

Woord van de Voorzitter



Het boekjaar 2023/24 is het eerste sinds 1994 dat ik niet meer volledig als CEO van Colruyt Group heb opgenomen. Sinds ik die fakkel op 1 juli 2023 doorgaf aan Stefan Goethaert, kan ik mij concentreren op mijn rol als Voorzitter van de Raad Van Bestuur en vertegenwoordiger van de aandeelhouders. Het voelt goed om los van de dagelijkse operaties advies te kunnen geven en wanneer nodig als klankbord of challenger te fungeren.

De Raad van Bestuur werd in september 2023 versterkt met Rudi Peeters als nieuwe onafhankelijke bestuurder, die ondertussen voor verfrissende inzichten heeft gezorgd. Daarnaast heeft de Raad haar verjonging doorgezet, met de instroom van Griet Aerts en Lisa Colruyt als niet-uitvoerende bestuurders. Ten slotte ben ik blij dat de groep op de lange termijn kan blijven steunen en voortbouwen op het familiale aandeelhouderschap.

Ik blik tevreden terug op het afgelopen jaar. Colruyt Group heeft een ingrijpende maar geslaagde transitie doorgemaakt en is terug op koers. Het is fijn om zien dat het uitgestippelde strategisch plan verder gevolgd wordt, naar mijn gevoel met focus op de juiste dingen. Onze klanten relevante oplossingen aanreiken in welomlijnde vakgebieden zoals voeding en gezondheid, vertrekkend vanuit essentiële klantenbehoeften als gemak, controle over het budget, gezondheid en duurzaamheid. Daarbij benutten we almaar meer de mogelijkheden die de digitalisering ons biedt.

Daarnaast ben ik fier over hoe we met Colruyt Group zijn blijven inzetten op thema's die er in deze veranderende maatschappij echt toe doen. We hebben als onderneming van 33.000 medewerkers een netto toegevoegde waarde van 2.340 miljoen euro gecreëerd en hebben daarvan 44% of iets meer dan 1.000 miljoen euro afgedragen aan de Belgische schatkist. Tevens hebben we voor 433 miljoen euro geïnvesteerd in de toekomst van onze onderneming en zijn we blijven investeren in gezondere producten en in welzijn van de medewerkers, de verankering van de lokale productie en het verzekeren van de lokale werkgelegenheid.

Naar onze mening moet Colruyt Group in de toekomst onverminderd blijven inzetten op duurzaamheid, in de breedste zin van het woord. Wij zijn ervan overtuigd dat we met onze activiteiten een positief verschil kunnen blijven maken, op economisch, sociaal én ecologisch vlak. Door te investeren in duurzaamheid dragen we bij aan een systeemshift

in bijvoorbeeld de landbouw maar ook in andere sectoren. Ingrijpende maatschappelijke veranderingen die broodnodig zijn om samen het hoofd te bieden aan de toenemende polarisering wereldwijd en de groeiende impact van de klimaatverandering, om maar enkele van de grootste uitdagingen te noemen.

Iedereen die betrokken is bij Colruyt Group mag fier zijn op het afgelegde parcours en de mooie resultaten van afgelopen boekjaar. Dat alles geeft vertrouwen om de ingeslagen weg te vervolgen en verder te investeren in de toekomst. We kregen daarvoor een duw in de rug met de verkoop van de offshore windproducent Parkwind, onderdeel van de energieholding Virya Energy. De vrijgekomen middelen investeerden we grotendeels in expansie en lieten we ook deels terugvloeien naar de aandeelhouder. Het sterke geloof in de toekomst van de groep mag ook blijken uit de inkoop van onze eigen aandelen doorheen het boekjaar. Investerings in het eigen bedrijf die op termijn de aandeelhouders rechtstreeks ten goede komen.

Wij zijn ervan overtuigd dat we met onze retailgroep op tal van vlakken een pioniersrol kunnen blijven spelen. Vanuit mijn rol als Voorzitter van de Raad van Bestuur ga ik er alvast alles aan doen om dat blijvend te ondersteunen en mogelijk te maken. Daarbij zal ik de lijn verderzetten die ik als CEO altijd heb aangehouden: niet te veel fixeren op de cijfers van de dag, maar in het hier en nu doelbewust en toekomstgericht het juiste doen, onze culturele terroir en onze boomgaard verzorgen om later de vruchten ervan te plukken. Steeds met respect voor de waarden en principes die we al jaren koesteren, met oog voor mens, milieu en meerwaarde op de lange termijn. Daarvoor wil ik mij blijven engageren, vanuit mijn optimistische overtuiging dat we als retailer effectief een betekenisvol verschil kunnen maken voor onze klanten, onze medewerkers en al onze partners.

Jef Colruyt



Woord van de CEO

We mogen als Colruyt Group tevreden terugblikken op het boekjaar 2023/24, en als CEO ben ik daar echt fier op. In een nog altijd uitdagende markt slaagden we erin om duidelijk betere operationele resultaten neer te zetten. De omzet groeide met bijna 12% tot ruim 10,8 miljard euro, de vergelijkbare nettowinst steeg met 78% tot 357 miljoen euro. Colruyt Laagste Prijzen, Okay en Spar zagen hun marktaandeel in België toenemen tot 31,2%. Mooie resultaten, in grote mate te danken aan de permanente focus op efficiëntie en de inspanningen van al onze medewerkers. Daarbovenop gaven enkele eenmalige verkooptransacties ons extra ruimte voor verdere groei.

We investeerden fors in de uitbreiding van onze activiteiten in de foodretail. Zo versterkten we de Franse groothandel Codifrance met de overname van sectorgenoot Degrenne Distribution. In België realiseerden we onze grootste overname ooit, met 54 winkels van Match en Smatch. Daarvan bouwden we 39 vestigingen op zes weken tijd om naar onze tijdelijke formule Comarkt/Comarché, een ongezien huzarenstukje. Elke winkel was amper één week dicht, om de continuïteit voor de klanten maximaal te verzekeren. We zijn ook fier dat de ruim 950 betrokken medewerkers aan de slag konden blijven. Welkom, nieuwe collega's!

Het voorbije boekjaar bleven we leiderschap opnemen in de foodretail, om nog beter in te spelen op de klantennoden zoals gemak of controle over het budget. Colruyt Laagste Prijzen blijft dé bewaker van de portemonnee van de klant. Die kan nu al meer dan 50 jaar onafgebroken rekenen op de laagste prijzen; niemand doet het "de Colruyt" na. We zetten als groep ook almaar meer in op toegankelijke gezondheidspreventie. Onder meer Jims, Newpharma en Colruyt Group Academy begeleiden mensen naar een gezondere levensstijl en focussen de komende jaren op interessante synergieën.

We namen ook afscheid van enkele vertrouwde winkelformules, om ze alle kansen te geven op een betere toekomst. Zo ronden we de verkoop af van 75% van de aandelen van onze speelgoedformule Dreamland aan het Belgische ToyChamp. Babyketen Dreambaby werd integraal overgenomen door non-foodretailer Supra Bazar en onze brandstofspecialist DATS 24 werd ondergebracht in de energieholding Virya Energy, een krachtenbundeling met grote meerwaarde. Ongeveer de helft van ons belang in Virya kwam daarna terecht in de bekwame handen van de investeringsmaatschappij Korys. Met een participatie van nog ongeveer 30% blijven we de groeiplannen van Virya Energy ondersteunen en zetten we samen verdere stappen in de energietransitie.

Duurzaamheid is en blijft een rode draad in ons ondernemen. We blijven op dat vlak het verschil maken met pionierswerk in tal van domeinen: zo zijn we goed op weg naar 100% recycleerbare eigenmerkverpakkingen tegen 2025. Tegen dan willen we ook dat de helft van ons totale waterverbruik uit hemelwater en afvalwater komt. En we investeren in elektrische vrachtwagens, om ons eigen transport tegen 2030 volledig uitstootvrij te maken. Duurzaam ondernemen betekent voor ons ook kwalitatief samenwerken op de lange termijn. Na de acties van de landbouwers begin 2024 hebben we de dialoog met hen nog versterkt en extra acties ondernomen. Het is iets waar ik als CEO nooit op zal inboeten: als laatste écht Belgische retailer gaan we maximaal voor lokale producten en voor de verankering van onze landbouw.

Ook qua digitalisering en automatisering liet Colruyt Group zich opmerken als voortrekker. Zo bezorgen we klanten een aangenamere fysieke en online winkelervaring en maken we het leven gemakkelijker met nieuwe features in onze Xtra-app. Innovaties in verkoop en logistiek laten ons toe om efficiënter en ergonomischer te werken én kosten te besparen. Een slimme winkelkar, snelle kassasystemen of zelfrijdende voertuigen, allemaal innovaties voor een future-proof organisatie. De komende jaren gaan we verder investeren in wat voor onze business belangrijk is, niet in het minst in onze medewerkers. We blijven inzetten op kostenefficiëntie, de laagsteprijsbelofte van Colruyt, constructieve relaties met de partners en de uitvoering van onze langetermijnstrategie. Tegelijk blijven we waakzaam, gezien de uitdagende macro-economische omgeving en de Belgische retailmarkt met buitenlandse spelers die wegen op de rentabiliteit. We herhalen daarbij onze vraag naar een aanpassing van het systeem van paritaire comités in ons land. Een gelijk speelveld creëren in de sector is volgens ons perfect haalbaar als werkgevers, politiek en vakbonden samen hun verantwoordelijkheid nemen.

Ten slotte wil ik Jef hartelijk bedanken voor het vertrouwen, en vanwege de hele groep, voor zijn jarenlange bijdrage aan en blijvend engagement voor de groep. *Last but not least*, draag ik alle klanten, medewerkers, leveranciers en partners een heel warm hart toe voor het blijvende vertrouwen in onze merken en in de groep.

Stefan Goethaert

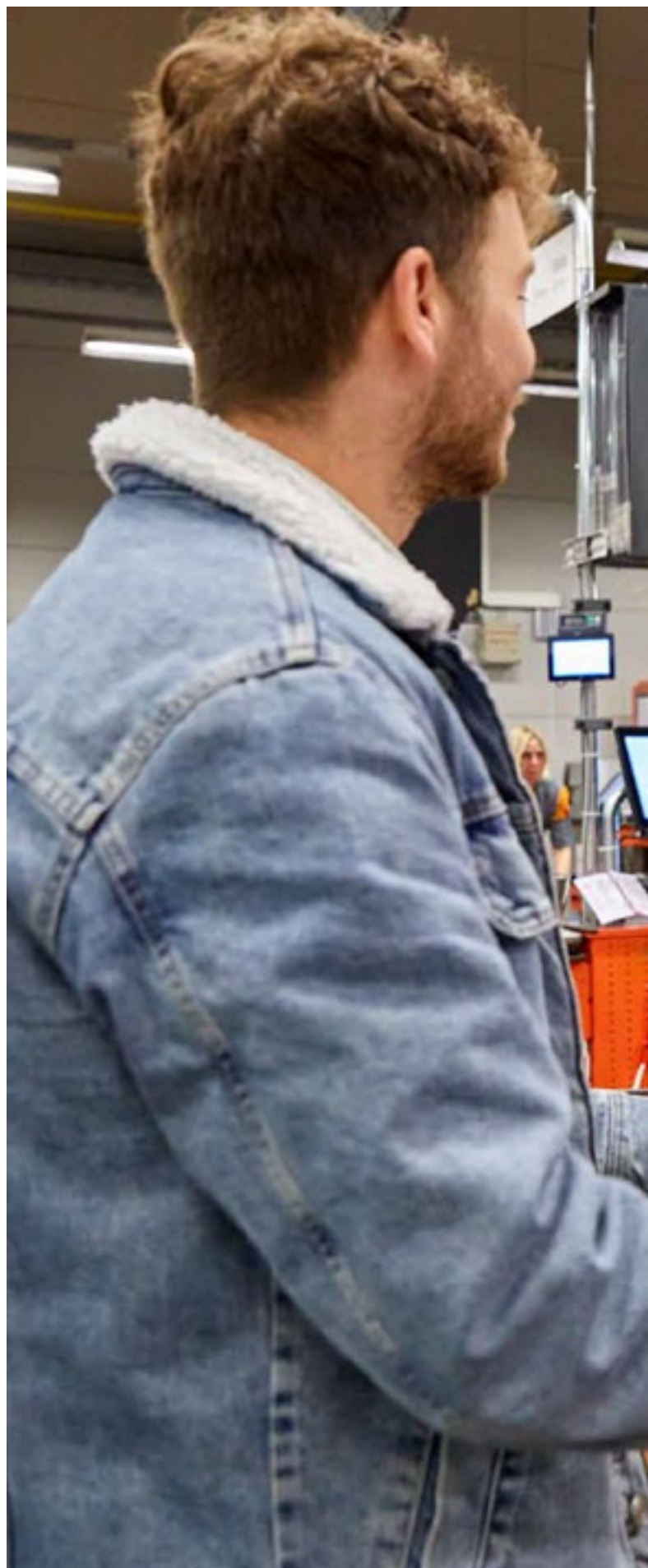
Wie zijn we?

Een familiebedrijf

Colruyt Group is een familiebedrijf dat over vier generaties is uitgegroeid tot een retailgroep met ruim 33.000 medewerkers en 9 gedeelde waarden die de kern van onze gezamenlijke identiteit vormen.

De grootste activiteit is en blijft onze supermarkt Colruyt, die al 50 jaar zijn merkeloofte "Laagste Prijzen" waarmaakt, elke dag opnieuw. In de voorbije decennia hebben we onze activiteiten behoorlijk gediversifieerd. Daarbij blijven we echter trouw aan de **detailhandel**, nog steeds goed voor ruim vier vijfde van onze omzet. Vandaag zijn we met een tiental businessformules actief in de vakgebieden **Voeding, Gezondheid en welzijn** en **Non-food**, met zowel fysieke vestigingen als webshops in België, Luxemburg en Frankrijk. Daarnaast zijn we ook actief in de **groothandel**, waar trouwens onze roots liggen, onder meer als partner voor de zelfstandige Spar-winkels en via de foodservice Solucious. We blijven als toegewijde partner ook sterk geloven in de activiteiten in hernieuwbare energie uit wind, zon (en water), die samen werken binnen Virya Energy.

Typisch voor Colruyt Group ten slotte is dat we betrokken zijn in de hele keten. We koesteren een schat aan ervaring en vakmanschap in domeinen als productie en verdeling van onder meer vlees, koffie, kaas en wijn, maar ook in IT, communicatie en techniek. We bouwen duurzame relaties op met al onze partners en klanten en zoeken samen naar de beste manier om via retail een positieve bijdrage te leveren aan onze samenleving.





De grootste activiteit is en blijft onze supermarkt Colruyt, die al 50 jaar zijn merkbelofte “Laagste Prijzen” waarmaakt, elke dag opnieuw.



Onze cultuur en identiteit

Ondernemen vanuit passie en geloof in mensen

Bij Colruyt Group begint ondernemen bij de passie en de drive van mensen die bereid zijn om hun schouders onder een gezamenlijk doel te zetten. Mensen die de moed tonen om zich ten volle te 'smijten' en desnoods op hun gezicht te gaan als het tegenzit. Ondernemen hou je immers niet vol als je **hart** er niet in zit. De voldoening van elke medewerker om te kunnen bijdragen aan het gezamenlijke doel en appreciatie te voelen, daar is het ons om te doen.

Dat gezamenlijke doel is onze missiezin:

**“Samen duurzaam
meerwaarde creëren
door waardengedreven
vakmanschap in retail.”**

Complementaire merken, gedeelde waarden

Bij Colruyt Group willen we met alles wat we ondernemen een positief verschil maken. In elke levensfase en op alle belangrijke momenten in het leven van onze klanten, willen we op een gepaste manier voor ze klaarstaan. Daarom streven we naar een maximale complementariteit tussen onze verschillende merken. Elk op hun eigen specifieke manier geven onze merken invulling aan de **'eenvoud in retail'** waar we als Colruyt Group voor staan. Op die manier draagt elk merk bij tot de realisatie van onze gezamenlijke missie. Elke businessformule draagt ook dezelfde groepswaarden in zich. Samen vormen die het fundament waarop we als groep blijven bouwen en een referentiepunt in deze snel evoluerende wereld. Voor onszelf, voor onze partners en voor onze klanten. Zo weten zij allemaal wat ze aan ons hebben en dat creëert wederzijds **vertrouwen**.

