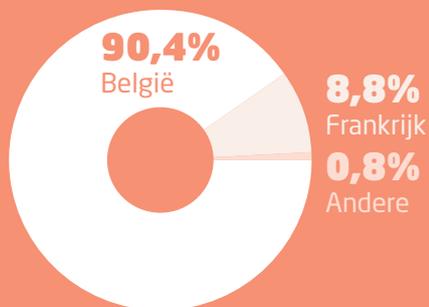




Omzet volgens
geografische opdeling



Activiteiten

De operationele activiteiten van Colruyt Group worden onderverdeeld in detailhandel, groothandel, foodservice, overige activiteiten en groepsondersteunende activiteiten.

De winkelformules in de detailhandel en de leveringen aan zelfstandigen (groothandel) en professionele afnemers in foodservice vertegenwoordigen het leeuwendeel van onze commerciële activiteiten. Symeta Hybrid en onze participatie in Virya Energy nemen we op onder 'overige activiteiten'.

Detailhandel: **87,0%** van de groepsomzet

EUR 9.435 miljoen ⁽¹⁾

colruyt laagste prijzen



Participaties:



(1) Exclusief de omzet van Dreambaby NV aangezien deze als beëindigde bedrijfsactiviteit werd opgenomen.

Groothandel en foodservice: **12,8%** van de groepsomzet

EUR 1.385 miljoen

België Groothandel



Frankrijk Groothandel



België Foodservice



Overige activiteiten: **0,2%** van de groepsomzet

EUR 25 miljoen



Participaties:



colruyt

laagste prijzen

Colruyt richt zich vooral tot gezinnen die op een prijsbewuste manier hun wekelijkse boodschappen inslaan. Daarnaast is het ook de ideale formule voor professionals, verenigingen en huishoudens die op een efficiënte manier grote inkoop doen. Colruyt heeft een breed assortiment, een sterk uitgebouwde beenhouwerij en versafdeling.

De winkelketen garandeert zijn klanten elke dag opnieuw de laagste prijzen voor zowel nationale merken als de eigen merken Boni Selection en Everyday. Is een product goedkoper elders in de streek? Dan verlaagt Colruyt zijn prijs onmiddellijk. Bovendien biedt de formule eigen promo's en reageert ze op alle promo's van concurrenten, zowel nationaal als regionaal. Colruyt draagt eenvoud, efficiëntie en dienstbaarheid hoog in het vaandel.

° 1976



EUR 7.023 miljoen
omzet (+9,1%)



255 winkels
in België en
6 in Groothertogdom
Luxemburg



1.700 m² gemiddelde
winkeloppervlakte



10.500 food en **7.500**
non-food referenties



Meer dan 15.700
medewerkers in VTE



Laagste prijzen



colruyt.be / colruyt.lu



Hogere omzet en marktaandeel

Colruyt realiseerde een meer dan behoorlijke omzetstijging, in de eerste boekjaarhelft voornamelijk gedreven door voedingsinflatie, maar ook door de instroom van nieuwe klanten. Met name in de zomer en met eindejaar liep de verkoop heel goed. De langdurige stakingen bij Delhaize-supermarkten in eigen beheer leidden tot gewijzigd winkelgedrag en hadden ook een positieve impact op de omzet van Colruyt.

In de tweede boekjaarhelft nam de voedingsinflatie sterk af. Verder was er in het eerste kwartaal 2024 een negatief effect op de verkoop als gevolg van de boerenprotesten. Het verschil tussen de inflatie van de inkooprijzen en die van de verkoopprijzen normaliseerde, nadat de inflatie van de inkooprijzen gedurende meer dan een jaar hoger was dan de verkoopprijzeninflatie. Tegelijk liep de promodruk erg hoog op in het derde en vierde kwartaal van het boekjaar.

In een retailmarkt gekenmerkt door gering dalende volumes kozen ook de Colruyt-klanten vaker voor goedkopere huismerken of kochten ze minder artikelen. Toch hield de gemiddelde korf redelijk goed stand en bleef ze licht stijgen.

Het gezamenlijke marktaandeel van Colruyt, Okay en Spar in België nam toe tot 31,2% in boekjaar 2023/24 vergeleken met 30,5% in 2022/23. Het marktonderzoeksbureau Nielsen wijzigde begin 2024 de berekeningsmethodiek van het marktaandeel, ook voor de marktaandelen van de voorafgaande periode.

In boekjaar 2024/25 zal extra omzet geboekt worden via de tijdelijke formule Comarkt/Comarché, waarin 39 winkels opereren die overgenomen werden van Match/Smatch (meer info op p. 19).

Colruyt verwacht ook een omzetboost door de promoties uit de tweewekelijkse folder nog sterker uit te spelen en door het plaatsen van diepvrieskoffers met transparante deksels.



- Nieuwe winkels in Deurne en Noorderwijk
- Heropeningen na renovatie: Schaarbeek, Jodoigne, Asse, Oostrozebeke, Ukkel, Thuin, Ledeborg, Deinze, Zedelgem, Zele, Nieuwpoort, Blankenberge en Frasnes
- Boekjaar 2024/25: 8 nieuwe winkels en +15 renovaties



50 jaar Laagste Prijzen

- Colruyt vierde in oktober 2023 de vijftigste verjaardag van zijn merkbelofte met een brede mediacampagne, een feestelijke aankleding van de winkels en natuurlijk een maand lang sterke promo's van 50% op tal van merkproducten. Voor de medewerkers was er een leuke fotowedstrijd op social media. Begin 2024 zette de campagne 'Slim bespaard' de laagsteprijsgarantie nog eens extra in de verf.
- Vanaf 1973 vergeleek een prijzensecretariaat met 4 mensen continu de prijzen met die in andere winkels, om zo op elk moment, voor elk product en in elke regio de laagste prijzen te kunnen garanderen. Vandaag neemt een geoliede organisatie met een honderdtal medewerkers dagelijks gemiddeld 150.000 prijzen op, waarna het systeem gemiddeld 2 miljoen berekeningen maakt om prijzen aan te passen.

- Ook in een uitdagende markt blijft Colruyt de laagste prijzen garanderen, voor elk product, op elk moment en in elke regio. Het slaagt daarin door consequent te blijven inzetten op **laagste kosten**, onder meer via sobere maar efficiënt ingerichte winkels, energiezuinige technieken, innovatieve technologieën, werkmethodes met oog voor eenvoud en efficiëntie, en constructieve relaties met de leveranciers.
- De laagsteprijsgarantie wordt mede mogelijk gemaakt door het lidmaatschap van de Europese retail-alliantie Agecore en het partnership sinds juni 2023 met de organisatie EMD.
- Ook in 2023 riep consumentenorganisatie Testaankoop Colruyt uit tot goedkoopste supermarkt van België.

