

Le terme de grande distribution désigne le commerce de biens de consommation, s'effectuant en libre service, dans des surfaces de vente de tailles diverses.

Ainsi, les clients principaux d'une entreprise de grande distribution comme Carrefour sont les personnes qui viennent acheter et consommer ce qui est vendu. En dehors d'eux, ces entreprises sont

en lien direct avec des fournisseurs, qui permettent d'approvisionner les magasins, mais aussi des sociétés de transport, des opérateurs réseaux, etc...

Carrefour a su s'imposer sur ce secteur avec une stratégie basée à l'origine sur deux axes principaux :

- Côté business : un fonctionnement par fusion - acquisition afin d'élargir ses savoirs et sa présence
- Côté client final : la mise à disposition de produit de bonne qualité



Aujourd'hui, la firme est un des leaders mondiaux de son secteur, avec une présence dans 30 pays, avec plus de 12 000 magasins, un chiffre d'affaires d'environ 81 Milliards d'euros en 2021, et plus de 320 000 collaborateurs dans le monde.

A l'échelle nationale, le plus gros concurrent de Carrefour est le leader en France : Leclerc, dont la stratégie était initialement de proposer une grande quantité de produits, aux prix les plus bas, et qui est ainsi venu proposer une alternative plus accessible.

Un autre opposant à Carrefour mais à l'échelle mondial est évidemment Walmart, numéro un mondial, qui en 2020 a dégagé un chiffre d'affaire de plus de 500 Milliards de dollars.

Le service que j'ai intégré s'appelle la "Software factory". Inclut dans la DSI Carrefour (Direction des Systèmes d'Information), elle a pour mission de répondre aux demandes informatiques et digitales de l'entreprise. Elle est divisée en 7 branches, expertes dans 7 domaines différents (cyber-sécurité, IOT, cloud, ...), parmi lesquelles se trouve l'équipe SAMA, dédiées aux projets dits "transverses", et gérée par William DORIAT, mon tuteur et manager.