Ons waardenverhaal

We hebben **respect** voor elk individu. Dat is de basis van waaruit we in interactie gaan. Elke mens is gelijkwaardig, ondanks de grote verschillen in uiterlijk, cultuur, afkomst, vaardigheden, kennis, interesses, enz. Onze **samenhorigheid**, het besef dat wij van elkaar afhankelijk zijn om goed werk te kunnen leveren, is de basishouding om als team te kunnen samenwerken. We staan graag ten dienste van anderen. Onze **dienstbaarheid** is dan ook de basishouding die nodig is om elke dag opnieuw kwaliteit te kunnen leveren. We streven daarbij naar **eenvoud** door zaken te herleiden naar hun essentie. Dat helpt ons om efficiënt en effectief te werken.

Om goed werk te kunnen leveren hebben we ook een aantal dingen nodig. Te beginnen bij ons **geloof** in de positieve intentie van mensen. Dat is essentieel om vertrouwen te kunnen geven. Onze **hoop** nodigt ons dan weer uit om de nodige middelen en tijd te investeren, duidelijk te zijn in onze verwachtingen en op tijd los te laten en open te staan voor de resultaten die volgen. Wezenlijk daarbij is dat we onszelf de **ruimte** gunnen om stil te staan, afstand te nemen en te overschouwen hoe we bezig zijn. Zodra ons hoofd te 'vol' zit, verdwijnt dat bewustzijn en lopen we voortdurend achter de feiten aan. Ten slotte tonen we de innerlijke **moed** om te ondernemen. Om met een positieve ingesteldheid en een frisse, creatieve kijk er telkens weer tegenaan te gaan en stap voor stap meester te worden in ons vak. Daar zit onze **kracht**, daaraan beleven wij voldoening en arbeidsvreugde.

Doelbewust werken

In tijden van storm zijn het de wortels die bepalen hoe stevig onze boom staat. De vruchten aan onze boom, zijn onze resultaten. Maar resultaten zijn slechts een gevolg. Ze zeggen iets over hoe we het gedaan hebben, gegeven de context. Bij Colruyt Group werken we daarom niet resultaatgericht, maar doelbewust. Dat betekent een doel vooropstellen en daarvoor in het hier en nu het juiste doen. We zijn aandachtig, hebben vertrouwen in ons eigen kunnen en hopen op een zo goed mogelijke uitkomst. Niet door te fixeren op de vruchten, maar door met onze aandacht bij onze boomgaard te blijven en onze terroir goed te verzorgen.

Onze strategie

Simplify, empower, connect

Om onze missie te kunnen realiseren, hebben we een langetermijnstrategie ontwikkeld en duidelijke ambities en doelstellingen geformuleerd. Rode draad is en blijft dat we duurzaam willen ondernemen en tegelijk bewust consumeren mogelijk maken.

Het vertrekpunt daarbij is altijd onze klant en zijn volop evoluerende noden, zoals meer controle over zijn budget, de wens om duurzamer en gezonder te leven, en de behoefte aan meer gemak, of het juiste aanbod op het juiste moment. Aan deze behoeften willen we op drie manieren tegemoetkomen.

> Simplify

Het leven van onze klanten gemakkelijker maken met relevante, eenvoudige oplossingen.

> Empower

De klanten mogelijkheden bieden om (milieu)bewustere keuzes te maken.

> Connect

De klanten meer verbinden met elkaar, met ons bedrijf en met de maatschappij.



Om echt relevant te zijn in het leven van onze klanten, bieden we hen producten en diensten in de vakgebieden **Voeding**, **Gezondheid en welzijn** en **Non-food**. Daarin zijn we actief met een brede waaier complementaire merken, die samen zowat een kwart van het gemiddelde huishoudbudget kunnen aanspreken.

Voeding

Voedingsretail is ons vak, dat we uitoefenen via sterke fysieke en online winkelformules en een efficiënte logistiek. We blijven ons aanbod vernieuwen en verrijken, bijvoorbeeld met parafarmacie, maaltijdboxen of bloemen. Zowat een derde van onze omzet in eigenmerkproducten produceren we zelf.

Gezondheid en welzijn

We willen een positieve impact hebben op de gezondheid van medewerkers, klanten én de samenleving. Daartoe bouwen we een ecosysteem dat welzijn en gezondheid preventief benadert, onder meer via de Jims-fitnessclubs, de online apotheek Newpharma en het gezondheidsplatform Yoboo.

Non-food

Non-food blijft essentieel in ons totaalaanbod. Met sterke merken als Zeb, Bike Republic en onze participatie in Dreamland zijn we goed vertegenwoordigd op de Belgische non-foodmarkt.

Energie

Als toegewijde partner van Vîrya Energy blijven we sterk geloven in de duurzame meerwaarde van hernieuwbare energieproductie uit wind, zon en water.

Elk vakgebied groepeerde meerdere merken en activiteiten. Dat laat toe om ze gericht en vakkundig aan te sturen, de komende jaren verder vakkennis op te bouwen en te blijven groeien. Uiteraard werken we ook samen over de vakgebieden heen en ontwikkelen we diverse synergieën, om zo de best mogelijke oplossingen te bieden aan onze klanten. Via onze getrouwheidsformule Xtra Leren we hen trouwens almaar beter kennen, waardoor we ons aanbod nog meer op hun noden kunnen afstemmen.

4 strategische veranderingen

Om onze ambities en doelstellingen concreter te maken, hebben we vier strategische veranderingen geformuleerd.

1. De meest **kostenefficiënte retailer** zijn, in onze winkels, logistiek en ondersteunende diensten, door in te zetten op schaalvoordelen, automatisering en digitalisering. Zo kunnen we een kwalitatief, correct geprijsd basisaanbod op een duurzame manier toegankelijk maken.
2. Een **'phygital' retailer** zijn, waarbij het fysieke en het digitale elkaar versterken. Data inzetten om het voortouw te nemen in online winkelen.
3. De **beste retailer** zijn voor onze klanten, via uitmuntend vakmanschap in al onze activiteiten.
4. **Samen groeien** door in te spelen op opportuniteiten voor nieuwe synergieën en commerces, onder meer in stadsconcepten, in Frankrijk en Luxemburg, in B2B, in digitale business enz.

Om deze veranderingen tot een goed einde te brengen, blijven we inzetten op onder meer betrokken en vakbekwame medewerkers, sterk leiderschap en een wendbare organisatie. Uiteraard willen we - onze missie getrouw - op een duurzame manier en waardengedreven meerwaarde blijven creëren, met respect voor mens en milieu én economisch duurzaam.

De vier strategische veranderingen zijn al volop ingezet en blijven de komende jaren hoog op de agenda staan. *Work in progress* dus, maar op de volgende pagina's illustreren we alvast de voortgang met enkele sprekende trajecten, projecten en realisaties.



1. Kostenefficiënte retailer

We streven ernaar de meest kostenefficiënte retailer te zijn, in onze winkels, distributiecentra en ondersteunende diensten, door in te zetten op onder andere schaalvoordelen, automatisering en digitalisering.

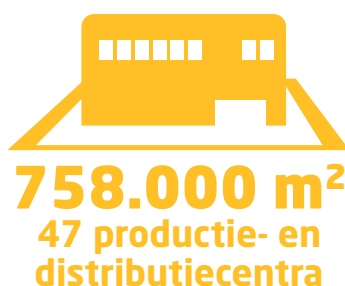


Schaalvoordelen

Als retailgroep blijven we ons voedingswinkelpark gestaag uitbreiden, zowel met nieuwe winkels als door renovatie en uitbreiding van bestaande panden. Door die schaalvergroting en bijhorende stijging van de verkoopvolumes kunnen we betere aankoopvoorwaarden bedingen, ons transport kostenefficiënter organiseren en ondersteunende kosten verder optimaliseren.

In het boekjaar 2023/24 namen we liefst 54 Match-en Smatch-winkels over, waarvan het gros tijdelijk uitgebaat wordt onder de Comarkt-vlag, in afwachting van een definitieve bestemming. Colruyt Laagste Prijzen opende twee nieuwe winkels en renoveerde er een tiental, terwijl de Colruyt-formule ook in Frankrijk zes winkels toevoegde. Okay breidde uit met tien nieuwe vestigingen en Bio-Planet is nu ook present in Luxemburg.

Om die expansie mogelijk te maken, blijven we fors investeren in **logistieke capaciteit**, onder meer met nieuwe distributiecentra in België (12.000 m² in Lot en 22.000 m² in Ollignies), Luxemburg (5.000 m²) en Frankrijk (24.000 m²). In Halle zijn we bezig met de bouw van een nieuwe site voor kaasversnijding en -verpakking, waarvan de oplevering is gepland begin 2025.



* Exclusief Dreamland en Dreambaby



Ook in de **groothandel** en de **foodservice** versterkten we onze activiteiten, voornamelijk via overnames van de Franse groothandel Degrenne Distribution en de Belgische foodservicespeler Valfrais. Diverse formules die (ook) zakelijke klanten bedienen, hebben een gezamenlijke aanpak uitgewerkt om de sterkte van de groep volop te laten renderen op de **b2b**-markt. Ten slotte doen al onze foodactiviteiten hun voordeel met **internationale** samenwerking op groepsniveau, zoals het partnership vanaf midden 2023 met de Europese retailorganisatie EMD en het langer lopende lidmaatschap van de retail-alliantie Agecore.



Technologie voor extra productiviteit en ergonomie

We hebben de jongste jaren een versnelling hoger geschakeld in de introductie van nieuwe technologieën in diverse contexten. De spectaculairste toepassingen van automatisering en digitalisering werden gerealiseerd in logistiek en productie, waar ze zowel de productiviteit als de ergonomie ten goede komen. Bovendien helpen automatisering en robotisering de krapte op de arbeidsmarkt opvangen.

We namen de eerste van in totaal 85 **self driving vehicles** in gebruik, autonoom rijdende vorkheftrucks ontwikkeld samen met specialist STILL en met hulp van VLAIO. De geavanceerde toestellen worden in de distributiecentra ingezet om inkomende goederen naar de juiste stockageplaats te brengen.

Het nieuwe distributiecentrum in Ollignies is uitgerust met een grootschalige **goods-to-person automatisatie**. Die brengt artikelen vanop 35.000 baklocaties via loopbanden tot bij de medewerkers aan twaalf werkposten. Samen met de depalletiseringsrobots en een automatische kratten-openklapper een grote sprong vooruit. De medewerkers in het Collect&Go-distributiecentrum werken dan weer samen met **autonoom rijdende wagens**, zodat ze in hun zone kunnen blijven en minder afstanden af te leggen hebben.

Eveneens in een distributiecentrum hebben we een groot pilootproject opgezet met **datacaptatie** via een 250-tal camera's. De opgenomen beelden worden via computervisie omgezet in data en een dashboard, dat een overzichtelijk (en anoniem) beeld geeft van de activiteit, van mogelijke flessenhalzen of gevaarlijke kruispunten in de goederenstromen enz. Dat laat ons toe om de logistieke processen te stroomlijnen, de efficiëntie en de veiligheid te verhogen en algemeen betere beslissingen te nemen.

Sinds 2023 zijn al onze trailers uitgerust met een **trackingsysteem** dat permanent een actueel zicht geeft op hun posities, files, rijd-, wacht-, laad- en lostijden enz. Een grote hulp om onze logistiek proactiever en efficiënter te plannen, alsook de distributiecentra en de winkels exacter te informeren over de aankomsttijden van de vrachtwagens.



2. Fysiek en digitaal

We streven ernaar een phygital retailer te zijn, waarbij het fysieke en het digitale elkaar maximaal versterken.

Gedegen datastrategie

Inzichten uit kwalitatieve data zijn onontbeerlijk om onze vier strategische veranderingen waar te maken. Daarom ontwikkelden we op groepsniveau een datastrategie, waarmee we duurzaam meerwaarde willen creëren uit data, analytics en AI. Het data- en analyseteam groeide tot 150 medewerkers. Samen voeren zij een tiental digitale veranderingen door, die het **data-gedreven ondernemen** en werken verankeren in de firma.

Zo ontwikkelen we voor onze klanten op basis van data gepersonaliseerde, relevante marketingcommunicatie en verfijnen we het winkelaanbod, met de juiste producten op de juiste plaats tegen de juiste prijs. Voorts helpen data-gebaseerde inzichten om onze expansie slim te plannen, productieprocessen te optimaliseren en de food-supply chain automatisch aan te sturen.

Digitale oplossingen in de winkel

Ook in onze winkels maken we slim gebruik van data, computervisie, Internet of Things en zelfs robotica, met het oog op een zorgeloze klantenervaring, een efficiëntere organisatie en meer ergonomie voor de medewerkers. Zo testen we in onze Colruyt-winkels een innovatieve, slimme winkelkar waarmee de klant makkelijk zijn aankopen kan scannen en automatisch afrekenen. De zelf ontwikkelde smart cart is een primeur voor België en een stap richting de **winkel van de toekomst**.

We ontwikkelden ook een systeem met datacaptatie via camera's die continu de drukte meten op meerdere punten in de winkel. Het systeem helpt de medewerkers de rayons op orde te houden en voldoende kassabezetting te voorzien. En in de onbemande winkels van Okay Direct kunnen klanten met hun Xtra-app 24/7 autonoom boodschappen doen.

Services voor de klant

Met nieuwe digitale tools en services maken we het leven van de consument gemakkelijker, volgens het motto '**simplify, empower, connect**', en dat in al onze vakgebieden.

Het gezondheidsplatform **Yoboo** bijvoorbeeld begeleidt mensen naar een gezondere levensstijl, aangevuld met advies van een coach. De combinatie van digitaal en fysiek laat mensen toe om meer zelf hun gezondheid in handen te nemen en aan preventie te doen.

Onze (online) apotheek **Newpharma** zet verder in op persoonlijke begeleiding met een nieuwe online zelftest. Die stelt de gebruiker onder meer voedingssupplementen voor, naast persoonlijk advies van experts en recepten op maat. Wie wil kan de ingrediënten daarvan eenvoudig toevoegen aan zijn **Collect&Go**-winkelmandje. Onze getrouwheidsformule **Xtra** ten slotte, blijft zijn app verrijken met nieuwe functionaliteiten eigen aan een volwaardige digitale assistent.



Xtra is de gemeenschappelijke getrouwheidsapp en -kaart voor winkels en webshops van Colruyt Group in België.

° 4,2 miljoen
Xtra-klanten

1,78 miljoen
geregistreeerde
app-gebruikers

mijnxtra.be

Single app-strategie loont

Om de klanten nog meer gemak te bieden, bundelt Xtra gestaag meer toepassingen en diensten. Zo werden afgelopen boekjaar de apps van de online boodschappendienst Collect&Go en van MyColruyt volledig geïntegreerd in de nieuwe Xtra-app. De fusie verliep vlot en tegen april 2024 waren de vroegere aparte apps allemaal stopgezet. Daarnaast werd ook de online apotheek Newpharma succesvol toegevoegd.

De single app-strategie stimuleert de wisselwerking tussen diverse formules. Zo maakten heel wat Collect&Go-klanten in de app voor het eerst kennis met Newpharma. Omgekeerd geeft winkelen in de webshops ook een boost aan het gebruik van andere app-toepassingen.

Onze IT-afdeling verzorgt sinds februari 2024 de verdere ontwikkeling en ondersteuning van de Xtra-app en website, ter vervanging van een externe partner. Het dedicated team zet om de twee weken een verbeterde versie van de app live en kan flexibeler inspelen op (commerciële) opportuniteiten. Het onderhouden van één app in plaats van meerdere zorgt ook voor een aanzienlijke kostenreductie.