B2b-omzet in stijgende lijn

De afdeling **Colruyt Laagste Prijzen voor Professionals** is goed voor een tiende van de totale omzet en groeide de jongste jaren telkens met meer dan een kwart. De groei is mee te danken aan de twee cash&carry-winkels in Brussel, uitsluitend bestemd voor professionals. Voorts genieten professionele klanten in alle Colruyt-winkels concurrentiële groothandelsprijzen, naast exclusieve kortingen en speciale acties in de tweewekelijkse actiefolder. Ten slotte zijn er in alle winkels aanspreekpunten aanwezig, opgeleid om professionele klanten aan te spreken en te begeleiden.



Nieuw distributiecentrum in Luxemburg

Colruyt nam in september 2023 een nieuw distributiecentrum in gebruik in Dudelange, in het uiterste zuiden van het Groothertogdom. De nieuwbouw van 5.000 m² biedt meer ruimte voor regionale producten en huisvest ook de aankoop- en marketingmedewerkers die eerder aan de slag waren in Gasperich. Dudelange bevoorraadt ook de eerste Luxemburgse Bio-Planet-winkel en verhuurt de eerste jaren zowat 1.600 palletplaatsen aan een externe partij. Colruyt is al 15 jaar actief in Luxemburg en baat er zes winkels uit.

Inzetten op innovatie

Colruyt Group blijft innoveren met toekomstgerichte oplossingen die de winkelervaring voor de klant optimaliseren. Diverse innovaties brengen meer eenvoud en efficiëntie in de winkelorganisatie en meer ergonomie in het werk. Ten slotte bieden nieuwe technologieën ook deels een antwoord op de krappe arbeidsmarkt.



Ergonomische en snelle check-out

- De Easy check-out is een intelligent kassasysteem dat producten automatisch scant als de medewerker ze overzet van de ene kar in de andere. Het systeem laat medewerkers ergonomischer werken, omdat ze beide handen kunnen gebruiken. Bovendien kunnen er tot acht artikelen tegelijk gescand worden, waardoor het kassaproces tot een vijfde sneller kan verlopen.
- Het systeem werd ontwikkeld door het innovatieteam Smart Technics en vanaf het voorjaar van 2023 getest in de winkel. Einde boekjaar was het uitgerold in 20 winkels met 190 kassapunten.
- Easy check-out werd bekroond met een RETA Award in de categorie 'Best AI & Robotics' voor innovatieve technologie in retail.



Datacaptatie voor efficiëntere winkelorganisatie

Afgelopen boekjaar werd er in vijf winkels een test gestart met datacaptatie via camera's, die bijvoorbeeld continu de rekken scannen en de drukte meten aan de ingang en aan de kassa. Resultaat is een overzichtelijk dashboard dat helpt bij de winkelorganisatie en er mee voor zorgt dat de medewerkers op het juiste moment de juiste producten aanvullen en dat de kassa's steeds voldoende bemand zijn. Zo kan er efficiënter gepland en gewerkt worden, hebben de klanten maximaal producten ter beschikking en verkorten de wachttijden aan de kassa. Op termijn kan data-analyse ook ingezet worden om de optimale plek voor producten in de rayon te bepalen of de beleving van de winkels te optimaliseren.



Slimme winkelkar voor sneller winkelen

Colruyt test sinds maart 2024 een innovatieve winkelkar, waarmee de klant producten kan scannen én afrekenen. Een snelle, performante en veilige optie, geknipt voor wie weinig tijd heeft en vooral efficiënt wil winkelen. De 'smart cart' is een primeur voor België en een volgende stap naar de winkel van de toekomst.

- De klant scant de producten in de winkelkar zelf, waarna die verschijnen op een geïntegreerde tablet, net als de lopende rekening, de kortingen en eventueel het (bijgewerkte) Xtra-boodschappenlijstje. Producten zonder barcode, zoals groenten en fruit in bulk, moet de klant voorlopig nog zelf wegen en toevoegen aan de rekening.
- Aanschuiven aan de kassa hoeft niet. Bij het verlaten van de winkel wordt de rekening vereffend, onder andere via Payconiq, op termijn ook via Xtra Pay.
- Artificiële intelligentie en productherkenning zullen het proces op termijn gevoelig versnellen. De winkelkar kan ook ingezet worden als interactiekanaal en de klant bijvoorbeeld assisteren om producten en promoties te vinden.
- De smart cart werd in-house ontwikkeld door het innovatieteam Smart Technics, met de gewaardeerde steun van VLAIO.



Ook de wijnafdeling combineert fysieke en digitale oplossingen.

- De **digitale wijnassistent** is een groot touchscreen in de winkel dat klanten door een eenvoudig keuzemenu leidt en voor elke gelegenheid passende wijnen voorstelt, plus een indicatie van hun plaats in de rayon. Een volwaardige aanvulling op de fysieke wijnadviser!
- Met de online **Wijnwijzer** ontdekken klanten hun eigen smaakprofiel. Ze beantwoorden 12 eenvoudige vragen en krijgen een overzicht van wijnen die bij hun smaak passen.
- Sinds het najaar van 2023 vinden er alleen nog **bemande wijndegustaties** plaats. Zo kunnen de winkelmedewerkers hun vakmanschap in wijn nog meer uitspelen en makkelijk met de klant in verbinding gaan. De traditionele, onbemande degustaties pasten steeds minder in de tijdsgeest. De stopzetting ervan strookt ook met het alcoholplan van de overheid.



Integratie in wooncomplex

Op de site van de oude Colruyt-winkel in Schaarbeek verrees een nieuw gebouw met op het gelijkvloers een ruime winkel van meer dan 2.000 m². Het complex omvat ook een ondergrondse parking en drie woonlagen boven op de winkel. Ook de nieuwe winkel in Thuis is geïntegreerd in een wooncomplex dat 14 appartementen telt.



Nieuw in het assortiment

- Verdere uitbouw in alle winkels van de rayon **parafarmacie**, inclusief supplementen, eerste hulp en huidverzorging, met advies van onze apotheek Newpharma.
- Geslaagde tests van een breder assortiment **bloemen en planten**, dagelijks door de leveranciers in de winkel zelf uitgesteld. Volledige uitrol is voorzien in het najaar van 2024.
- Diverse tests met nieuwe categorieën, zoals **tijdschriften** en de Robi-waterfilter.
- Succesvolle introductie van **premium diervoeding** en een dertigtal extra referenties 'food of the world'.
- Uitbreiding van het **Boni**-assortiment, onder meer met gemalen koffie.



In de prijzen

- Tweede beste supermarkt van België in de tevredenheidsenquête van **Testaankoop** onder 22.000 consumenten. Colruyt eindigt tussen Bio-Planet en Okay en blinkt vooral uit in prijs-kwaliteitverhouding.
- Eerste plaats in de algemene rangschikking van het **GfK Winterrapport 2023**, met topscore voor het criterium 'vriendelijk personeel'.
- **Retail Run Award** van het opleidings- en loopbaanfonds Commerce Training, voor de succesvolle trajecten duaal leren in de retail. Dankzij mentorschap in de winkels brengen 74% van de leerlingen hun traject tot een goed einde.
- **Best Retail FMCG Brand 2024** uitgereikt door Serviceplan en GfK.



