carrefour est en mouvement

► “Business as usual”

- Gains de parts de marché en France
- Poursuite de l’expansion dans les marchés de croissance
- Tests et déploiement de nouveaux concepts : Dia, Carrefour City, Carrefour Contact, Carrefour Market
- Actions en Italie et en Belgique

► “Business as unusual” : sept initiatives stratégiques pour transformer le Groupe

- Management, leadership et culture d’entreprise
- Croissance
- Marges

- ▶ Sept initiatives avec deux thèmes clés :
 - Enchanter le client pour devenir le commerçant préféré
 - Gérer nos activités différemment pour accroître notre efficacité

- ▶ Les sept initiatives produiront des gains substantiels à horizon 2012 : 4,5 Mds€
 - Réduction des coûts opérationnels de 3,1 Mds€
 - Réduction des stocks de 7 jours, soit 1,4 Md€

► L'exécution est clé

- Implication forte de l'équipe de direction
- Développement du management et du leadership
- Equipes dédiées : 400+ managers
- Rémunérations fonction des résultats

► Une feuille de route claire :

- 12 mars : Diagnostic et orientations stratégiques
- 30 juin : Plan de transformation à trois ans
- 2009 → 2012 : Mise en oeuvre et suivi des résultats

EN AVANT!



Carrefour