Culinaire inspiratie en gemak

De Xtra-app bundelt sinds eind 2023 meer dan 17.000 recepten van onze winkelformules, met inspiratie voor elk thema, elke gelegenheid en elke maaltijdgang. Gebruikers kunnen met één klik alle ingrediënten van een recept toevoegen aan hun boodschappenlijstje of aan hun Collect&Go-winkelmandje (*recipe to basket*). Het wordt binnenkort ook mogelijk om favoriete recepten te bewaren en te bundelen in een persoonlijk 'kookboek' en er komt een maaltijdplanner om overzichtelijke weekmenu's te maken.

Gebruik in de lift

- Het laatste boekjaar is het app-gebruik meer dan verdubbeld, met per gebruiker gemiddeld een zevental interacties per maand. Alle features samen worden 4,5 miljoen keer per maand gebruikt. Doel is om dat aantal interacties binnen de drie jaar te verdriedubbelen.
- De QR-code om voordeel te genieten in de winkels is goed voor een kleine 40% van het appgebruik, terwijl dat de voorbije jaren nog 95% was. Andere vaak gebruikte toepassingen zijn: het Colruyt-boodschappenlijstje, de productzoeker, Collect&Go en de recepten.

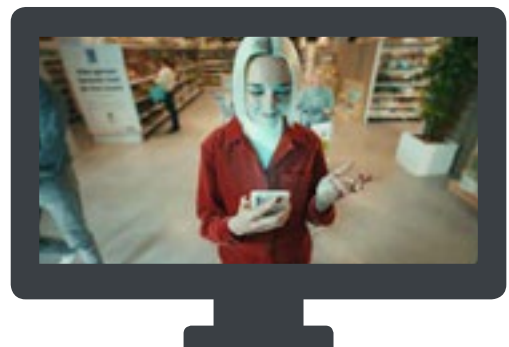
Update spaarprogramma Eco-score

Almaar meer klanten gebruiken Xtra om de punten te beheren die ze automatisch sparen bij aankoop van producten met een gunstige Eco-score. Ze kunnen permanent hun actuele saldo checken en hun punten inzetten voor ecologische en sociale projecten van het Eco-score spaarprogramma.

Personal digital assistant

Xtra ontwikkelt zich verder tot een veelzijdige digitale assistent, mikt op meer gebruikers en een intensiever appgebruik, via onder andere:

- Een meer **persoonlijke gebruikservaring**, bijvoorbeeld door het aanbieden van voordelen op maat.
- Meer **diverse content** en zichtbaarheid voor bijkomende formules zoals Okay, Spar, Deals!, Comarkt en Klassewijnen.
- Betere **dataveiliging** door multi-factor authenticatie voor profielinstellingen en betalingen.
- Snellere lancering van nieuwe toepassingen en sterkere promotie van bestaande features zoals de betaalfunctie.
- Stimuleren van winkelmedewerkers om klanten te begeleiden bij de overstap van kaart naar app.



3. De beste retailer

We streven ernaar de beste retailer te zijn voor onze klanten, medewerkers en partners, via uitmuntend vakmanschap in al wat we ondernemen.

Voor de klant

De klanten zijn en blijven onze reden van bestaan. We willen hen dan ook relevante antwoorden blijven bieden op hun constant evoluerende noden, met focus op gemak, budget, gezondheid en duurzaamheid.

Complementaire winkelformules. Onze voedingsformules bedienen klanten over heel het land en in elke levensfase, of ze nu prioriteit geven aan gemak en nabijheid of aan snelheid, prijs, keuzevrijheid enz. Colruyt Laagste Prijzen blijft bij uitstek dé bewaker van de portemonnee van de klant, terwijl Okay zich meer dan ooit onderscheidt met gemak en steeds vaker in de stad opduikt. Bio-Planet is de enige supermarkt met meer dan 5.000 biologische en ecologische producten in de rekken. De unieke versmarkt Cru verwent levensgenieters met echte, kwaliteitsvolle producten en puur vakmanschap, terwijl de zelfstandige Spar-ondernemers eigen accenten leggen in hun gezellige buurtsupermarkt. Onze service Collect&Go ten slotte is al 20 jaar marktleider in de online foodretail, met tal van afhaalpunten of levering aan huis.

Evenwichtige voeding. Samen met onze leveranciers verbeterden we in 2023 de nutritionele samenstelling en de voedingswaarde van ruim 250 eigenmerkproducten, zodat ze nu minder suiker en vetten bevatten. Tegelijk inspireren we onze klanten om een gezondere levensstijl aan te nemen.

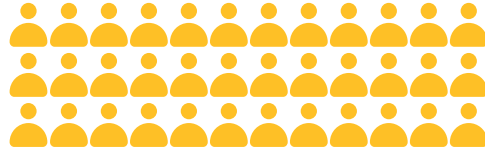
Sterk in gezondheid. Voeding is een cruciale factor voor een goede gezondheid, maar dat geldt evengoed voor levensstijl en preventie via slaap, beweging, ontspanning enz. Behalve in de foodretail zijn we daarom ook steeds actiever in het aangrenzende vakgebied gezondheid. Daar wordt het voortouw genomen door gezondheidsplatform Yoboo, online apotheek Newpharma, fitnessketen



Jims en Colruyt Group Academy, vaak in nauwe samenwerking met onze voedingsformules. Zo ontwikkelden de Academy en Bio-Planet samen een uniek aanbod voor diabetespatiënten.

Enabler voor bewust consumeren. We nemen tal van initiatieven om consumenten te helpen bewuster te consumeren en duurzame keuzes te maken, voor onze gezondheid, samenleving, dierenwelzijn of milieu. In 2021 lanceerden we de **Eco-score**, de kleur- en lettercode die eenvoudig de ecologische voetafdruk van producten weergeeft. Consumenten vinden ze terug online, op de prijsetiketten in onze winkels en op de verpakkingen van meer dan 500 eigenmerkproducten. Tegelijk promoten we actief producten met een lage milieu-impact, onder meer via ons in 2022 gelanceerde **duurzame spaarprogramma**. Bij aankoop van producten met goede Eco-scores sparen klanten automatisch digitale punten. Die kunnen ze inzetten voor milieuprojecten en vanaf eind 2024 ook voor sociale projecten van onze stichting Colibri Foundation.

33.575 medewerkers



Voor de medewerker

De medewerkers zijn ons echte kapitaal. In de mate dat zij groeien, groeit ook de firma. We willen dan ook een aantrekkelijke werkgever zijn, met werkbaar en zinvol werk en gezonde, betrokken en tevreden medewerkers.

We investeren in **duurzame werkgelegenheid** en stimuleren actief verdere loopbaanontwikkeling. Jaarlijks groeien enkele duizenden collega's door of gaan ze een andere uitdaging aan binnen de groep. We bieden ook jobzekerheid: nagenoeg alle medewerkers hebben een contract van onbepaalde duur, ruim vier op vijf is voltijds in dienst.

We creëren een **veilige en gezonde werkomgeving** met aandacht voor fysiek, mentaal en sociaal welbevinden. Dat gaat van gratis griepvaccinatie en voordelige fitnessabonnementen, over sensibilisering rond grensoverschrijdend gedrag en opvang bij schokkende gebeurtenissen tot begeleiding en financiële ondersteuning van langdurig zieken.

Met jaarlijks meer dan een miljoen opleidingsuren bieden we medewerkers volop **kansen om te leren en te groeien** in hun job en als persoon. Vakinhoudelijk gaat het vooral om trainingen op de werkvloer, digitale vaardigheden en opleiding van leidinggevendenden om medewerkers te ondersteunen. Daarnaast bieden we een zestigtal trainingen voor persoonlijke, mentale, emotionele, fysieke en spirituele ontwikkeling.



Voor de partners

We streven ernaar om constructieve en duurzame relaties op te bouwen met al onze partners, in de eerste plaats onze lokale producenten en leveranciers maar ook ngo's, kennisinstellingen, overheden, het middenveld, enz.

Als Belgische onderneming willen we zo veel mogelijk binnenlandse producten aanbieden. Daarom engageren we ons actief voor de **verankering** van de **lokale productie** en het bijhorende vakmanschap. Zo komt het gros van de verse producten uit eigen land, via rechtstreekse samenwerking met meer dan 600 en indirect met 6.000 Belgische landbouwbedrijven.

We zetten diverse samenwerkingsmodellen op met Belgische landbouwers en andere partners uit de agrovoedingsketen. Daarbij hoort ook het opstarten van compleet nieuwe productieketens met meerwaarde voor elke schakel in de keten, bijvoorbeeld voor biovarken of welzijnskip. Die partnerships dragen bij aan meer afzet- en inkomenszekerheid voor de landbouwers én meer bevoorradingszekerheid voor onze klanten.

4. Samen groeien

Als retailer willen we verder groeien door synergie en nieuwe business te ontwikkelen in stedelijke omgevingen, op de zakelijke markt, in Frankrijk en Luxemburg, in e-commerce enz.



Expansie in de stad

We willen onze aanwezigheid in stedelijke omgevingen versneld opdrijven en focussen de komende 10 jaar op grootsteden als Brussel, Antwerpen en Gent. We zien er veel groeipotentieel, omdat we met onze verschillende formules perfect inspelen op de noden van de groeiende en diverse bevolking. Op basis van onder meer het socio-demografisch profiel ontwikkelen we een **expansieplan op maat** van elke stad of wijk. We definieerden een aantal typewijken met bijhorende, eenvoudig te dupliceren winkeloplossingen. We stemmen onze **winkelformats** ook af op het lokale concurrentielandschap en de beschikbaarheid van locaties of parking. Zo kunnen we opteren voor kleinere winkels dan gemiddeld of integratie in een wooncomplex. Ten slotte verfijnen we onze **assortimenten** met meer of minder bio, on-the-go, artikelen per stuk, kleinere verpakkingen, enz.

Met het oog op meer stedelijke activiteit, investeren we in een **duurzame, efficiënte en veilige winkelbevoorrading** via specifieke rijopleidingen, dodehoeksensibilisering voor kinderen, bezorging met cargofietsen, elektrische koelvrachtwagens, enz.

Onze speerpunten

- Stadsformule **Okay Compact**: 7 op 7 open, alle boodschappen op minder dan 400 m².
- Selfservicewinkel **Okay Direct**: 24 op 24 open, autonoom winkelen via de Xtra-app.
- Afhaalpunt **Collect&Go Walk-in**: alles van Colruyt en Bio-Planet op amper 25 m².

Gezamenlijk aanbod voor de b2b-markt

Een aantal van onze businessformules zijn al jaren actief in groothandel en foodservice, recenter hebben we ook b2b-activiteiten ontwikkeld in onder meer gezondheid en energie. Sinds 2023 valoriseren we nog meer de complementariteit van die activiteiten door alle expertise te bundelen in een gezamenlijk aanbod. Zo worden we als groep een nog **sterkere servicepartner** voor onze professionele klanten. Daarbij focussen we prioritair op de sectoren horeca en zelfstandige handelaars, in een tweede fase ook op de b2b2e-markt, de zorg en overheden.

- Op Horeca Expo 2023 bemande ons foodservicebedrijf **Solucious** voor het eerst een grote stand samen met Colruyt Professionals, Culinoa, Bike Republic en Bio-Planet. Deze partners namen samen met het begin 2024 overgenomen Valfrais ook deel aan de Waalse vakbeurs Horecatel.

Groei in gezondheid en non-food

Behalve in de foodretail plannen we ook verdere groei in de vakgebieden gezondheid en non-food. Zo exploreert onze online apotheek **Newpharma** intensiever diverse buitenlandse markten. Fietsspecialist **Bike Republic** plant nieuwe servicepunten te openen in de stad en onze fitnessketen **Jims** ten slotte ziet de komende jaren potentieel voor een twintigtal bijkomende clubs in België en Luxemburg.

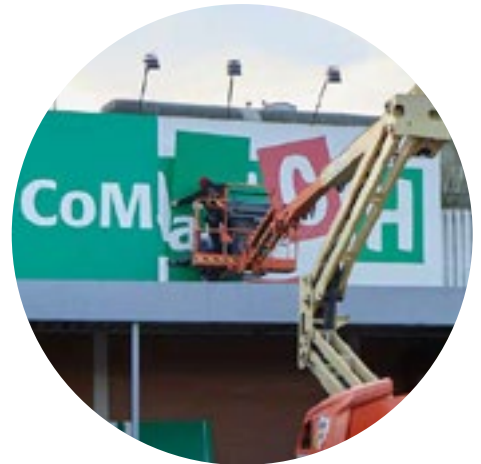


Uitbreiding groothandel in Frankrijk

Onze Franse groothandel Codifrance versterkte zich aanzienlijk met de overname van sectorgenoot Degrenne Distribution. Zo vergrootte het aanmerkelijk zijn aanwezigheid in het noordwesten van Frankrijk en in de regio Île-de-France. De fusie werd goed onthaald, leidde tot instroom van nieuwe klanten en geeft het bedrijf meer ruimte om zijn distributienetwerk verder te laten groeien. Bovendien heeft Codifrance zijn positie binnen de aankoopvereniging Francap gevoelig verbeterd.

Grootste overname ooit boost voor Comarkt/Comarché

In september 2023 bereikte Colruyt Group een akkoord voor de grootste overname uit zijn geschiedenis. De intentie betrof een groot aantal Match- en Smatch-winkels van de Belgische retailgroep Louis Delhaize NV. In april 2024 gaf de Belgische Mededingingsautoriteit finale toestemming voor de overname van het handelsfonds van 54 winkels, goed voor ruim 950 medewerkers en een jaomzet van bijna EUR 300 miljoen. De operatie laat ons toe om versneld te groeien en onze positie als Belgisch marktleider in de foodretail te versterken.



Complementair met bestaande winkelpark

De 54 overgenomen winkels liggen mooi verspreid over het land, vullen het bestaande winkelnetwerk goed aan en passen in de uitbreidingsplannen van onze diverse formules. De extra verkooppunten versterken ook onze aanwezigheid in belangrijke steden en in Wallonië. Alle betrokken winkels worden op korte of lange termijn omgevormd naar een Colruyt Group-formule zoals Okay, Colruyt Laagste Prijzen, Spar of Bio-Planet, afhankelijk van de beschikbare ruimte, de lokale marktpositionering, de klantenbehoeften, enz.

- Een zevental winkels was langere tijd dicht voor verbouwing, om later in 2024 te heropenen onder hun definitieve vlag.
- Voor een grote groep van 39 winkels wilden we maximale continuïteit verzekeren, dus de klanten blijven bedienen en de medewerkers aan de slag houden. Daarom sloten die winkels maar één week voor een lichte ombouw en heropenden ze onder de tijdelijke formule Comarkt of Comarché. In de loop van de komende drie jaar zullen ze omgebouwd worden naar hun definitieve formule.
- Zes van de zeven betrokken franchisewinkels ten slotte tekenden een nieuwe overeenkomst met Retail Partners Colruyt Group en worden uitgbaat als zelfstandige Spar-winkels.

Huzarenstukje

De ombouw van 39 winkels naar Comarkt was een huzarenstukje. Na de uitverkoop werden de winkels grondig schoongemaakt en voorzien van nieuwe IT-infrastructuur en kassa's gelinkt met onze getrouwheidsformule Xtra. Het assortiment werd

aangevuld met onze eigen merken Boni en Everyday, in de rekken kwamen er nieuwe prijsetiketten en op de gevels verscheen het Comarkt-logo.

In maart en april 2024 namen we elke week een vijftal winkels onder handen, zodat de eerste Comarkt al op 11 maart opende, de laatste op 29 april. Honderden collega's uit tal van afdelingen werkten mee om de transitie in goede banen te leiden. Een ongeziene samenwerking en een sterk staaltje van onze groepswaarden samenhang, moed, geloof, hoop en dienstbaarheid!

Welkom, nieuwe collega's

Als mensgerichte werkgever hebben we de ruim 950 nieuwe collega's hartelijk onthaald. Zo kregen ze kort na de overname allemaal een kaartje van de CEO in de bus en werden ze in een video verwelkomd door de directie.