Zo maakt Colruyt 't verschil

Medio 2023 werd de merkcommunicatie volledig vernieuwd. Onder het motto 'Zo maken we 't verschil' maken verschillende campagnes de komende drie jaar duidelijk wat Colruyt nu eigenlijk tot Colruyt maakt. Thema's zijn uiteraard de laagsteprijsgarantie, laagste prijzen door laagste kosten, alsook dienstbare medewerkers.



Collect&Go

Collect&Go is al ruim 20 jaar marktleider op de Belgische online voedingsmarkt. Klanten reserveren boodschappen uit de assortimenten van Colruyt en Bio-Planet, goed voor meer dan 15.000 producten. Daarna zetten medewerkers de bestelling klaar, twee derde in de winkels en een derde via de e-distributiecentra van Londerzeel en Erpe-Mere.

Klanten die voor middernacht reserveren, kunnen hun boodschappen de dag nadien afhalen in 235 afhaalpunten bij Colruyt, Bio-Planet of losstaand.

De boodschappenservice staat voor kwaliteit, betrouwbaarheid, vakmanschap en persoonlijke service.



Duurzame groei

Collect&Go kon zich goed handhaven in een stilaan gestabiliseerde en geconsolideerde online foodmarkt, waar ook de resterende, grotere spelers hun serviceaanbod verruimen en tegelijk voluit rentabiliteit nastreven. Daarnaast kent het competitieveld een verdere internationalisering, waarbij de nadruk vooral ligt op het aanbieden van voorraadpromoties.

In de kerstweek boekte Collect&Go een recordomzet, terwijl de vrijdag voor nieuwjaar de gemiddelde korfwaarde zijn hoogste piek ooit bereikte.

De hoge inflatie in de eerste jaarhelft zette druk op het aantal klanten en de bestelfrequentie. Vanaf het najaar van 2023 stroomden er weer meer nieuwe klanten in dan er afhaakten en begon de omzet opnieuw gestaag structureel te groeien.

Integratie in Xtra voltooid

- De Collect&Go-service was sinds oktober 2023 al beschikbaar in de Xtra-app en is er sinds midden april 2024 volledig in geïntegreerd. Daardoor kon de aparte app stopgezet kon worden, een transitie die succesvol verliep. Deze stap kadert in de 'one app'-strategie van de groep, waarmee we de klant **meer gemak** willen bezorgen.
- De website van Collect&Go en de app binnen Xtra zijn perfect **gesynchroniseerd**, zodat mensen bijvoorbeeld een bestellijstje kunnen starten op hun laptop en het verder afwerken op hun smartphone.
- Klanten vinden steeds meer de weg naar de app. Terwijl een jaar eerder minder dan 3 op 10 bestellingen via de app binnenkwamen, was de verhouding app/website einde boekjaar zo goed als in evenwicht.



Makkelijk in het mandje

Recipe to basket combineert tonnen kookinspiratie met reservatiegemak. Eén klik volstaat om aan het Collect&Go-boodschappenmandje alle ingrediënten toe te voegen van duizenden recepten in onze Xtra-app, in de Newpharma Nutri-Test of bij externe partners zoals Lekker van bij ons, Met 5 Aan Tafel en Pascale Naessens.

List to basket laat klanten toe om eenvoudig online boodschappenlijstjes gemaakt op colruyt.be, bioplanet.be of xtra.be door te sturen naar hun Collect&Go-winkelmandje.

◦ 2000



235 afhaalpunten in België en Luxemburg



Meer dan 550 medewerkers in VTE



Leef vollenbak.
Je boodschappen makkelijk online.



collectandgo.be

Combi met Okay Compact

- De twee **walk-in**-afhaalpunten in het Brusselse brengen op een superkleine oppervlakte de assortimenten van Colruyt en Bio-Planet in het bereik van stadsbewoners die te voet of per fiets boodschappen doen.
- De test met een *stand-alone* afhaalpunt in Elsene werd stopgezet. Omwille van **kostenefficiëntie** worden de walk-ins nu standaard gehuisvest naast een Okay Compact, zoals in maart 2024 aan de Louizalaan.
- De Okay-winkelmedewerkers verzorgen de Collect&Go-afhalingen en bovendien versterken beide stadsformules elkaar: zowat 40% van de klanten combineert een afhaling met een winkelbezoek.

Maaltijdboxen en andere partnerships

- Collect&Go blijft zijn service uitbreiden en zo nieuwe klanten aantrekken. Zo zijn sinds het najaar van 2023 de maaltijdboxen van onze participatie **Foodbag** elke maandag beschikbaar in een honderdtal afhaalpunten.
- Het aanbod kende een vliegende start en leverde Foodbag wekelijks onmiddellijk 5% extra bestellingen op. De verwachting is dat tegen eind 2024 een tiende van alle boxen via Collect&Go-afhaalpunten overhandigd wordt.
- Deze gecombineerde afhaling maakt het leven van de klanten **makkelijker** en versterkt de positie van Collect&Go op de online voedingsmarkt.
- Onze boodschappendienst werkt ook intensief samen met interne partners zoals Newpharma, Jims en Colruyt Group Academy, om nieuwe klanten te werven en bestaande klanten te verwennen. Daarnaast bekijkt ze ook nieuwe partnerships met externe aanbieders van complementaire foodproducten maar bijvoorbeeld ook van bloemen.

Harmonieuze automatisatie

Begin 2024 nam het e-distributiecentrum in Londerzeel de eerste van 22 autonoom rijdende wagens in gebruik, die werken in harmonie met de medewerkers. De orderpickers verzamelen hun producten op de wagens, die zodra gevuld, automatisch wegrijden en worden afgelost door lege exemplaren. Zo kunnen de medewerkers in hun zone blijven en hoeven ze veel minder afstand af te leggen. De automatisatie zorgt voor merkkelijk meer **ergonomie** en **efficiëntie**, helpt de **groei** van de activiteit alsook de krapte op de arbeidsmarkt ondervangen.