De nieuwe Comarkt-medewerkers bleven tijdens de sluitingsweek in hun winkel aan de slag. Ze werden door ervaren collega's uit naburige winkels opgeleid in de nieuwe systemen en aangepaste assortimenten, en samen bereidden ze ook de heropening voor. De medewerkers van de 7 winkels die langer dicht bleven, werden tijdelijk ondergebracht in omliggende winkels. Onze distributiecentra schakelden ook een versnelling hoger om de extra winkels te kunnen beleveren. Daartoe werden er een 120-tal extra logistieke medewerkers aangeworven, onder wie een tiental voormalige werknemers van Match/Smatch.



Onze kijk op duurzaamheid

Duurzaamheid loopt al jaren als een rode draad door al onze activiteiten. Het is voor ons al lang niet meer een verzamelnaam voor diverse maatschappelijke thema's, maar wel de basis voor succes en groei op lange termijn. Een must om snel en flexibel te kunnen inspelen op de complexe uitdagingen van een steeds veranderende wereld. Duurzaam ondernemen is belangrijker dan ooit.

Recent hebben we onze duurzaamheidsstrategie aangescherpt met duidelijke ambities en doelstellingen. Op de volgende pagina's tonen we concreet hoe we deze zullen realiseren. Eén ding is zeker: we slaan hiervoor de handen in elkaar met al onze partners in de toeleveringsketen. Want samen staan we zoveel sterker om een duurzame positieve impact te creëren.

Onze aanpak om duurzaam te ondernemen



Impact genereren op 5 vlakken



Onze inspanningen voor een duurzamere wereld sluiten naadloos aan bij de 17 duurzaamheidsdoelstellingen of Sustainable Development Goals (SDG's) van de Verenigde Naties. Ze vormen een gemeenschappelijke duurzaamheidsagenda met concrete doelstellingen, zowel voor de maatschappij, de economie en het milieu, als voor mensenrechten en wereldvrede.

Als 'SDG Voice' dragen we deze ambitieuze agenda hoog in het vaandel, want die biedt ons:

- een **externe kijk** op wat duurzaamheid allemaal inhoudt en kan inhouden,
- en een **gemeenschappelijk draagvlak** voor tal van maatschappelijke uitdagingen.

Immers, de SDG's hebben ook een belangrijke verdienste in het verbreden van het 3P- naar het 5P-model: Van impact genereren op vlak van People, Planet en Prosperity tot de weg ernaartoe, via Peace en Partnership.

De SDG's zijn wereldwijd erkend als een gemeenschappelijke taal rond duurzaamheid. Dat is ook de reden waarom wij ze gebruiken als **kompas voor onze duurzaamheidsstrategie en rapporteringsframework**. Daarnaast is het met respect in dialoog gaan met onze stakeholders ingebed in onze identiteit en cultuur. Het is een principe dat verankerd zit in onze waarden en terugkomt in ons dagelijks handelen.

3 drivers om ons te organiseren

Ons duurzaamheidsbeleid wordt gestuurd door drie drivers. Om te beginnen: onze **producten en diensten**, de kern van onze activiteit als retailer. Een tweede drijvende kracht is de **infrastructuur** die we gebruiken om die producten en diensten tot bij onze klanten te brengen. **Mensen** zijn onze derde stuwende kracht. De concrete realisatie van onze duurzaamheidsprojecten doen we samen met onze

medewerkers, onze businesspartners, onze klanten, onze investeerders, kennisinstellingen, de overheden, sectorfederaties en andere maatschappelijke organisaties.

Met het domein Sustainability en de domeinraad als overkoepelende organen garandeert onze organisatiestructuur een ecosysteem waarin duurzaamheid diepgeworteld zit.



12 werven om het verschil te maken

In onze duurzaamheidsstrategie focussen we op een aantal thema's: onze **12 duurzaamheidswerven**. Voor elk van deze geloven we dat we een concrete positieve impact kunnen realiseren, in iedere schakel van de keten. Het begrip 'werf' duidt aan dat ons werk nooit af is: wanneer we onze doelen bereiken, bepalen we nieuwe ambities. Zo bereiken we stapsgewijs meer dan we ooit voor mogelijk hielden.

Gezondheid	Dierenwelzijn	Atmosfeer
Samen werken	Biodiversiteit	Water
Samen leren	Landbouw	Energie
Samen leven	Grondstoffen	Mobiliteit



4 thema's om bewuster te consumeren



Om het onze klanten eenvoudiger te maken bewuster te consumeren, communiceren wij heel transparant over onze duurzaamheidsinspanningen. Producten, diensten en initiatieven met sterke ambities en een aantoonbare impact op **gezondheid, samenleving, dierenwelzijn** of **milieu** krijgen een of meerdere kleurrijke iconen, die overeenstemmen met deze vier thema's. Zo willen we onze klanten op een laagdrempelige manier aanmoedigen om bewust duurzamere keuzes te maken.

Materialiteitsanalyse om onze focuspunten te bepalen

Duurzaamheid gaat heel ver. Om onze focuspunten te bepalen, deden we in maart 2022 een eerste materialiteitsanalyse. De term 'materialiteit' geeft aan hoe belangrijk of 'materieel' een bepaald duurzaamheidsthema is voor een organisatie en haar stakeholders. Het was een ruime kwalitatieve en kwantitatieve oefening waarbij we heel wat stakeholders hebben bevraagd, gaande van medewerkers tot businesspartners, maatschappelijke organisaties, pers en sectorfederaties. Vanzelfsprekend hanteerden we hierbij het waardeketenperspectief en stond dit perspectief ook centraal in de interactie met de verschillende stakeholders via de online survey, workshops en het panelgesprek dat we organiseerden.

Thema's die hoog scoren op beide zijden van een zogenaamde 'materialiteitsmatrix', liggen zowel de organisatie als de stakeholders na aan het hart, en zijn de thema's waar je als bedrijf de grootste impact kan hebben.

In 2024 herhalen we deze oefening volgens de richtlijnen van de CSRD-wetgeving. We zullen die voor het eerst publiceren in het jaarverslag van 2024/25. De materialiteitsmatrix van 2023/24 in het hoofdstuk 'Corporate sustainability' geeft aan welke inhoudelijke topics 'materieel' zin voor Colruyt Group. Topics waar wij en onze stakeholders op willen inzetten.

7 doelstellingen voor de toekomst en 27 subdoelstellingen om ze te realiseren

Recent scherpten we onze duurzaamheidsstrategie aan met zeven doelstellingen en 27 subdoelstellingen, als antwoord op onze belangrijkste duurzaamheidsuitdagingen en de materiële duurzaamheidstopics. Deze hebben telkens een plaats gekregen in functie van de scope waarop ze betrekking hebben. Zo vind je bijvoorbeeld met betrekking tot klimaat een doelstelling bij onze eigen activiteiten (Infrastructuur) en bij onze waardenketens (Product). Elke materiële impact krijgt de plaats waar we vandaag de grootste meerwaarde realiseren.

Milieu en samenleving lopen als een rode draad doorheen onze doelstellingen:

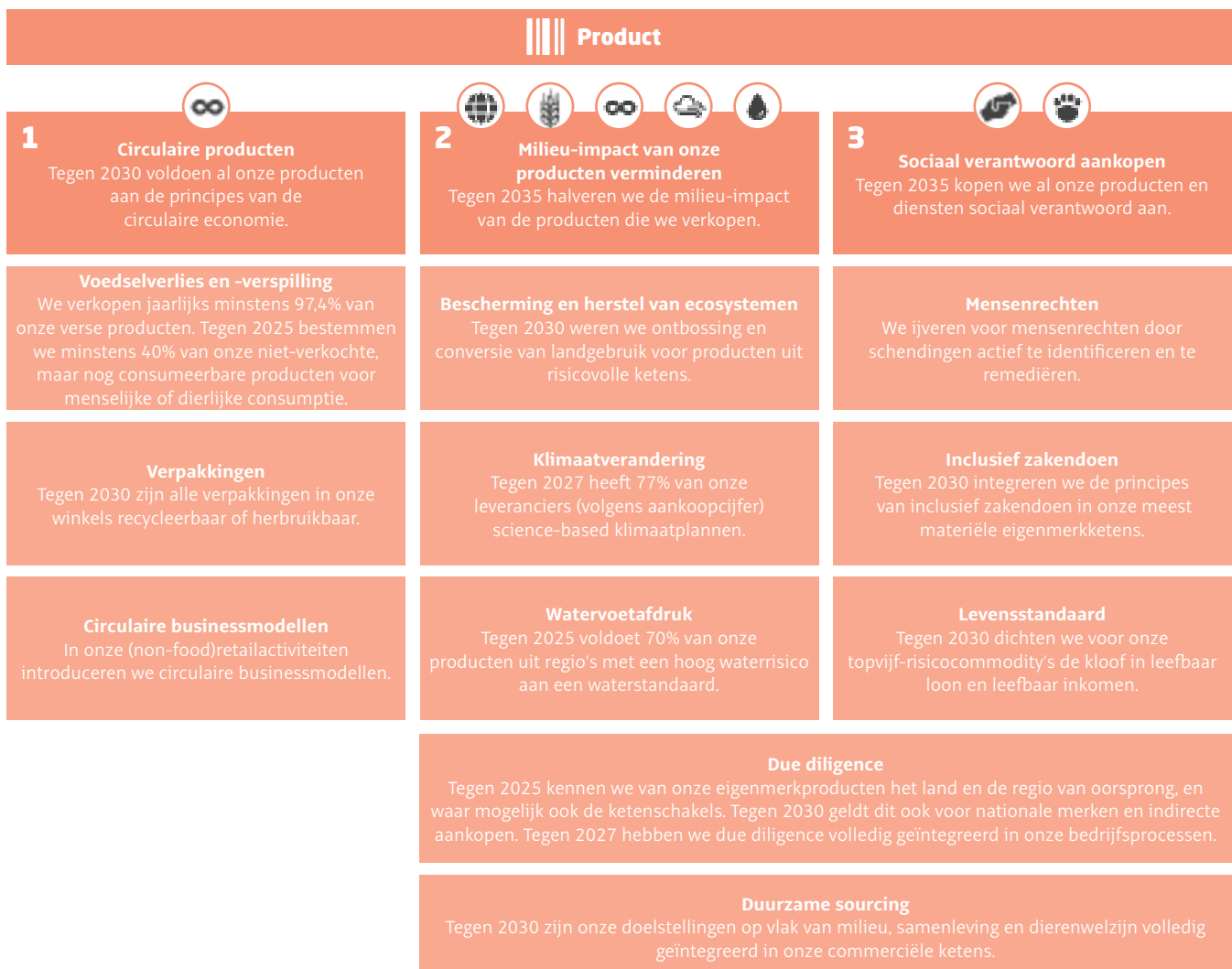
- **Op ecologisch vlak** willen we onze milieuoetafdruk zoveel mogelijk reduceren en de circulariteit van grondstoffen, materialen en producten bevorderen. We hebben oog voor klimaattherstel en de veerkracht van natuurlijke ecosystemen.
- **Op sociaal vlak** staan we dicht bij onze medewerkers, klanten, lokale gemeenschappen en stakeholders. Onze medewerkers zijn onze ambassadeurs, onze klanten onze belangrijkste doelgroep.

We ontwikkelen samen **producten en diensten** in het kader van een bewustere consumptie- en levensstijl. We informeren, enthousiasmeren en ondersteunen om nieuwe, bewustere

gewoonten aan te nemen. Samen geven we duurzaamheid een gezicht en een duidelijke waarde.

De duurzaamheidsdoelstellingen zijn bewust opgesteld voor de **volledige toeleveringsketen**: van de sourcing van grondstoffen, over onze eigen activiteiten, tot bij onze klanten. We hopen dat de doelstellingen ook een **inspiratiebron** zijn voor anderen en zijn ervan overtuigd dat samenwerking de sleutel is tot een duurzame positieve impact.

In het huidige boekjaar focussen we bij de uitwerking op 7 doelstellingen. Voor het overgrote deel van deze doelstellingen planten we inhoudelijke vlaggen met betrekking tot sociaal en milieugerichte thema's. Dit gaat concreet over **mensenrechten**, bescherming en het herstel van **ecosystemen** en **verpakking**. We willen ook binnen de 1,5 °C opwarming blijven door de directe broeikasgasuitstoot te reduceren. Daarom hebben ook onze leveranciers de opdracht gekregen om tegen 2027 wetenschappelijk onderbouwde stappen te zetten op het vlak van **klimaatverandering**. Daarnaast is er ook een doelstelling gericht op het integreren van duurzaamheid in bedrijfsprocessen en systemen: **due diligence**. Deze is meer gericht op verandering: welke stappen moeten we nemen om duurzaamheid diep in de organisatie en onze activiteiten te laten doordringen? Een boeiende rit.





Infrastructuur



4

Milieu-impact van onze eigen activiteiten verminderen

We werken toe naar een zo laag mogelijke milieu-impact van onze bedrijfsvoering en infrastructuur.

Afval verminderen en recycleren

We streven naar een jaarlijkse daling van onze hoeveelheid afval per miljoen euro omzet en een minimale recycling rate van 85%.

Circulair waterverbruik

Tegen 2030 komt 50% van ons totale waterverbruik uit hemelwater en afvalwater (excl. flessenwater voor verkoop).

Circulair bouwen

Tegen 2050 gaan we volledig circulair om met bouw- en inrichtingsmaterialen in eigen beheer.

Directe broeikasgasuitstoot

Tegen 2030 stoten we 42% minder broeikasgassen uit in scope 1 en 2 tegenover 2021. Tegen 2030 hebben we bovendien een netto-nul uitstoot in scope 1 en 2.

Energieverbruik

Tegen 2030 verminderen we ons energieverbruik met 20% per miljoen euro omzet tegenover 2009.



Mens



5

Duurzame consumptie bevorderen

Tegen 2030 vertoont 50% van onze herkende klanten een duurzamer consumptiepatroon.

Eiwitshift

Tegen 2028 komt 60% van de eiwitten in onze verkochte producten uit plantaardige bronnen en 40% uit dierlijke bronnen.

Eco-score

Tegen 2026 genereren we 34,5% van onze omzet met producten met Eco-score A en B.

Nutri-Score

Tegen 2026 genereren we 46% van onze omzet met producten met Nutri-Score A en B.

Duurzame spaarprogramma

Tegen 2025 gebruikt 15% van onze herkende klanten actief ons duurzame spaarprogramma.

Medewerkers als ambassadeurs

Al onze medewerkers dragen actief bij aan duurzaam ondernemen en bewust consumeren.



6

Niemand achterlaten

We zetten onze hefbomen in voor doelgroepen in een kwetsbare context.

Toegang tot evenwichtige, duurzame voeding

We maken evenwichtige en duurzame voeding toegankelijk door in te zetten op o.a. een kwalitatief en betaalbaar aanbod, informatie en sensibilisering, en een aangepaste infrastructuur.

Kansen verhogen

We bevorderen de integratie van doelgroepen in een kwetsbare context, zowel in de samenleving als de arbeidsmarkt.

Elke klant voelt zich welkom en gerespecteerd

Onze digitale en fysieke touchpoints zijn toegankelijk en onze communicatie is inclusief.



7

Werkbaar en zinvol werk

We voorzien en promoten werkbaar en zinvol werk voor elke medewerker.

Gezondere medewerkers

Jaarlijks participeert 25% van onze medewerkers aan een leerinitiatief rond gezondheid. We blijven ook de veiligheid op de werkplek opvolgen.

Betrokken en tevreden medewerkers

Medewerkers voelen zich gezien, gehoord en betrokken. Dat reflecteert zich ook in een constructieve sociale dialoog.

Gelijkwaardige kansen

Al onze processen met betrekking tot medewerkers zijn inclusief. We vergroten ook de diversiteit binnen ons medewerkersbestand en management.

Onze doelstellingen zijn gelinkt aan onze 12 werven:



Grondstoffen



Biodiversiteit



Landbouw



Atmosfeer



Water



Samen werken



Dierenwelzijn



Energie



Mobiliteit



Samen leren



Samen leven



Gezondheid

Beheersverslag

Omzet stijgt met 11,9%

Bedrijfsresultaat en nettoresultaat nemen fors toe

Krachtlijnen boekjaar 2023/24 ⁽¹⁾

Boekjaar 2023/24 werd gekenmerkt door een uitdagende en onzekere macro-economische context en door een competitieve Belgische retailmarkt. De voedingsinflatie was in de eerste jaarhelft uitzonderlijk hoog en halveerde in de tweede jaarhelft. Als retailer en marktleider in België blijft Colruyt Group actief haar maatschappelijke rol spelen door ervoor te zorgen dat klanten in onze winkels en online een kwalitatief en betaalbaar aanbod krijgen, en dit op een zo duurzaam mogelijke manier.

De omzet steeg 11,9% tot EUR 10,8 miljard. Dit is voornamelijk het gevolg van de voedingsinflatie, de toename van het marktaandeel in België en de integrale consolidatie van Newpharma en Degrenne Distribution. Exclusief Newpharma en Degrenne Distribution steeg de omzet met 9,0%. Mede door een normalisatie van het verschil tussen verkoopprijsinflatie en kostprijsinflatie verbeterde de brutowinstmarge tot 29,8%. Colruyt Laagste Prijzen blijft daarbij haar laagsteprijzenstrategie consistent toepassen.

De operationele kosten stegen voornamelijk als gevolg van toegenomen personeelsbeloningen (beïnvloed door het automatische loonindexeringssysteem in België en provisies voor winstdelende vergoedingen voor medewerkers), de toegenomen inflatie op andere operationele kosten en de integrale consolidatie van Newpharma en Degrenne Distribution. Dit wordt deels gecompenseerd door de afgenomen energiekosten. De groep slaagde erin de stijging van de operationele kosten verder te beperken door een verhoogde focus op processen, kostenbeheersing en efficiëntie.

In 2023/24 waren er éénmalige effecten:

- Een netto positief effect van in totaal EUR 704 miljoen gerelateerd aan Virya Energy in het kader van de verkoop van Parkwind aan JERA door Virya Energy (met onder andere een finale meerwaarde van EUR 678 miljoen) en in het kader van de verkoop van een deel van de participatie in Virya Energy aan Korys (gepresenteerd als aandeel in het resultaat van deelnemingen).
- De meerwaarde van EUR 9 miljoen gerealiseerd op de verkoop van DATS 24 aan Virya Energy (gepresenteerd in het resultaat van het boekjaar uit beëindigde bedrijfsactiviteiten).
- De herstructureringskost van Dreamland ten belope van EUR 6 miljoen (gepresenteerd in het resultaat van het boekjaar uit beëindigde bedrijfsactiviteiten).
- Een beperkte minderwaarde ten belope van EUR 4 miljoen in het kader van de verkoop van 75% van Dreamland aan Toychamp waarvan de verkoop begin oktober 2023 werd gefinaliseerd (gepresenteerd in het resultaat van het boekjaar uit beëindigde bedrijfsactiviteiten).

- Een negatief effect van EUR 10 miljoen voor Dreambaby, onder andere in het kader van de verkoop aan het management van Supra Bazar die eind mei 2024 werd gefinaliseerd (gepresenteerd in het resultaat van het boekjaar uit beëindigde bedrijfsactiviteiten).

Dit heeft tot gevolg dat voor 2023/24, exclusief bovenstaande éénmalige effecten, het bedrijfsresultaat stijgt tot EUR 470 miljoen (4,3% van de omzet), het nettoresultaat uit voortgezette bedrijfsactiviteiten stijgt tot EUR 368 miljoen (3,4% van de omzet) en het totale nettoresultaat stijgt tot EUR 357 miljoen (3,3% van omzet).

De investeringen van Colruyt Group bedroegen EUR 433 miljoen in 2023/24 (4,0% van de omzet) en hadden voornamelijk betrekking op nieuwe winkels en de vernieuwing van bestaande winkels, op de uitbreiding van de logistieke capaciteit in België en Frankrijk, op innovatie en digitale veranderingsprogramma's en op energie-efficiëntie.

(1) De krachtlijnen zijn opgesteld op basis van de geconsolideerde resultatenrekening waarin zowel DATS 24 NV (verder "DATS 24"), Dreamland NV (verder "Dreamland") en Dreambaby NV (verder "Dreambaby") als beëindigde bedrijfsactiviteiten worden gepresenteerd.

“ *We mogen binnen de huidige omstandigheden tevreden terugblikken op het voorbije boekjaar. In een blijvend uitdagende en zeer concurrentiële context zijn we erin geslaagd significant betere resultaten neer te zetten dan vorig jaar. En dat mede dankzij de voortdurende focus op (operationele) efficiëntie en het harde werk van al onze medewerkers. Als groep breidden we uit dankzij de overname van Degrenne Distribution in Frankrijk en van 54 Match- en Smatch-winkels in ons land. We hebben ook minder evidente beslissingen moeten nemen, zoals de verkoop van onze babyspecialist Dreambaby. We blijven daarnaast op onze hoede: zowel de macro-economische omgeving als de Belgische retailmarkt blijven zeer uitdagend. Ook het komende boekjaar zullen we als Belgische en lokale retailer blijven inzetten op onze langetermijnstrategie, onze laagsteprijzbelofte bij de formule Colruyt Laagste Prijzen en de constructieve relaties met al onze partners, klein en groot.*

CEO Stefan Goethaert

Geconsolideerde resultatenrekening ⁽¹⁾

(In miljoen EUR)	1/04/2023 - 31/03/2024	1/04/2022 - 31/03/2023	Evolutie
Omzet	10.845	9.691	+11,9%
Brutowinst	3.230	2.779	+16,3%
% van omzet	29,8%	28,7%	
Bedrijfs-cashflow (EBITDA)	893	677	+31,9%
% van omzet	8,2%	7,0%	
Bedrijfsresultaat (EBIT) ⁽²⁾	470	281	+67,2%
% van omzet	4,3%	2,9%	
Winst vóór belastingen	1.176	272	+332,1%
Winst vóór belastingen excl. éénmalige effecten ⁽³⁾	472	272	+73,4%
% van omzet	4,4%	2,8%	
Winst van het boekjaar uit voortgezette bedrijfsactiviteiten	1.072	210	+410,5%
Winst van het boekjaar uit voortgezette bedrijfsactiviteiten excl. éénmalige effecten ⁽³⁾	368	210	+75,1%
% van omzet	3,4%	2,2%	
Resultaat van het boekjaar uit beëindigde bedrijfsactiviteiten	-21	-9	+122,6%
Winst van het boekjaar	1.051	201	+424,0%
Winst van het boekjaar excl. éénmalige effecten ⁽³⁾	357	201	+78,1%
% van omzet	3,3%	2,1%	
Winst per aandeel (in EUR) ⁽⁴⁾	8,33	1,57	+431,4%
Uit voortgezette bedrijfsactiviteiten	8,50	1,64	+417,8%
Uit beëindigde bedrijfsactiviteiten	-0,17	-0,07	+125,8%
Winst per aandeel excl. éénmalige effecten (in EUR) ⁽³⁾⁽⁴⁾	2,83	1,57	+80,6%
Uit voortgezette bedrijfsactiviteiten	2,91	1,64	+77,7%
Uit beëindigde bedrijfsactiviteiten	-0,08	-0,07	+14,0%

(1) In de geconsolideerde resultatenrekening worden DATS 24, Dreamland en Dreambaby gepresenteerd als beëindigde bedrijfsactiviteiten, zowel in 2023/24 als in 2022/23. In 2023/24 wordt het resultaat van DATS 24 als beëindigde bedrijfsactiviteit opgenomen voor twee maanden, het resultaat van Dreamland voor zes maanden en het resultaat van Dreambaby voor een volledig boekjaar. In 2022/23 wordt het resultaat van DATS 24, van Dreamland en van Dreambaby voor een volledig boekjaar opgenomen als beëindigde bedrijfsactiviteit.

(2) Het bedrijfsresultaat (EBIT) zoals gerapporteerd in het beheersverslag vorig jaar was inclusief DATS 24, Dreamland en Dreambaby en bedroeg EUR 279 miljoen of 2,6% van omzet in boekjaar 2022/23.

(3) Om de cijfers over de twee boekjaren heen beter te kunnen vergelijken worden een aantal lijnen exclusief éénmalige effecten gepresenteerd. Voor een overzicht van de éénmalige effecten in het boekjaar 2023/24 verwijzen we naar de 'krachtlijnen' op de vorige pagina.

(4) Het gewogen gemiddeld aantal uitstaande aandelen bedroeg 126.163.912 in 2023/24 en 127.967.641 in 2022/23.

Geconsolideerde winst- en verliesrekening

De **omzet** van Colruyt Group steeg met 11,9% tot EUR 10,8 miljard in 2023/24. De omzet werd voornamelijk positief beïnvloed door de voedingsinflatie, de toename van het marktaandeel in België en de integrale consolidatie van Newpharma en Degrenne Distribution. Exclusief Newpharma en Degrenne Distribution steeg de omzet van Colruyt Group met 9,0%.

Het marktaandeel van Colruyt Group in België (Colruyt Laagste Prijzen, Okay en Spar) steeg tot 31,2% in boekjaar 2023/24 (30,5%⁽⁵⁾ in 2022/23).

De brutowinst stijgt voornamelijk als gevolg van de toegenomen omzet en ook door een stijging van de brutowinstmarge tot 29,8% van de omzet. De stijging van de marge kan voornamelijk worden verklaard door de normalisatie van het verschil tussen verkoopprijsinflatie en kostprijsinflatie nadat de kostprijsinflatie meer dan een jaar hoger lag dan verkoopprijsinflatie. Dergelijke genormaliseerde situatie is van belang om verder te kunnen investeren in onder andere promoties en laagste prijzen, maar ook expansie, duurzaamheid, digitalisering, enzovoort. De toename van de brutowinst als gevolg van de toegenomen marge compenseert niet voldoende de stijging in de personeelsbeloningen die in belangrijke mate beïnvloed worden door het automatische loonindexeringssysteem in België.

De Belgische retailmarkt blijft zeer competitief. Als retailer en als marktleider blijft Colruyt Group haar maatschappelijke rol spelen waarbij klanten op de groep kunnen rekenen bij het bewaken van hun huishoudbudget.

De netto operationele kosten stegen met EUR 236 miljoen en bedroegen 21,6% van de omzet. De operationele kosten stegen voornamelijk door de personeelsbeloningen (als gevolg van het automatische loonindexeringssysteem in België en de provisie voor winstdelende vergoedingen voor medewerkers), door inflatie op andere operationele kosten en door de integrale consolidatie van Newpharma, Degrenne Distribution en de overgenomen Match- en Smatch-winkels. Dit wordt deels gecompenseerd door de afgenomen energiekosten. Colruyt Group ziet maximaal toe op het beheer van de kosten en verbetering van de productiviteit. De groep slaagde erin de stijging van de operationele kosten verder te beperken door een verhoogde focus op processen, kostenbeheersing en efficiëntie. Daarnaast behoudt de groep haar focus op de lange termijn en worden investeringen in duurzaamheid en efficiëntie, digitale transformatie en innovatie, medewerkers en kwalitatieve en betaalbare eigenmerkproducten doelgericht voortgezet.

De bedrijfscashflow (EBITDA) steeg met 31,9% en bedroeg EUR 893 miljoen of 8,2% van de omzet (7,0% in 2022/23).

De afschrijvingen en waardeverminderingen zijn met EUR 27 miljoen gestegen. De afschrijvingen zijn met EUR 24 miljoen gestegen, voornamelijk toe te schrijven aan de integrale consolidatie van Newpharma en Degrenne Distribution en aan de continue investeringen in winkels, distributie- en productiecentra en transformatieprogramma's.

De waardeverminderingen zijn met EUR 3 miljoen toegenomen tot EUR 36 miljoen. De waardeverminderingen hebben

voornamelijk betrekking op transformatieprogramma's (ten belope van EUR 8 miljoen), op goodwill (ten belope van EUR 11 miljoen) en op een beperkt aantal structureel verlieslatende retail activa in Frankrijk (ten belope van EUR 11 miljoen).

Het bedrijfsresultaat (EBIT) steeg 67,2% tot EUR 470 miljoen of 4,3% van de omzet in 2023/24 (2,9% in 2022/23).

Het netto financieel resultaat steeg met EUR 8 miljoen tot een netto financiële kost van EUR 3 miljoen. Dit is voornamelijk het gevolg van een toename van de financiële opbrengsten onder andere als gevolg van het gerealiseerde rendement op de sterk toegenomen geldmiddelen, deels gecompenseerd door een toename van de financiële kosten als gevolg van de stijgende interestvoeten.

Het aandeel in het resultaat van deelnemingen bedroeg EUR 709 miljoen en omvat een éénmalig netto positief effect van in totaal EUR 704 miljoen gerelateerd aan Virya Energy in het kader van de verkoop van Parkwind door Virya Energy en in het kader van de verkoop van een deel van de participatie in Virya Energy door Colruyt Group aan Korys. Dit bestaat voornamelijk uit de meerwaarde van EUR 678 miljoen die Colruyt Group realiseerde op de verkoop van Parkwind aan JERA door Virya Energy. Exclusief éénmalige effecten steeg het resultaat van deelnemingen grotendeels door een positief operationeel resultaat van Virya Energy.

De **winst van het boekjaar uit voortgezette bedrijfsactiviteiten** bedroeg EUR 1.072 miljoen (9,9% van de omzet). Aangepast voor éénmalige effecten bedroeg de winst van het boekjaar uit voortgezette bedrijfsactiviteiten EUR 368 miljoen of 3,4% van omzet, een stijging met 75,1% ten opzichte van 2022/23 (EUR 210 miljoen of 2,2% van de omzet).

In 2023/24 bedroeg het **resultaat van het boekjaar uit beëindigde bedrijfsactiviteiten** EUR -21 miljoen, bestaande uit:

- Het resultaat van DATS 24 ten belope van EUR 7 miljoen (voor een periode van twee maanden).
- Het resultaat van Dreamland ten belope van EUR -14 miljoen (voor een periode van zes maanden en inclusief een herstructureringskost van EUR 6 miljoen).
- Het resultaat van Dreambaby ten belope van EUR -9 miljoen (voor een periode van twaalf maanden).
- De gerealiseerde meerwaarde op de verkoop van DATS 24 ten belope van EUR 9 miljoen.
- Een gerealiseerde minderwaarde op de verkoop van Dreamland ten belope van EUR 4 miljoen.
- Een negatief éénmalig effect bij Dreambaby, onder andere in het kader van de verkoop aan het management van Supra Bazar, ten belope van EUR 10 miljoen.

In 2022/23 bedroeg het resultaat van het boekjaar uit beëindigde bedrijfsactiviteiten EUR -9 miljoen, bestaande uit:

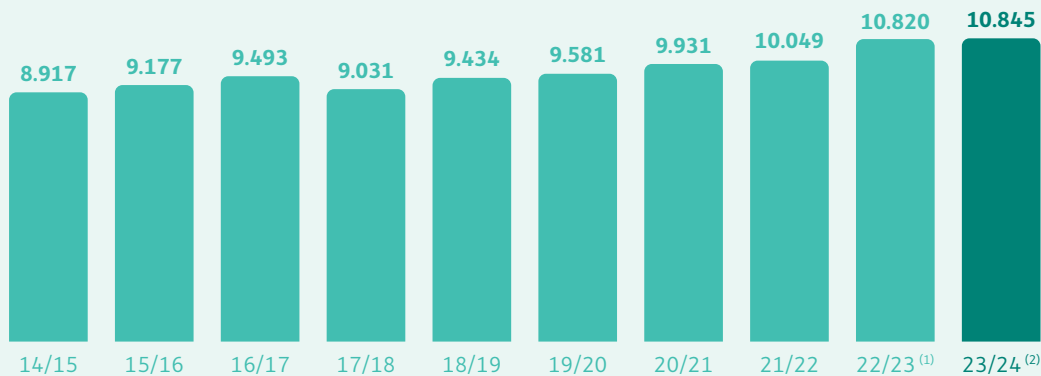
- Het resultaat van DATS 24 ten belope van EUR 21 miljoen (voor een volledig boekjaar).
- Het resultaat van Dreamland ten belope van EUR -22 miljoen (voor een volledig boekjaar).
- Het resultaat van Dreambaby ten belope van EUR -8 miljoen (voor een volledig boekjaar).