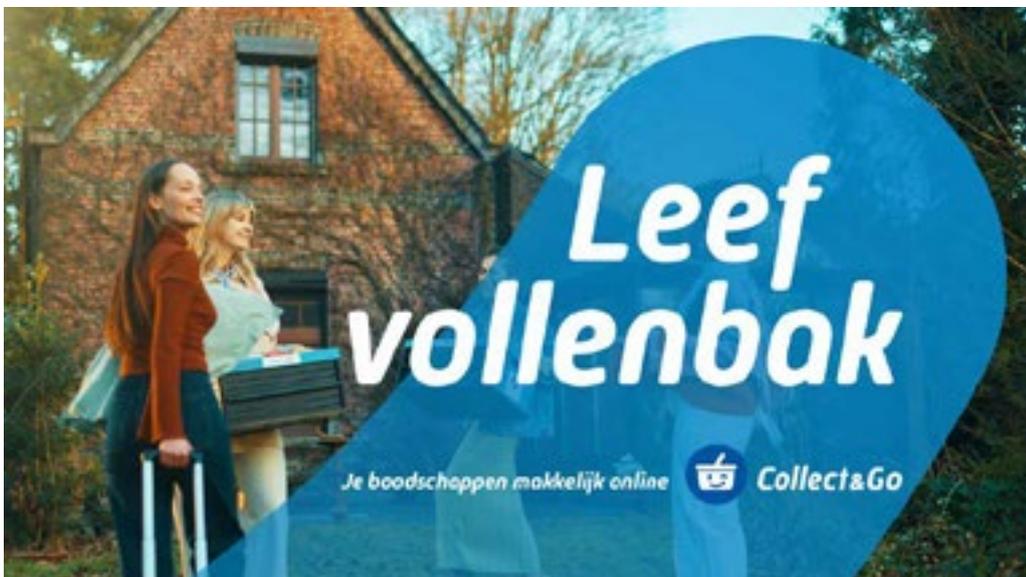
Thuislevering groeit verder

Tegen einde boekjaar kon Collect&Go al zowat de helft van alle Belgische gezinnen thuislevering van hun boodschappen aanbieden. In Brussel bijvoorbeeld worden al 16 van de 19 gemeenten bediend, goed voor een bereik van 400.000 huishoudens. De leveringen aan huis gebeuren deels met eigen bezorgers, deels via meer dan 2.000 actieve Drivers: particulieren die graag boodschappen bezorgen in hun buurt.



In de prijzen

- Beste online retailer 2023 in de tevredenheidsenquête van **Testaankoop** onder 22.000 consumenten.
- **Webshop Award Belgium** 2023-2024, in de categorie Hypermarkten & supermarkten.



'Leef vollenbak'

De huisstijl werd subtiel opgefrist, met behoud van de kenmerkende blauwe kleur en het lachende winkelmandje. In het voorjaar van 2024 lanceerde Collect&Go een grootschalige imagocampagne met de nieuwe, positief onthaalde baseline 'Leef vollenbak'. Daarmee positioneert de service zich nog sterker als herkenbaar, volwaardig merk, niet enkel als serviceverlener van Colruyt Laagste Prijzen.



Okay is al ruim 25 jaar de praktische buurtdiscounters waar het snel, goedkoop en makkelijk winkelen is. De vlot bereikbare, overzichtelijke winkels bieden op een beperkte oppervlakte een volledig aanbod voor dagelijkse boodschappen. Okay is sterk in kwaliteitsvolle verse producten met vooral groenten en fruit, vlees, kant-en-klare maaltijden en afgebakken brood. Klanten kunnen rekenen op een warm onthaal, de laagste prijzen in de buurt en inspiratie voor eenvoudige en gemakkelijke maaltijden.

Okay Compact is dé stadsformule van Colruyt Group, met een compleet aanbod op minder dan 400 m², 7 op 7 open en vlot bereikbaar te voet of per fiets.

Okay Direct is de automatische selfservicewinkel waar klanten 24/7 volledig autonoom winkelen.

◦ 1998

 **EUR 1.147 miljoen** gezamenlijke omzet Okay, Bio-Planet en Cru (+8,5%)

 **169 winkels**, waarvan 146 Okay, 20 Okay Compact en 3 Okay Direct

 **400-650 m²** gemiddelde winkeloppervlakte, 350 m² voor Okay Compact

 **+ 4.700** referenties, tot **+ 3.000** in Okay Compact

 **Meer dan 2.450** medewerkers in VTE

 **Makkelijk mag.**

 **Okay.be**



Sterke groei op alle vlakken

De sterke tweede helft van boekjaar 2022/23 werd doorgetrokken in boekjaar 2023/24. Okay realiseerde een duidelijke omzetgroei, enerzijds gedreven door hoge inflatie in de eerste jaarthelft, anderzijds door expansie en het verscherpte commercieel aanbod. Zo focust de tweewekelijkse folder nu helemaal op voordeel, waaronder frequente 1 + 1 promo's. Ook succesvol was de getrouwheidsactie met waardebonnen van 5 euro bij aankopen vanaf 50 euro.

Mede door verder in te zetten op een sterker versaanbod en traditionele speerpunten zoals gemak en klantvriendelijkheid, slaagde Okay erin om de winkelfrequentie te verhogen en zijn cliënteel te laten aangroeien. Het verwacht dat zijn grotere focus op voordeel, winkelgemak én aanbod de omzet verder zal stimuleren.

In Brussel zijn er 2 Okay Compact-winkels met een naastgelegen Collect&Go Walk-in afhaalpunt. Beide formules versterken mekaar: zowat 4 op de 10 klanten combineert zijn Collect&Go-afhaling met een winkelbezoek.

De keten ziet in België potentieel voor minstens 250 vestigingen. De ambitie is om versneld te groeien in Gent, Antwerpen, Brussel en de centrumsteden. Daartoe wordt tegen eind 2025 het distributiecentrum uitgebreid en deels geautomatiseerd.



• **Openingen:**
2 Okay
6 Okay Compact
2 Okay Direct

• **Komend boekjaar**
1 Okay
5 Okay Compact



Zelfbedieningskassa's in uitrol

Zelf je boodschappen scannen en afrekenen, met een medewerker in de buurt voor eventuele assistentie. Dat is het opzet van de *Assisted self-check-out*, de toekomstige standaard voor Okay Compact, terwijl de Okay-winkels gaan voor een hybride kassasysteem met 2 à 3 zelfscanposten en evenveel bemande kassa's. Doel is de wachttijden en ook de werkuren aan de kassa sterk te reduceren, wat de winkelorganisatie ten goede komt. Na testen in 2023 wordt het systeem in 2024 uitgerold in een tiental winkels, waaronder ook enkele Spar-filialen. Begin 2025 volgt de nationale uitrol bij Okay Compact.



Verder pionieren met selfserviceconcept

Bij het innovatieve selfserviceconcept **Okay Direct** kunnen klanten 24/7 boodschappen doen en alles regelen met hun Xtra-app, van toegang over winkelen tot afrekenen.

- De eerste onbemande winkel met 600 referenties op 150 m² opende in 2021 in Gent-Centrum en kreeg in 2022 de prestigieuze Mercuriusprijs.
- Ondertussen is de technologie doorontwikkeld, de inrichting verbeterd en het assortiment bijgestuurd. Er kwamen twee vestigingen bij in het Gentse, een stand alone en een palend aan een Okay Compact.
- In Lennik werd een test afgerond met een klein, aanvullend verkooppunt naast de Okay-winkel. De openingsuren van die winkel bleken te volstaan om de klanten uit de regio te bedienen. De test leverde wel nuttige inzichten op rond openingsuren en zondagsopeningen.



Vier op een rij

- Voor het vierde jaar op rij **Beste Winkelketen van België** in de categorie Buurtsuper.
- Derde beste supermarkt in de tevredenheidsenquête van **Testaankoop**, na Bio-Planet en Colruyt.
- Gedeelde tweede plaats in de categorie supermarkten van het **GfK Winterrapport**, na Colruyt.