(5) Aangezien Nielsen in 2023/24 de berekeningsmethode van het marktaandeel heeft gewijzigd werd ook dat van vorig boekjaar in lijn met deze gewijzigde methode herzien.

De effectieve belastingvoet op de winst vóór belastingen, exclusief het aandeel in het resultaat van deelnemingen, bedroeg 23,8% (22,3% voor de voortgezette bedrijfsactiviteiten wat neerkomt op EUR 104 miljoen of EUR 42 miljoen meer dan vorig jaar).

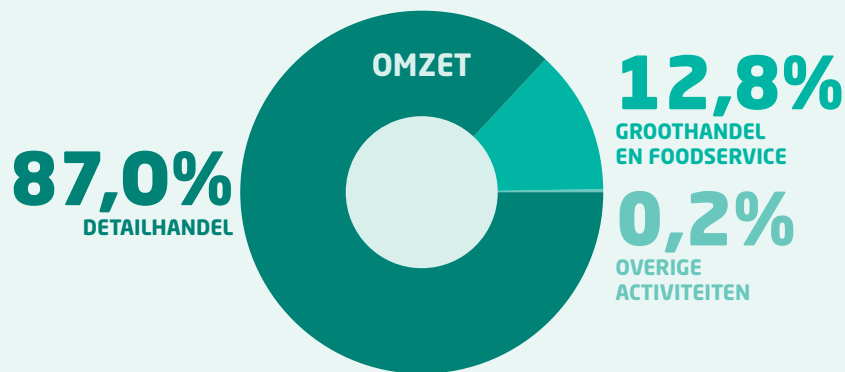
Bovenstaande evoluties resulteerden in een **winst van het boekjaar** van EUR 1.051 miljoen. Aangepast voor éénmalige effecten bedroeg de winst van het boekjaar EUR 357 miljoen of 3,3% van omzet (ten opzichte van EUR 201 miljoen of 2,1% van de omzet).

Omzet van Colruyt Group (in miljoen EUR)



(1) Omzet inclusief DATS 24 NV, waarvan de verkoop gefinaliseerd werd begin juni 2023.

(2) Omzet exclusief DATS 24 NV, Dreamland NV en Dreambaby NV, waarvan de verkoop gefinaliseerd werd respectievelijk begin juni 2023, begin oktober 2023 en eind mei 2024.



Winst- en verliesrekening per segment

Detailhandel (retail)

De omzet van de detailhandelsactiviteit (exclusief Dreamland en Dreambaby in zowel huidig als vorig boekjaar) steeg met 10,9% tot EUR 9.435 miljoen. Exclusief Newpharma steeg de omzet van de detailhandel met 8,9%. De retailactiviteiten vertegenwoordigden 87,0% van de geconsolideerde omzet in 2023/24.

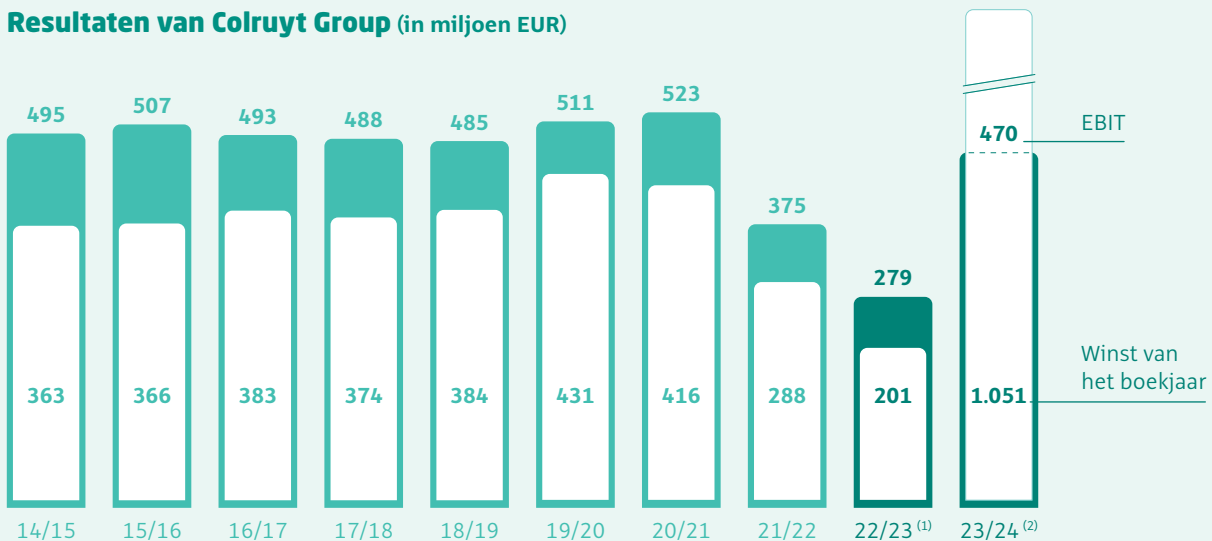
In een competitieve marktomgeving steeg de **food retailomzet** met 9,1%. Deze stijging is voornamelijk het gevolg van de voedingsinflatie en de toename van het marktaandeel, deels gecompenseerd door lichte volumedalingen in voedingswinkels.

De omzet van Colruyt Laagste Prijzen in België en Luxemburg, inclusief de omzet van Comarkt, steeg met 9,1% om bovenvermelde redenen. Colruyt Laagste Prijzen blijft zijn laagsteprijzenstrategie consistent toepassen en maakt zijn engagement naar zijn klanten dagelijks waar. In 2023/24 werden dertien Colruyt-winkels vernieuwd of omgebouwd en twee nieuwe Colruyt-winkels geopend. Zowel in het GfK zomerrapport als in het GfK winterrapport 2023 stond Colruyt Laagste Prijzen opnieuw op de eerste plaats.

In het najaar van 2023 vierde Colruyt Laagste Prijzen zijn vijftigste verjaardag. In 1973 zorgde een team van vier medewerkers ervoor dat Colruyt zijn klanten de laagste prijzen kon aanbieden. Manuele prijsopnames evolueerden over de jaren heen naar geautomatiseerde processen. Vandaag bestaat het team uit ongeveer 110 medewerkers. In totaal worden elke dag ongeveer 150.000 prijzen opgenomen (100.000 online en 50.000 offline). Om alle prijzen te vergelijken maakt het systeem zo'n twee miljoen berekeningen per dag. Ook in de uitdagende marktcontext van de laatste jaren blijft de merkbelofte van Colruyt overeind en doet de retailer er alles aan om de portemonnee van de consument te beschermen, steeds met respect voor de andere spelers in de keten.

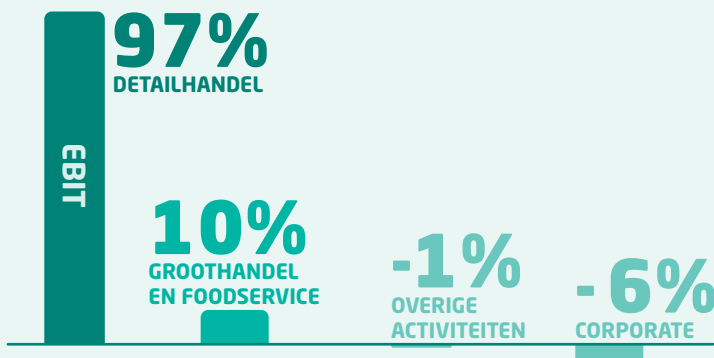
Colruyt Group kreeg de goedkeuring van de BMA voor de overname van 54 Match- en Smatch- winkels in België. In maart 2024 openden 37 winkels hiervan als "Comarkt" (of "Comarché" in Franstalig België), een formule van Colruyt Group die tijdelijk wordt gebruikt vooraleer de winkels omgevormd worden tot hun definitief winkelconcept. De omzet van deze winkels in boekjaar 2023/24 was nog niet significant.

Resultaten van Colruyt Group (in miljoen EUR)



(1) EBIT en winst van het boekjaar inclusief DATS 24 NV, waarvan de verkoop werd gefinaliseerd begin juni 2023.

(2) EBIT exclusief DATS 24 NV, Dreamland NV en Dreambaby NV, waarvan de verkoop werd gefinaliseerd respectievelijk begin juni 2023, begin oktober 2023 en eind mei 2024. Winst van het boekjaar omvat het totale resultaat van zowel voortgezette als beëindigde bedrijfsactiviteiten en is inclusief éénmalige effecten.



Okay, Bio-Planet en Cru realiseerden een gezamenlijke omzetstijging van 8,5%. De omzet wordt beïnvloed door prijsinflatie die deels gecompenseerd wordt door volumedalingen.

Okay blijft als buurt-discounter inzetten op snel, goedkoop en gemakkelijk boodschappen doen.

Het winkelpark van Okay, Okay Compact en Okay Direct breidde in 2023/24 uit met tien winkels en het vernieuwde winkelconcept werd tegelijk in meerdere winkels uitgerold. Okay heeft de ambitie om nog verder te groeien in België, vooral in Gent, Antwerpen, Brussel en de centrumsteden.

In het GfK zomer- en winterrapport 2023 eindigde Okay respectievelijk op de derde en tweede plaats. Daarnaast werd Okay voor het vierde jaar op rij in 'Retailer of the Year' verkozen tot Beste Winkelketen van België in de categorie Buurtsuper. Bio-Planet blijft voortrekker op vlak van duurzaamheid met een breed aanbod van biologische, ecologische en lokale producten en gezonde voeding. De biomarkt herstelt voorzichtig nadat die sterk kromp ten gevolge van de energiecrisis en de sterke inflatie. Dit leidde tot een lichte omzetstijging in 2023/24. Er werden ook twee nieuwe winkels geopend in België en een eerste winkel in Luxemburg. Bio-Planet onderneemt verschillende acties om haar rendabiliteit te verbeteren.

Cru telt vier markten. Passie voor lekkere en ambachtelijke producten en klantenbeleving, in combinatie met puur meesterschap, blijven voorop staan voor de Cru-belevingsmarkten. Tegelijkertijd blijven ook zij verder werken aan hun operationele efficiëntie.

De omzet van Colruyt in Frankrijk (inclusief de brandstof-activiteiten van DATS 24 in Frankrijk) steeg met 9,6% in boekjaar 2023/24. Exclusief brandstoffen steeg de omzet van Colruyt in Frankrijk met 10,4%. De Franse retailmarkt kende tevens een hoge voedingsinflatie en volumes die onder druk stonden. In 2023/24 openden zes nieuwe winkels in Frankrijk. Colruyt Prix-Qualité is een overzichtelijke buurtsupermarkt waar klanten alles vinden wat ze nodig hebben voor hun dagelijkse en wekelijkse boodschappen.

Naast een verhoogde focus op de rendabiliteit van de Franse retailactiviteiten blijft Colruyt Group er doelgericht investeren door nieuwe winkels te openen en bestaande winkels te vernieuwen. De logistieke capaciteit werd de voorbije jaren verdubbeld, in 2023 opende bijvoorbeeld het nieuwe logistieke centrum in Dole.

De **non-food retailomzet** omvat de omzet van Newpharma, The Fashion Society, Bike Republic en Jims. De omzet is met 51,5% gestegen. Dit is voornamelijk het gevolg van de integrale consolidatie van Newpharma (sinds oktober 2022). Dreamland en Dreambaby worden zowel in huidig als vorig boekjaar gepresenteerd als beëindigde bedrijfsactiviteit.

De omzet van Bike Republic, The Fashion Society en Jims realiseerde een duidelijke stijging in 2023/24, respectievelijk met 6,1%, 10,5% en 25,7%.

Bike Republic is een toonaangevende speler in zijn respectievelijke markt, telt 29 winkels en ziet nog potentieel om de komende jaren verder uit te breiden.

The Fashion Society, de holding die de kledingketens Zeb, PointCarré en The Fashion Store omvat, telt 130 winkels. Zeb heeft expansieplannen in Frankrijk; in het najaar van 2024 zullen er, naast de bestaande winkel in Briey, drie pilootwinkels openen. Jims omvat 35 fitnesscentra, waarvan 31 in België en vier in Luxemburg. De omzetstijging bij Jims wordt verklaard door expansie en door organische groei.

In oktober 2022 werd de participatie van Colruyt Group in de online apotheekspecialist Newpharma verhoogd van 61% naar 100%. Newpharma is in boekjaar 2023/24 voor vijftien maanden integraal geconsolideerd door een verlenging van zijn boekjaar (januari 2023 tot en met maart 2024). In 2022/23 werd Newpharma nog voor negen maanden opgenomen volgens de vermogensmutatiemethode en drie maanden integraal geconsolideerd.

"Gezondheid en Welzijn" vormt een belangrijke pijler in de langetermijnstrategie van de groep. Colruyt Group voorziet een breed en toegankelijk aanbod om klanten, bedrijven en hun medewerkers te ondersteunen om gezondheid nog meer in handen te nemen en bouwt aan een preventieve aanpak, met impact op de lange termijn. We werken aan een toegankelijke gezondheid voor iedereen, waarbij we klanten en medewerkers actief ondersteunen om hun gezondheid zelf in handen te nemen. De fitnessclubs Jims en de Belgische online apotheek Newpharma zijn daar voorbeelden van. Sinds juni 2023 heeft de groep een participatie in het digitaal gezondheidsplatform Yoboo. Deze laatste omvat ook twee fysieke apotheken en een medisch centrum die gelinkt zijn aan Yoboo.

Het segment van non-food retail omvat ook de Dreamland- en Dreambaby-activiteiten.

Dreamland werd in oktober 2023 voor 75% verkocht aan ToyChamp. Dit betekent dat Dreamland zowel in 2023/24 als 2022/23 werd gepresenteerd als beëindigde bedrijfsactiviteit (respectievelijk voor zes en twaalf maanden). Vanaf de tweede jaarhelft van 2023/24 is Dreamland voor 25% opgenomen volgens de vermogensmutatiemethode. In het kader van de verkoop aan ToyChamp werd een waardevermindering ten belope van EUR 4 miljoen verwerkt in 2023/24 (gepresenteerd in het resultaat van het boekjaar uit beëindigde bedrijfsactiviteiten) en vond er eind september 2023 een kapitaalverhoging van EUR 17 miljoen plaats om de herstructureringskost te financieren alsook om openstaande balansen met de groep te vereffenen. Eind maart 2023 communiceerde Colruyt Group over de verkoop van Dreambaby aan het management van Supra Bazar. De transactie werd eind mei 2024 gefinaliseerd. Ten gevolge hiervan werden de resultaten van Dreambaby zowel in 2023/24 als 2022/23 gepresenteerd als beëindigde bedrijfsactiviteit (telkens voor een volledig boekjaar).

Colruyt Group investeert en innoveert doelgericht in zijn **online winkelconcepten en digitale toepassingen**.

De online verkoop van Colruyt Group bedroeg 8% van de retailomzet (exclusief Dreamland en Dreambaby) in 2023/24. De online omzet van Colruyt Group wordt voornamelijk gerealiseerd door Collect&Go, de marktleider in de online voedingsmarkt in België, en door Newpharma.