Focus op gemak

Onder het nieuwe motto '**Makkelijk mag**,' benadrukt Okay nog meer dat het zijn klanten het leven makkelijk wil maken. De baseline werd gelanceerd met een grootschalige imagocampagne in het tweede semester van 2023.

- Het *fast fresh* aanbod omvat meer oplossingen voor *easy cooking* en *easy eating*, zoals de nieuwe maaltijd- en soeppakketten Easy Meal, ontwikkeld samen met onze specialist **Foodbag**. Okay werkt ook intensief samen met partners zoals **Bon** voor broodjes en salades en **Rose Mary** voor *ready-to-heat* maaltijden.
- Sinds februari 2024 openen de winkels al om 8 uur 's morgens. De medewerkers zijn dan al aan de slag en hoeven dus niet vroeger te starten. Okay verwacht hiervan een licht positief effect op de verkoop.





Bio-Planet is al ruim 20 jaar een volwaardige supermarkt die circa 5.500 biologische en ecologische producten aanbiedt. Speerpunten zijn de versmarkt en de bedieningstoog met een kwalitatief aanbod vlees, kaas, vegetarische producten en bereidingen.

Onder het motto 'Echt goed' inspireert Bio-Planet zijn klanten om bewust te eten, te genieten en te leven. In de winkels staan vakbekwame medewerkers de klanten met raad en daad bij. De keten is ook een voortrekker in productverduurzaming, in nauwe samenwerking met telers en producenten. Ook in zijn winkelpark past het maximaal duurzame materialen en technieken toe.



Heropleving ingezet

Na twee moeilijke jaren herstelt de markt voor biologische voeding voorzichtig. In combinatie met de voedingsinflatie leidde dit tot een lichte omzetsijging voor Bio-Planet. Zowel trouwe als occasionele klanten kwamen weer frequenter langs, terwijl drie winkelopeningen zorgden voor instroom van nieuwe klanten.

Het gemiddelde winkelmandje werd iets kleiner maar bleef onder invloed van de inflatie ongeveer stabiel in waarde.

Diverse structurele ingrepen werden doorgevoerd om de rentabiliteit te verbeteren. Zo is bijvoorbeeld de folder gedigitaliseerd, wordt er meer voorverpakt en is het aantal winkelleveringen beperkt tot vier per week.

Bio-Planet zal zijn regionale dekking verbeteren met de ombouw van drie overgenomen winkels van Match/Smatch. De keten ziet in België en Luxemburg samen een potentieel van ruim 50 winkels.



Nieuwe winkels in Hannuit, Londerzeel en Gasperich (Lux.)
In boekjaar 2024/25 nieuwe winkels in Zottegem, Gembloux en Sint-Gillis.

° 2001

EUR 1.147 miljoen
gezamenlijke omzet
Okay, Bio-Planet en Cru
(+8,5%)

**35 winkels in België en
1 in Luxemburg**

650 m² gemiddelde
winkeloppervlakte

5.500 referenties

Meer dan 400
medewerkers in VTE

Echt goed

bioplanet.be

Nu ook present in Luxemburg

Begin 2024 opende de eerste winkel in het Groothertogdom Luxemburg, dat een **florerende biomarkt** kent waarop Bio-Planet een unieke positie inneemt, als biospecialist én supermarkt met een volledig aanbod onder één dak.

Concept en assortiment sluiten nauw aan bij dat van de Belgische winkels, maar klanten vinden er ook lokale producten zoals rundvlees, brood, patisserie, bier en wijn. De winkel deelt zijn opslagruimte met de aanpalende Colruyt-vestiging en organiseert ook gezamenlijke leveringen vanuit België.



Bewust gekozen assortiment

- Welke duurzaamheidscriteria hanteert Bio-Planet bij de samenstelling van zijn assortiment? Alle antwoorden en engagementen zijn voor het eerst gebundeld in een productcharter, waarmee de biosupermarkt duidelijk leiderschap toont in bewust *sourcen* en consumeren.
- Bio-Planet werkt actief mee aan de **eiwitshift** en ziet zowel het volume als het aantal producten met plantaardige eiwitten verder groeien. Zo vinden klanten er drie zelf ontwikkelde burgers met minder vlees en meer groenten, peulvruchten en paddenstoelen.
- De biosupermarkt gaat voor intensievere samenwerking met lokale partners en sluit gestaag meer partnerships met producenten in Wallonië. De 10 Waalse winkels namen in juni 2023 ook deel aan de Waalse bioweek, samen met zowat 150 bioboeren, producenten, retailers en andere bio-spelers.



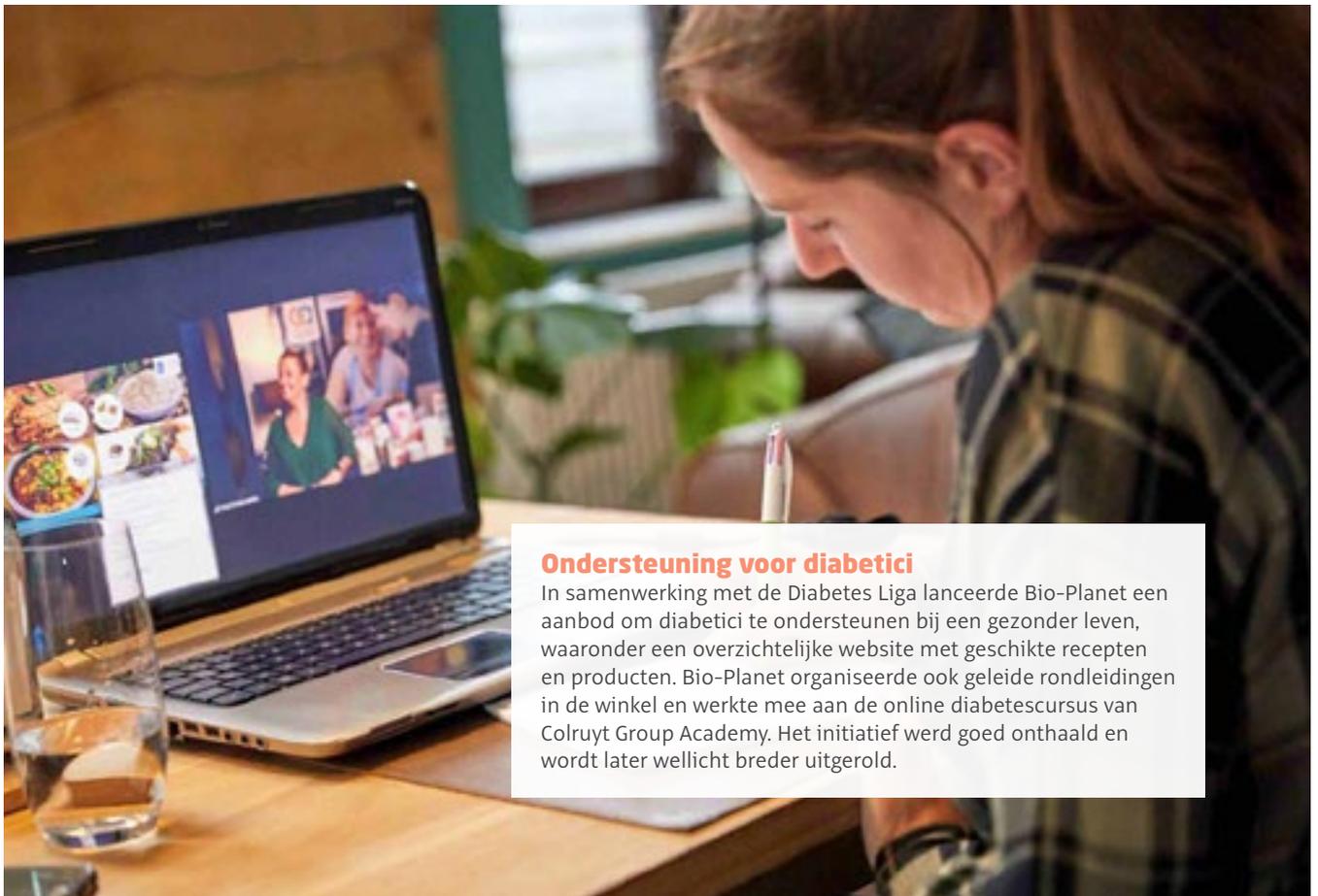
Professionele klanten aantrekken

Bio-Planet zet actiever in op de werving van professionele klanten die al gekend zijn bij Colruyt Professionals. Zo zijn er gerichte mailcampagnes naar relevante profielen en worden winkelmedewerkers opgeleid om professionals te herkennen en te informeren. Klanten kunnen rekenen op permanente kortingen van 3% vanaf 100 euro en 5% vanaf 250 euro.



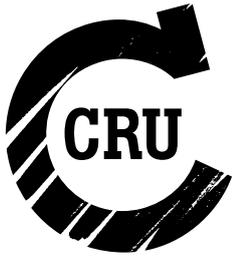
Beste supermarkt

Volgens een tevredenheidsenquête van Testaankoop is Bio-Planet de beste supermarkt in België, voor Colruyt en Okay. De klanten zijn bijzonder tevreden over de producten, de kwaliteit van het verse vlees, de wachttijd aan de kassa en de duidelijke prijsaanduidingen.



Ondersteuning voor diabetici

In samenwerking met de Diabetes Liga lanceerde Bio-Planet een aanbod om diabetici te ondersteunen bij een gezonder leven, waaronder een overzichtelijke website met geschikte recepten en producten. Bio-Planet organiseerde ook geleide rondleidingen in de winkel en werkte mee aan de online diabetescursus van Colruyt Group Academy. Het initiatief werd goed onthaald en wordt later wellicht breder uitgerold.



Cru is de versmarkt voor levensgenieters met een liefde voor echte, kwaliteitsvolle producten, nieuwsgierigheid naar buitengewone smaken en respect voor puur vakmanschap. De markt verzamelt tien ambachten onder één dak: echt goed desembrood, groenten en fruit van 't seizoen, vlees van de allerbeste kwaliteit, bootverse vis, unieke kazen en veel meer. De marktmedewerkers zijn trots op hun stiel en inspireren en adviseren hun klanten met kennis van zaken en pure passie voor het product.

Cuit is het eethuis vlak naast de versmarkt, waar koks vol passie aan de slag gaan met de verse, unieke en seizoensgebonden producten van Cru.

° 2014

 **EUR 1.147 miljoen** gezamenlijke omzet Okay, Bio-Planet en Cru (+8,5%)

 **4 markten:** Gent (Kouter), Antwerpen (Groenplaats), Overijse en Dilbeek

 **650 m²** gemiddelde winkelloppervlakte

 **1.000 à 1.100** referenties

 **Meer dan 100 medewerkers** in VTE

 **De smaak van echt**

 **cru.be**



Het jaar van de verandering

Cru kon doorheen 2023 een ommekeer realiseren en zag zijn omzet met een vijfde stijgen, onder andere door de opening van de nieuwe markt in Dilbeek eind 2022. Cru kende ook een sterk eindejaar en de beste kerstverkoop ooit, met een derde meer kastickets en veel nieuwe klanten in de tweede helft van december. Cru deed zijn voordeel met het iets hogere consumentenvertrouwen bij zijn doelgroep en met de trend naar kwaliteit en authenticiteit. Ook de opgedreven klantenwerving, het geoptimaliseerde assortiment en het versterkte vakmanschap zorgden voor omzetgroei. De kosten daalden fors in verhouding tot de (gestegen) omzet. Cru focuste verder op vereenvoudiging en efficiëntieverhoging in o.a. personeelsplanning, bestelproces, logistiek en afvalpreventie. Cru viert in 2024 zijn tiende verjaardag en werkt samen met zijn leveranciers aan professionelere langetermijnrelaties rond assortiment, logistiek, kwaliteit, prijs, ...

Minder maar beter

- Cru beantwoordt helemaal aan de vraag naar kwaliteit boven kwantiteit en naar authentieke, pure kwaliteitsproducten met een correct verhaal, zo bleek ook uit een klantenenquête eind 2023. De versmarkt bracht doorheen het jaar extra variatie en **vernieuwing** in het assortiment en gaf meer ruimte aan destinatecategoriën waarvoor mensen bewust naar de markt komen, zoals de bakkerij.

niet enkel in warenkennis, maar ook in polyvalentie, commercialiteit én ondernemerschap.

- De Cuit-eethuizen verruimden hun openingsuren, zodat meer mensen kennis kunnen maken met de verwerkte producten van Cru, van ontbijt over lunch en koffie tot apéro in de vooravond.
- Midden 2024 lanceerde Cru een brede mediacampagne met zijn nieuwe baseline 'De Smaak van Echt'.

Instream nieuwe klanten

- Werd er voorheen eerder gefocust op het versterken van de klantentrouw, dan investeerde Cru in 2023 meer in het **activeren** van nieuwe klanten. Zo werden in december 200.000 prospecten in de omgeving van de markten uitgenodigd voor degustatieweekends. Ook diverse culinaire events in samenwerking met (lokaal) bekende chefs werden fel gesmaakt.
- Cru stelt vast dat klanten blijven komen voor de topproducten van het seizoen, me-time en de beleving van het marktbezoek en het vakmanschap, drie troeven waarop het blijft inzetten. Zo loopt er een opleidingsplan om het **vakmanschap** verder te **verhogen**,





Belgische mosselen, enkel bij Cru

Medio 2023 bood Cru exclusief de eerste volwaardige oogst Belgische mosselen aan, gekweekt in de zeeboerderij van Colruyt Group. Het kwalitatieve product was op enkele weken uitverkocht en liet de markten toe om heel wat nieuwe klanten aan te trekken. Ook in 2024 was Cru het exclusieve verkoopkanaal, al ging een deel van de - grotere - oogst naar een beperkt aantal door Cru geselecteerde horecazaken.