Collect&Go biedt, naast zijn wijdvertakte afhaalnetwerk (meer dan 330 afhaalpunten), ook thuislevering aan, zowel door eigen medewerkers in en rond Brussel en Antwerpen of door particuliere Drivers in de wijde omgeving van Belgische centrumsteden. Daarmee bereikt de service al meer dan de helft van de huishoudens in België. Het aantal regio's waarin thuislevering mogelijk is, wordt nog verder uitgebreid. In de Xtra-app van Colruyt Group kunnen klanten gebruik maken van een toenemend aantal functionaliteiten. Zo kunnen ze er het volledige Newpharma-aanbod terugvinden, producten uit het Colruyt- en Bio-Planet-assortiment bestellen en afhalen bij een Collect&Go-afhaalpunt, recepten consulteren, verschillende boodschappenlijsten samenstellen en delen met anderen, enz.

Innovatie en duurzaamheid blijven de rode draad doorheen alle activiteiten van Colruyt Group.

De **innovatie**hub van Colruyt Group, Smart Innovation, focust op de integratie van robotica in distributiecentra en de integratie van technologieën in de winkels. Nieuwe innovaties worden eerst op kleinere schaal in de praktijk uitgetest vooraleer deze verder worden uitgerold binnen de groep, zoals de 'Product Finder' technologie en de 'easy check-out'. Begin maart 2024 startte Colruyt met het testen van een zelf ontwikkelde 'Smart Cart', een zelfscannende winkelkar waarbij de gekochte producten automatisch afgerekend worden op het einde van de winkelbeurt. Ook in distributiecentra wordt er geïnnoveerd met bijvoorbeeld 'Self Driving Vehicles'.

Colruyt Group is een referentiepunt voor **duurzaam** ondernemen en een inspiratiebron voor bewust consumenten. Aan de hand van talrijke initiatieven en samenwerkingsverbanden werkt de groep hier stap voor stap aan verder.

Colruyt Group zet al jaar en dag in op zoveel mogelijk aanbod van Belgische producten. De groep werkt daarvoor samen met 6.000 Belgische landbouwbedrijven en heeft directe samenwerkingen met 600 grote en kleine landbouwbedrijven. De eieren en de melk die Colruyt Group aanbiedt onder zijn huismerken zijn 100% Belgisch. Het varkens-, runds- en kalfsvlees in de Colruyt-beenhouwerijen is 99% Belgisch. Ook voor groenten en fruit streeft Colruyt Group maximaal naar Belgische oorsprong: 75% van dat assortiment komt van Belgische bodem. Colruyt Group zet ook volop in op de verdere verduurzaming van zijn eigenmerkproducten. Als hefboom hiervoor beschikt de groep over eigen "state of the art" productiefaciliteiten, gegroepeerd onder Colruyt Group Fine Food. De groep blijft verder groeien en investeren in eigen productie en verticale integratie.

De komende jaren zal de groep verder investeren in het verduurzamen van het onroerend patrimonium, zoals op vlak van circulariteit, energiezuinigheid en het verminderen van broeikasgasuitstoot.

Groothandel en Foodservice

De omzet van het segment groothandel en foodservice steeg met 19,3% tot EUR 1.385 miljoen. Deze activiteiten vertegenwoordigden 12,8% van de groepsomzet in 2023/24.

De **groothandelsomzet** steeg met 17,8%. Exclusief Degrenne Distribution, dat sinds juli 2023 integraal geconsolideerd wordt, steeg de omzet met 5,8%. Deze evolutie wordt grotendeels verklaard door de voedingsinflatie deels gecompenseerd door lagere volumes.

De Spar Colruyt Group-winkels in België profileren zich als gezellige buurtsupermarkten voor dagelijkse boodschappen, met een uitgebreid assortiment verse producten en een persoonlijke service.

Colruyt Group blijft inzetten op een hechte langetermijn-samenwerking met de zelfstandige ondernemers en wil zijn performant zelfstandigennetwerk in België en Frankrijk de komende jaren verder uitbouwen. De overname van de Franse distributiegroep Degrenne Distribution in juli 2023 kadert dan ook in die ambitie.

De omzet van de **foodservice**-activiteiten van Colruyt Group kende een stijging van 26,0% in 2023/24. De omzet wordt voornamelijk gerealiseerd door Solucious, dat in heel België

foodservice- en retailproducten aan professionele klanten levert zoals ziekenhuizen, kmo's en horeca. Solucious onderscheidt zich met zijn gebruiksgemak, ruim assortiment, vlotte en betrouwbare leveringen én faire en consistente prijszetting. In januari 2024 nam Solucious Valfrais over: een belangrijke regionale speler in de foodservice, gespecialiseerd in ultra-vers.

Overige activiteiten

De omzet van de overige activiteiten bedroeg EUR 25 miljoen en betreft voornamelijk de externe omzet van **printing and document management solutions**.

Dit segment omvat ook de DATS 24-activiteiten die begin juni 2023 werden verkocht aan Virya Energy. Als gevolg hiervan wordt DATS 24 sinds 1 juni 2023 niet langer integraal geconsolideerd. Zowel in 2023/24 als in 2022/23 wordt DATS 24 gepresenteerd als beëindigde bedrijfsactiviteit (respectievelijk voor twee en twaalf maanden). De gerealiseerde meerwaarde op de verkoop van DATS 24 aan Virya Energy bedroeg EUR 9 miljoen en werd gepresenteerd op de lijn "Resultaat van het boekjaar uit beëindigde bedrijfsactiviteiten".

Colruyt Group is mede-aandeelhouder van **Virya Energy**. Virya Energy is actief in de ontwikkeling, financiering, bouw, exploitatie en onderhoud van duurzame energiebronnen. Virya Energy heeft de ambitie om, naast onshore windenergie, verder te investeren in andere technologieën zoals zonne-energie en waterstof en uit te breiden naar nieuwe geografieën. Zo kondigde Virya Energy in de zomer van 2023 aan meerderheidsaandeelhouder te worden van Constant Energy, een zonne-energieplatform in Azië. In juli 2023 werd de verkoop van Parkwind door Virya Energy voor de prijs van ongeveer EUR 1,6 miljard (na aftrek van schulden en transactiekosten) gefinaliseerd. Dit leidde tot een finale meerwaarde van EUR 678 miljoen voor Colruyt Group in 2023/24. Als gevolg van deze transactie keerde Virya Energy in september 2023 een dividend uit aan Colruyt Group ten belope van ongeveer EUR 585 miljoen. Eind 2023 heeft er ook een kapitaalvermindering plaatsgevonden bij Virya Energy, die heeft geleid tot een kasinkomst van ongeveer EUR 165 miljoen voor Colruyt Group.

Eind maart heeft Colruyt Group een deel van zijn participatie in Virya Energy verkocht aan Korys, de investeringsmaatschappij van de familie Colruyt. Hierbij daalt de participatie van Colruyt Group in Virya Energy van 59,94% (per 30 september 2023) naar 30% (per 31 maart 2024) en het aandeel van Korys in Virya Energy stijgt naar 70%. Dit heeft in de tweede jaarhelft van 2023/24 geleid tot een kasinkomst van ongeveer EUR 180 miljoen voor Colruyt Group.

Geconsolideerde balans ⁽⁶⁾

De netto boekwaarde van de **goodwill, immateriële en materiële vaste activa** is met EUR 227 miljoen gestegen tot EUR 3.763 miljoen. De stijging is voornamelijk het netto-effect van nieuwe investeringen (EUR 433 miljoen), bedrijfscombinaties (EUR 159 miljoen, onder andere door de overname van Degrenne Distribution en de Match- en Smatch-winkels), afschrijvingen (EUR 388 miljoen) en waardeverminderingen (EUR 35 miljoen). Colruyt Group blijft doelgericht investeren in zijn distributiekanaalen, logistiek en productieafdelingen, in hernieuwbare energie en in digitale veranderingsprogramma's.

De deelnemingen opgenomen volgens de vermogensmutatiemethode zijn gedaald tot EUR 260 miljoen, voornamelijk te verklaren door de daling van de participatie in Virya Energy van ongeveer 60% naar 30%.

De **geldmiddelen en kasequivalenten** bedroegen EUR 775 miljoen op 31 maart 2024. Daarnaast werden cash overschotten in direct opvraagbare fondsen geplaatst voor een totaal van ongeveer EUR 151 miljoen, dit wordt in de geconsolideerde balans gepresenteerd als financiële activa. De **netto financiële schuld** (inclusief IFRS 16 en inclusief direct opvraagbare fondsen) bedroeg EUR 93 miljoen op 31 maart 2024 (EUR 997 miljoen op 31 maart 2023). Exclusief IFRS 16 is er een netto kaspositie van EUR 231 miljoen.

Het **eigen vermogen** van Colruyt Group bedroeg EUR 3.173 miljoen per 31 maart 2024 en vertegenwoordigde 48,3% van het balanstotaal.

Eigen aandelen

In 2023/24 werden 2.533.995 eigen aandelen ingekocht ten belope van EUR 93,1 miljoen.
In december 2023 werden 7.000.000 eigen aandelen vernietigd.

Na jaareinde werden 356.724 eigen aandelen ingekocht ten belope van EUR 15,1 miljoen.

Op 7 juni 2024 had Colruyt Group 2.560.092 **eigen aandelen in bezit**. Dit vertegenwoordigde 2,01% van het totaal aantal uitgegeven aandelen.

Gebeurtenissen na balansdatum

Dreambaby

Eind maart 2024 bereikte Colruyt Group een akkoord met het management van Supra Bazar voor de verkoop van 100% van de aandelen van Dreambaby. De transactie werd eind mei 2024 gefinaliseerd. Vanaf 1 juni 2024 zal Dreambaby niet langer integraal geconsolideerd worden. Voor de twee eerste maanden van boekjaar 2024/25 zal het resultaat van Dreambaby gepresenteerd worden als 'resultaat uit beëindigde bedrijfsactiviteiten'.

Overige

Er waren geen andere materiële gebeurtenissen na balansdatum.

Vooruitzichten

Colruyt Group verwacht dat de macro-economische context uitdagend en onzeker zal blijven en dat de sterke competitiviteit op de Belgische retailmarkt zich zal voortzetten. Zo zien we tevens een toename van het aantal zelfstandigen die op zondag open zijn. De prijs- en promodruk op de Belgische retailmarkt zal naar verwachting blijven aanhouden.

De groep nam de voorbije maanden volgende tendensen waar in de Belgische retailmarkt:

- de voedingsinflatie daalt maand na maand;
- het verschil tussen de verkoopprijsinflatie en de aankooprijsinflatie neemt opnieuw af;
- het marktaandeel van Colruyt Laagste Prijzen, Okay en Spar in België staat sinds het begin van het kalenderjaar 2024 onder druk, mede door een hogere vergelijkingsbasis vorig jaar (onder andere door sluiting en stakingen bij concurrenten vorig jaar).

Op basis van bovenstaande streeft Colruyt Group ernaar om het bedrijfs- en nettoresultaat van boekjaar 2023/24 (exclusief éénmalige effecten en exclusief DATS 24, Dreamland en Dreambaby) te evenaren in boekjaar 2024/25. De groep blijft daarbij inzetten op groei over alle activiteiten heen (o.a. door de integratie van eerdere acquisities, door expansie en door doelgerichte opportuniteiten), op processen en de beheersing van haar operationele kosten.

Daarnaast behoudt de groep haar focus op de lange termijn en worden investeringen in duurzaamheid en efficiëntie, digitale transformatie en innovatie, medewerkers en kwalitatieve eigenmerkproducten doelgericht voortgezet. Colruyt Laagste Prijzen zal, als retailer en als marktleider in België, zijn maatschappelijke rol blijven opnemen en hierbij zijn laagsteprijzenbelofte consistent toepassen. De blijvende focus op efficiëntie en operationele kostenbeheersing zorgt ervoor dat Colruyt Laagste Prijzen zijn belofte naar zijn klanten blijft waarmaken.

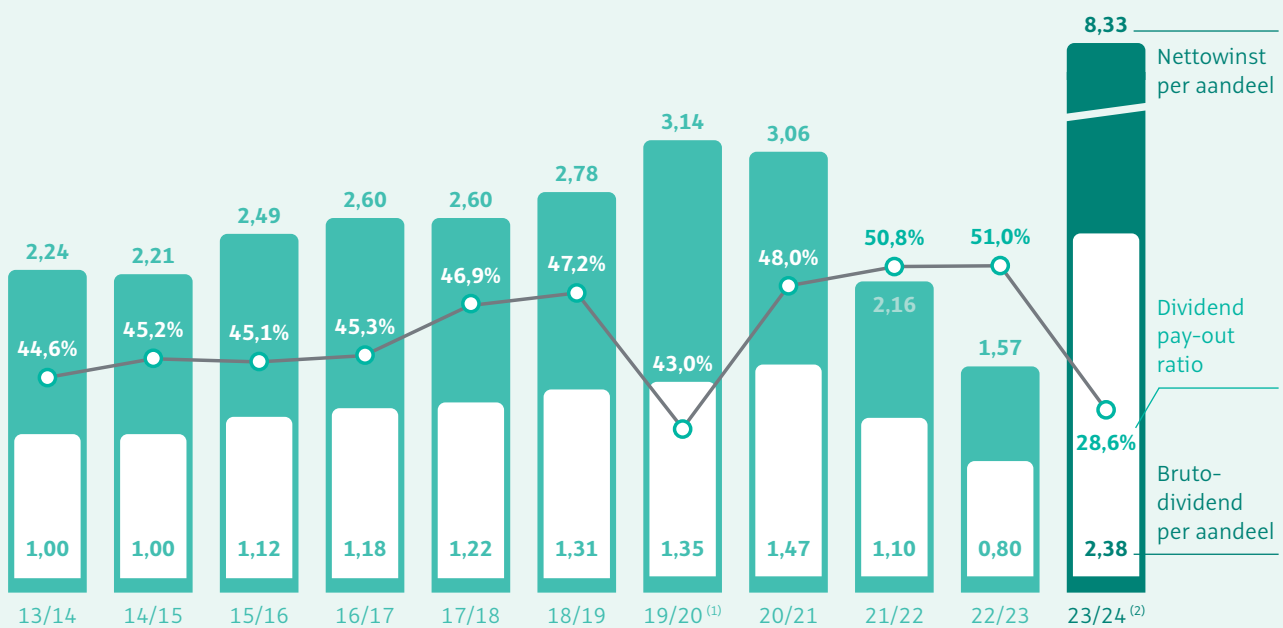
De groep wijst erop dat de onzekerheid met betrekking tot de macro-economische context en de competitiviteit in de Belgische retailmarkt, maar ook een wijziging in bovenstaande tendensen, het vooruitzicht voor boekjaar 2024/25 kunnen beïnvloeden.

(6) In de geconsolideerde balans worden per 31 maart 2024 en per 31 maart 2023 respectievelijk Dreambaby NV en DATS 24 NV als 'Activa van beëindigde bedrijfsactiviteiten' en 'Verplichtingen van beëindigde bedrijfsactiviteiten' gepresenteerd.

Dividend

De Raad van Bestuur zal een gewoon brutodividend van EUR 1,38 per aandeel voorstellen aan de Algemene Vergadering van Aandeelhouders. Samen met het interimdividend van EUR 1,00 bruto met betrekking tot de éénmalige gerealiseerde meerwaarde op de verkoop van Parkwind door Virya Energy (interimdividend uitgekeerd in december 2023) leidt dit tot een totaal voorgestelde brutodividend van EUR 2,38 voor boekjaar 2023/24.

Winst en brutodividend per aandeel (in EUR)



(1) Exclusief het eenmalig positief effect gerelateerd aan de inbreng van Parkwind in Virya Energy, dat geen materiële impact had op het kasstroomoverzicht van 2019/20, bedroeg de nettowinst per aandeel EUR 2,16 en de pay-out ratio **50,8%**.

(2) Het totaal voorgestelde brutodividend voor boekjaar 2023/24 bestaat uit een interimdividend van EUR 1,00 bruto met betrekking tot de éénmalige gerealiseerde meerwaarde op de verkoop van Parkwind door Virya Energy (interimdividend uitgekeerd in december 2023) en uit een gewoon brutodividend van EUR 1,38. Exclusief het éénmalige netto positief effect van EUR 704 miljoen gerelateerd aan Virya Energy en exclusief het interimdividend bedraagt de nettowinst per aandeel EUR 2,75 en de pay-out ratio **50,2%**.