Colruyt Prix Qualité is een overzichtelijke buurtsupermarkt waar klanten alles vinden voor hun dagelijkse en wekelijkse boodschappen. De winkels bieden voor een vergelijkbare winkelkar de beste prijs-kwaliteit in de buurt en zijn sterk in verse producten, vlees, charcuterie en brood. Andere troeven zijn de wijnrayon en het grote aanbod in bio, regionale en lokale producten.

De winkels liggen vooral langs invalswegen in (semi)ruraal gebied en beschikken bijna allemaal over een Collect&Go-afhaalpunt. Zowat de helft ervan heeft ook een DATS 24-tankstation, als extra service voor de klanten. De bijdrage van de tankstations zit vevat in de omzet van Colruyt Prix Qualité.

◦ 1996

 **EUR 716 miljoen**
omzet (+9,6%, inclusief brandstoffen)

 **101 winkels, 101**
Collect&Go-afhaalpunten

 **990 m²** gemiddelde
winkeloppervlakte

 **9.000 food, 2.500 non-**
food referenties

 **Meer dan 2.100**
medewerkers in VTE

 **44 tankstations**
van DATS 24

 **Tout simplement**
l'essentiel

 **colruyt.fr**



Omzet en marktaandeel nemen toe

De Franse Colruyt-winkels zijn over het algemeen tevreden over het voorbije boekjaar. In een blijvende prijs- en promo-gedreven retailmarkt zag Colruyt zijn omzet duidelijk toenemen, dankzij vooral inflatie alsook expansie van het winkelpark, en ondanks licht gedaalde verkoopvolumes. Ook het marktaandeel nam verder licht toe.

De winstmarges bleven onder lichte druk staan, deels door de aanhoudend hoge aankooprijnsinflatie in de eerste boekjaarhelft, die maar gedeeltelijk in de verkoopprijzen doorgerekend kon worden. Het eerste kwartaal van 2024 kende een mildere inflatie, maar tijdelijk ook een sterke terugval van de verkoopvolumes. Die was te wijten aan uitzonderlijke promoties van hypermarkten op non-foodproducten, anticiperend op het verbod op kortingen boven 34% vanaf begin maart.



6 nieuwe winkels afgelopen boekjaar
3 nieuwe winkels en 2 renovaties in boekjaar 2024/25

Laagste prijzen dicht bij huis

Colruyt Prix Qualité staat voor nabijheid én laagste prijzen in de buurt voor producten van vergelijkbare kwaliteit, nog altijd een uniek concept in de Franse retail. Colruyt blijft immers merklijk goedkoper dan de gemiddelde supermarkt en onderscheidt zich van de hard discounters onder meer door zijn aanbod met in totaal 80% nationale, regionale en lokale merkproducten, aangevuld met de sterke huismerken Belle France, Les Délices de Belle France, Boni en Everyday.

Vers vlees en brood graag

Colruyt beantwoordt de vraag van de Franse consument naar kwalitatieve verse producten uit eigen land. Zowat alle winkels hebben een **beenhouwerij** met bedieningstoog en daarnaast een mooi aanbod voorverpakt vlees. In een vijftiental grotere winkels vinden klanten een traditionele **bakkerij**, die zowel deeg bereidt als brood bakt. De overige winkels zijn voorzien van een *point chaud*, dat de hele dag door diepgevroren broodproducten afbakt. Colruyt countert de krapte op de arbeidsmarkt door verder in te zetten op polyvalentie, zodat winkelmedewerkers ook kunnen inspringen in de bakkerij of de beenhouwerij.

Bouwen aan de toekomst

- Colruyt sloot een interessante vijfjarige overeenkomst met energieproducent **EuroWatt Energy**, onderdeel van Virya Energy, voor de levering van stroom. Het contract dekt sinds begin 2024 een kleine helft van de elektriciteitsbehoefte, de andere helft wordt gedekt door partners die EuroWatt aanbracht.
- **Collect&Go** lanceert in 2024 een gebruiksvriendelijker bestelplatform, nadat het klaarmaken van de bestellingen grondig geoptimaliseerd werd, wat op zijn beurt de foutenmarge sterk reduceerde. Dat zal de service toelaten om verder marktaandeel te winnen.
- Met de overname van drie concurrerende winkels versterkte Colruyt zijn aanwezigheid en naamsbekendheid in het noorden van de Elzas.

60.000 m² ruimte voor verdere expansie

- Het gloednieuwe, energiezuinige distributiecentrum van 24.000 m² in **Dole Choisey** werd in twee fasen opgeleverd. In juni 2023 startte het receptioneren en verzenden van droge voeding, in september volgden de verse producten. Deze site ten zuiden van Dijon bevoorraadt meer dan de helft van de winkels met verse producten en snel roterende droge voeding.
- De noordelijke zone wordt beleverd vanuit het in 2021 geopende distributiecentrum van 12.000 m² in Gondreville, ten westen van Nancy. Beide sites krijgen traag roterende producten aangeleverd vanuit het oorspronkelijke distributiecentrum in Rochefort-sur-Nenon.
- De aanzienlijke uitbreiding van de logistieke capaciteit biedt de Franse retail alle ruimte om doelgericht verder te groeien, de logistieke efficiëntie te verhogen en de transportkosten te reduceren.





Colex (Colruyt Export) levert retail- en foodserviceproducten aan distributeurs, grossiers en supermarkten wereldwijd, met focus op het Afrikaanse continent en de Franse overzeese gebieden. De exportafdeling doet het vooral goed in Centraal- en West-Afrika, met de Democratische Republiek Congo als grootste afzetmarkt. Colex heeft er geen eigen winkels maar werkt nauw samen met lokale partners voor het gebruik van hun distributienetwerk.

Colex biedt een ruim assortiment kruidenierswaren, verse producten en diepvries uit de eigen merken van Colruyt Group (vooral Everyday en Boni Selection), aangevuld met een randassortiment A-merken. Het bedrijf onderscheidt zich met zijn unieke all-in exportservice en ondersteuning van de klant bij het commercialiseren van de producten.



Groei in West-Afrika

Vanuit zijn basis in de Senegalese hoofdstad Dakar bewerkt Colex intensief de West-Afrikaanse markt. Door samen te werken met lokale accountmanagers die hun markten 100% in de vingers hebben, slaagt Colex erin om zich verder te verankeren in Senegal zelf en in de grotere steden van buurlanden als Ivoorkust, Mali en Togo. Daarbij worden er samen met partners ter plaatse frequent acties in de verkooppunten opgezet, een boost voor de zichtbaarheid van de producten van de merken Everyday en Boni Selection.