Segmentinformatie ⁽¹⁾

01/04/2023 - 31/03/2024	Omzet	EBITDA	EBIT
Detailhandel (retail) ⁽²⁾	9.527	779	455
Detailhandel (food)	8.886		
• Colruyt België en Luxemburg ⁽³⁾	7.023		
• OKay, Bio-Planet en Cru	1.147		
• Colruyt Frankrijk en DATS 24 Frankrijk	716		
Detailhandel Non-food ⁽⁴⁾	548		
Transacties met andere operationele segmenten	93		
Groothandel en Foodservice ⁽²⁾	1.408	75	45
Groothandel ⁽⁵⁾	1.112		
Foodservice	273		
Transacties met andere operationele segmenten	23		
Overige activiteiten ⁽²⁾	30	9	-4
Printing and document management solutions	25		
Transacties met andere operationele segmenten	5		
Eliminaties tussen operationele segmenten	-121	0	0
Corporate (niet toegewezen)	0	30	-26
Totaal Colruyt Group geconsolideerd	10.845	893	470

(1) Exclusief DATS 24 NV, Dreamland NV en Dreambaby NV aangezien deze als beëindigde bedrijfsactiviteiten worden opgenomen.

(2) Inclusief transacties met andere operationele segmenten.

(3) Inclusief de omzet van de webshops Collect&Go en Bio-Planet, gerealiseerd door de Colruyt-winkels.

(4) Omvat de omzet van Bike Republic, The Fashion Society, Jims en Newpharma (vijftien maanden omzet in boekjaar 2023/24).

(5) Omvat de omzet van Degrenne Distribution sinds juli 2023.

Kerncijfers

Gerealiseerde investeringen ⁽¹⁾

(In miljoen EUR)	1/04/2023 - 31/03/2024	1/04/2022 - 31/03/2023
Detailhandel (retail)	306	336
Colruyt België en Luxemburg	41	72
Okay, Bio-Planet en Cru	1	20
Dreamland, Dreambaby, Bike Republic, The Fashion Society, Jims en Newpharma	23	22
Colruyt Frankrijk en DATS 24 Frankrijk	10	18
Retail overige en onroerend goed	232	204
Groothandel en Foodservice	16	23
Groothandel	5	5
Foodservice	3	2
Onroerend goed	8	16
Overige activiteiten	4	18
Niet-toegewezen corporate activiteiten	107	86
Totaal Colruyt Group geconsolideerd	433	463

**EUR 433
miljoen
investeringen**

(1) Exclusief verwervingen via bedrijfscombinaties, gebruiksrechten en wijzigingen in consolidatiemethode.

De investeringen hadden in 2023/24 voornamelijk betrekking op:

- nieuwe winkels en de vernieuwing van bestaande winkels in België en Frankrijk;
- de uitbreiding van de logistieke capaciteit in België en Frankrijk (zoals de verdere ontwikkeling van het nieuwe distributiecentrum in Ollignies voor het non-foodgamma in de voedingswinkels en het nieuwe distributiecentrum nabij Dole in Frankrijk);
- automatisatie en innovatie (zoals geautomatiseerde machines en installaties in de distributiecentra en innovaties in de winkels);
- innovatieve veranderingsprogramma's en digitale transitie;
- hernieuwbare energie (zoals zonnepanelen en laadpleinen) en energie-efficiëntie (zoals de duurzame renovatie van gebouwen en het verduurzamen van het wagenpark).

Exclusief eventuele acquisities of participaties, verwacht Colruyt Group voor het boekjaar 2024/25 een investeringsprogramma te realiseren dat 4,0% à 4,5% van de omzet zal bedragen. De groep zal blijven investeren in:

- de expansie en de vernieuwing van winkels (inclusief de transformatiekosten voor de overgenomen Match- en Smatch-winkels) in food en non-food activiteiten;
- de uitbreiding van de logistieke capaciteit in België (zoals het nieuwe distributiecentrum van Okay en Bio-Planet);
- de productiecapaciteit in België met een focus op verticale integratie;
- automatisatie en innovatie (zoals geautomatiseerde machines en installaties in de distributiecentra en innovaties in de winkels);
- innovatieve veranderingsprogramma's en digitale transitie;
- hernieuwbare energie (zoals zonnepanelen en laadpalen) en energie-efficiëntie (zoals de duurzame renovatie van gebouwen en het verduurzamen van het wagenpark).



Productie- en distributiecentra en kantoren

	m ²	aantal
Productie- en distributiecentra	758.484	47
België en Luxemburg	645.735	39
Frankrijk	112.748	8
Kantoren (bureeloppervlakte)	107.744	13
België en Luxemburg	106.111	11
Frankrijk	1.633	2

De vierkante meters voor productie- en distributiecentra hebben betrekking op gebouwoppervlaktes en houden dus geen rekening met verschillende verdiepingen. De totale beschikbare oppervlakte bedraagt ongeveer 935.000 m².

Het eigendomspercentage (op basis van m²) van productie- en distributiecentra in België, Luxemburg en Frankrijk samen bedraagt ongeveer 85%.

Het eigendomspercentage (op basis van m²) van kantoren in België, Luxemburg en Frankrijk samen bedraagt nagenoeg 100%.

Geïntegreerde winkels van Colruyt Group

		2023/24 ⁽¹⁾	2022/23	2021/22	2020/21	2019/20
BELGIË EN LUXEMBURG						
Colruyt	- aantal	261	259	254	252	248
	- waarvan extern gehuurd	24	24	23	22	19
	- in netto '000 m ²	464	460	454	444	437
Okay	- aantal	169	159	156	150	145
	- waarvan extern gehuurd	40	33	31	32	29
	- in netto '000 m ²	97	93	92	89	86
Comarkt	- aantal	37				
	- waarvan extern gehuurd	37				
	- in netto '000 m ²	45				
Bio-Planet	- aantal	36	33	31	31	31
	- waarvan extern gehuurd	17	16	14	15	15
	- in netto '000 m ²	23	21	20	20	20
Cru	- aantal	4	4	3	3	3
	- waarvan extern gehuurd	2	2	2	2	2
	- in netto '000 m ²	2	2	2	2	2
Dreamland ⁽²⁾	- aantal	48	48	47	47	45
	- waarvan extern gehuurd	15	15	15	16	15
	- in netto '000 m ²	82	82	80	83	80
Dreambaby	- aantal	27	32	31	30	29
	- waarvan extern gehuurd	13	15	16	15	15
	- in netto '000 m ²	18	20	19	18	17
Bike Republic	- aantal	29	27	21	15	13
	- waarvan extern gehuurd	28	26	21	15	13
	- in netto '000 m ²	18	24	24	18	16
The Fashion Society ⁽³⁾	- aantal	125	117	109	101	
	- waarvan extern gehuurd	124	116	109	100	
	- in netto '000 m ²	103	120	108	99	
FRANKRIJK						
Colruyt	- aantal	101	95	92	91	87
	- waarvan extern gehuurd	1	2	2	4	4
	- in netto '000 m ²	100	94	90	89	85

(1) Het aantal opgenomen vierkante meters werd verrijkt in boekjaar 2023/24, waarbij telkens het netto aantal '000 m² wordt gepresenteerd. Voordien werd voor sommige activiteiten het bruto aantal '000 m² gepresenteerd.

(2) Het aantal winkels van Dreamland in boekjaar 2023/24 heeft betrekking op de situatie per 30/09/2023. Sinds oktober 2023 maakt Dreamland niet langer integraal deel uit van Colruyt Group (de groep behoudt wel een deelneming van 25%).

(3) The Fashion Society omvat de kledingketens Zeb, The Fashion Store en PointCarré. Bovenop de geïntegreerde winkels zijn er in België en Frankrijk winkels die worden uitgebaat door franchisenemers.

Kerncijfers over 5 jaar

(In miljoen EUR)	2023/24 ⁽¹⁾	2022/23 ⁽²⁾	2021/22	2020/21	2019/20
Omzet	10.845	10.820	10.049	9.931	9.581
Detailhandel (retail)	9.527	8.822	8.233	8.373	7.956
Groothandel en Foodservice	1.408	1.183	1.082	1.088	969
Overige activiteiten	30	929	833	557	731
Intersegment	-121	-114	-99	-87	-75
Brutowinst	3.230	2.931	2.752	2.792	2.565
EBITDA	893	685	741	850	807
EBITDA-marge	8,2%	6,3%	7,4%	8,6%	8,4%
EBIT	470	279	375	523	511
EBIT-marge	4,3%	2,6%	3,7%	5,3%	5,3%
Winst voor belastingen	1.176	270	383	521	561
Belastingen	-104	69	95	105	130
Nettowinst	1.051	201	288	416	431
Nettowinstmarge	9,7%	1,9%	2,9%	4,2%	4,5%
Kasstroom uit bedrijfsactiviteiten	1.516	705	499	708	830
Vrije kasstroom	1.173	153	-108	114	462
Totaal eigen vermogen	3.173	2.510	2.462	2.527	2.359
Balanstotaal	6.571	6.148	5.614	5.195	4.565
Investerings ⁽³⁾	433	463	488	469	410
ROIC ⁽⁴⁾	13,9%	8,9%	13,4%	17,6%	18,5%
Marktkapitalisatie op einde boekjaar (In miljoen EUR)	5.453	3.609	5.019	6.925	6.821
Gewogen gemiddeld aantal uitstaande aandelen	126.163.912	127.967.641	132.677.085	135.503.424	137.279.011
Aantal uitstaande aandelen op 31/3	127.348.890	134.077.688	133.839.188	136.154.960	138.432.588
Nettowinst per aandeel (EPS) (in EUR) ⁽⁵⁾	8,33	1,57	2,16	3,06	3,14
Brutodividend per aandeel (in EUR) ⁽⁶⁾	2,38	0,80	1,10	1,47	1,35
Dividendrendement ⁽⁷⁾	5,56%	2,97%	2,93%	2,89%	2,74%
Aantal medewerkers op 31/3 ⁽⁸⁾⁽⁹⁾	33.575	33.273	32.996	32.945	30.631
Aantal medewerkers in VTE op 31/3 ⁽⁸⁾⁽⁹⁾	32.103	31.938	31.210	31.189	29.056
Aantal eigen winkels in België, Luxemburg en Frankrijk ⁽¹⁰⁾⁽¹¹⁾	762	774	744	720	601
Winkeloppervlakte eigen winkels in '000 m ² ⁽¹⁰⁾⁽¹¹⁾	854	917	889	861	743
Aantal zelfstandige ondernemers in België, geaffilieerde winkels in Frankrijk (excl. zelfstandige winkeliers) en franchisenemers van multimerkenketen The Fashion Society	1.056	576	588	591	583

(1) Exclusief DATS 24 NV, Dreamland NV en Dreambaby NV, waarvan de verkoop werd gefinaliseerd respectievelijk begin juni 2023, begin oktober 2023 en eind mei 2024. Nettowinst omvat het totale resultaat van zowel voortgezette als beëindigde bedrijfsactiviteiten en is inclusief éénmalige effecten.

(2) Inclusief DATS 24 NV, waarvan de verkoop werd gefinaliseerd begin juni 2023.

(3) Exclusief verwervingen via bedrijfscombinaties, gebruiksrechten en wijzigingen in consolidatiemethode.

(4) In boekjaar 2021/22 werd er gecorrigeerd voor de overnames van Culinoa, Jims en Roelandt Group, in boekjaar 2022/23 voor de overname van Newpharma en in boekjaar 2023/24 voor de overname van de Match- en Smatch-winkels en de desinvestering van DATS 24, Dreamland en Dreambaby.

(5) Inclusief éénmalige effecten in boekjaar 2023/24.

(6) In 2023/24 bestaat het brutodividend per aandeel uit een interimdividend van EUR 1,00 gerelateerd aan de éénmalige gerealiseerde meerwaarde op de verkoop van Parkwind door Virya Energy, en een gewoon brutodividend van EUR 1,38.

(7) Het dividendrendement op basis van het gewoon brutodividend, en dus exclusief het interimdividend in boekjaar 2023/24 met betrekking tot de éénmalige gerealiseerde meerwaarde op de verkoop van Parkwind door Virya Energy, bedraagt 3,22%.

(8) Aantal per 31/03/2024 exclusief medewerkers van DATS 24 NV, Dreamland NV en Dreambaby NV.

(9) De definitie van het aantal medewerkers (in VTE) werd in boekjaar 2023/24 verfijnd. Het aantal medewerkers (in VTE) op 31/03/2023 is op basis daarvan ook herzien.

(10) Exclusief de fitnessruimtes van Jims.

(11) In 2023/24 exclusief de winkels van Dreamland en Dreambaby.

Bijdragen afgedragen aan de Belgische schatkist in verhouding tot de toegevoegde waarde

Het afgelopen boekjaar hebben alle Belgische vennootschappen van Colruyt Group samen voor EUR 1.028,3 miljoen aan sociale, fiscale en productgebonden belastingen afgedragen aan de Belgische schatkist. Daarbovenop bedroeg de netto-afdracht aan btw (verschil tussen te betalen en aftrekbare btw) ten gunste van de fiscale overheid EUR 349,1 miljoen.

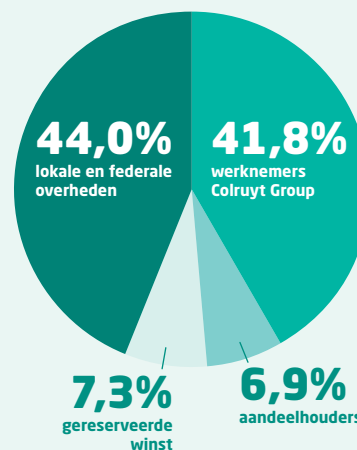
1.028,3 miljoen EUR afgedragen aan de Belgische schatkist

Bijdragen afgedragen aan de Belgische schatkist	(in miljoen EUR)
Sociale zekerheid ⁽¹⁾	407,0
Bedrijfsvoorheffing op lonen ⁽¹⁾	146,9
Vennootschapsbelasting op het resultaat	107,5
Productgebonden belastingen (douane, accijnzen)	319,8
Roerende voorheffing	11,5
Onroerende voorheffing	14,9
Registratierechten, provinciale en gemeentelijke taksen en andere federale	20,6
Totaal	1.028,3

(1) Inclusief bekomen lastenverminderingen op federaal en gewestelijk niveau.

Verdeling van de door Colruyt Group in België gegenereerde netto toegevoegde waarde

Al deze belastingen komen er maar door de toegevoegde waarde-creatie van de groep. De door Colruyt Group in België gegenereerde netto toegevoegde waarde⁽¹⁾ bedraagt EUR 2,34 miljard. Hiervan vloeit er 44,0% belastingen naar de diverse lokale en federale overheden en wordt er 41,8% uitgekeerd aan de medewerkers voor de geleverde prestaties. Er wordt voor 6,9% uitgekeerd aan aandeelhouders⁽²⁾ en de resterende 7,3% wordt terug in de groep geïnvesteerd om toekomstige projecten te financieren.



(1) De netto toegevoegde waarde is exclusief de éénmalige effecten met betrekking tot Virya Energy in het kader van de verkoop van Parkwind aan JERA en de verkoop van een deel van de participatie in Virya Energy aan Korys. De betaalde accijnzen werden geïntegreerd in de netto toegevoegde waarde om de totale bijdrage aan de schatkist van EUR 1.028,3 miljoen integraal te kunnen uitdrukken als percentage van de aldus gecorrigeerde netto toegevoegde waarde.

(2) In deze berekeningswijze wordt geen rekening gehouden met

- de inkoop of vernietigingen van eigen aandelen;
- de uitbetaling van het interimdividend van 1 euro bruto in december 2023, dit naar aanleiding van de kasinstroom vanuit Virya Energy voor de verkoop van Parkwind, en waarvoor ook EUR 13,6 miljoen roerende voorheffing is afgedragen aan de Belgische Schatkist.