Centraal-Afrika blijft grootste afzetmarkt

In de Democratische Republiek Congo alsook in Rwanda blijft Colex zijn leiderspositie versterken. Maandelijks acties in de verkooppunten van de lokale partners wisselen er af met nationale campagnes rond Everyday als 'La marque préférée des Congolais' en Boni Selection als premiummerk. Die campagnes creëren permanent awareness rond beide merken en focussen sterk op eindejaar als belangrijke periode voor de verkoop.



Lokale verankering

Om zich nog beter te integreren in de ecosystemen van zijn belangrijkste markten blijft Colex zijn organisatie verder versterken met lokale medewerkers. En net zoals eerder in Congo, werd er het voorbije boekjaar in Dakar voor het eerst een event op poten gezet dat partners uit verschillende West-Afrikaanse landen samenbracht. Doel van het massaal bijgewoonde event was onder meer *best practices* en ervaringen uitwisselen en bouwen aan een community rond de eigen merken.

◦ 1985

Ongeveer 150 actieve klanten

4.500 referenties

Meer dan 40 medewerkers in VTE

Bringing quality products to the world

colex-export.com

Het Belgische Foodbag levert wekelijks maaltijdboxen in heel België en onderscheidt zich met kwaliteit, flexibiliteit en duurzaamheid. Eigen chefs en gastchefs zoals Dierendonck of Karola's Kitchen stellen elke week 35 verse gerechten voor, waaruit de klant er drie à zes kiest en zo een persoonlijke box samenstelt. De gerechten zijn beschikbaar in porties voor één tot vijf personen en in de kookstijlen vegetarisch, origineel, kindvriendelijk, snel, Sandra Bekkari of kant-en-klaar. Klanten bestellen online losse boxen of kiezen een (eenvoudig te pauzeren) abonnement. Een honderdtal eigen bezorgers levert de boxen vier dagen per week gekoeld aan huis.

Foodbag is een merk van Smartmat nv, de grootste speler in de Belgische fresh food e-commerce.

- Sinds **februari 2022**

Participatie:
41,36% in Smartmat nv



Innoveren en inspireren

- Sinds het najaar van 2023 kan Foodbag ook besteld worden bij Collect&Go en op maandag afgehaald in een honderdtal **Collect&Go-afhaalpunten**. Het aanbod kende een vliegende start, met wekelijks enkele honderden extra bestellingen. De ambitie is dat tegen eind 2024 een tiende van alle bestellingen via Collect&Go afgehaald wordt.
- In samenwerking met leverancier van slimme sloten Nuki en softwarebedrijf Sfinx Inside werd begin 2024 een testproject opgestart voor **in-home delivery**. Daarbij brengt de bezorger de maaltijdbox tot net voorbij de voordeur, zodat klanten niet meer thuis hoeven te zijn als hij langskomt.
- Foodbag blijft volop **inspireren** met speciale gerechten en menu's voor gelegenheden als kerst, Valentijn of Pasen. Met eindejaar 2023 gingen er ruim 2.000 feestboxen de deur uit.
- Voor buurtsupermarkt Okay werd **Foodbag Easy Meal** gecreëerd, een achttal nieuwe maaltijd- en soepzakketten met alle ingrediënten om thuis zelf te koken. Enkel beschikbaar in de Okay-winkels.
- In de zomer van 2023 kwam de nieuwe **app** uit en in april 2024 ging de nieuwe **website** online.

Robi Professional voorziet sinds 2018 kwalitatief getapt kraantjeswater in bedrijven, scholen, horecazaken en sportclubs en voor allerlei events. Het bedrijf plaatst professionele tapinstallaties voor gefilterd, gekoeld, plat én bruisend water, een veel duurzamere én goedkopere oplossing dan verpakt water. Sinds 2023 is er ook de slimme Robi-waterfilter voor thuis.

ROBI

PROFESSIONAL



- Sinds **juli 2021**

Participatie:
51,99% in De Leiding

Nieuwe klanten

- Het voorbije boekjaar kon Robi enkele belangrijke nieuwe bedrijfsklanten overtuigen. Europabank liet in zijn kantoren watertaps voor medewerkers en bezoekers plaatsen, mooi geïntegreerd in het bestaande interieur. En door de overeenkomst met de NMBS kunnen treinreizigers tegen eind 2025 in honderd Belgische stations gratis hun drinkbus vullen met gefilterd kraantjeswater. De tappunten zijn makkelijk te bedienen door rolstoelgebruikers.
- De Robi-waterfilter is makkelijk te koppelen aan bestaande kranen en zorgt voor gefilterd leidingwater met de smaken van diverse soorten flessenwater. De organisatie onderzoekt extra verkoopkanalen en afzetmogelijkheden in de bedrijfsweld, naast de verkoop aan particulieren via de eigen website, Colruyt Laagste Prijzen en Bio-Planet.
- De Robi-filter won brons in de categorie Consumer op de **Henry Van de Velde Awards** van Flanders DC, de belangrijkste designprijzen van België.
- Sinds het voorjaar van 2024 is Robi Professional (voor professionele klanten) of kortweg Robi (voor particulieren) de nieuwe naam van het oorspronkelijke Robinetto.



newpharma

Newpharma is de grootste Belgische online apotheek, met meer dan 1.700 merken en 45.000 producten tegen voordelige prijzen. Een team apothekers geeft de klanten waar nodig advies over bestelde geneesmiddelen en combinaties met eerdere aankopen.

Newpharma levert in België aan huis (besteld voor de middag is geleverd binnen 24 uur) en beschikt over een netwerk van 3.500 afhaalpunten.

Newpharma Group levert daarnaast in tien landen, waarvan er vijf bediend worden met specifieke assortimenten: Frankrijk, Zwitserland, Nederland, Oostenrijk en Duitsland.

De apotheek adviseert ook diverse winkelformules van de groep bij het samenstellen van hun afdeling parafarmacie.

- Participatie sinds december 2017, 100% geconsolideerd sinds oktober 2022

EUR 548 miljoen gezamenlijke omzet Bike Republic, The Fashion Society, Jims en Newpharma (+51,5%)¹

45.000 artikelen voor de Belgische markt. Levert in **10 landen**

Meer dan 250 medewerkers in VTE

Jouw apotheek, altijd bij de hand

Newpharma.be

(1) Exclusief de omzet van Dreamland en Dreambaby aangezien deze als beëindigde bedrijfsactiviteiten werden geclassificeerd. Omvat in 2023/24 vijftien maanden omzet voor Newpharma (vs. drie maanden omzet in 2022/23).



Omzet blijft groeien

Onze online apotheek realiseerde een duidelijke omzetgroei, dankzij hogere verkoopvolumes in vooral Frankrijk en Zwitserland en in mindere mate Vlaanderen.

De sterkste groei werd opgetekend in de categorieën gelaatsverzorging, supplementen, voorschrijfvrije medicijnen en diervoeding. In die laatste verdubbelde de penetratie: zowat een op de tien klanten koopt nu diervoeding.

De waarde van de gemiddelde korf nam licht toe, ook al bleef de shift van premium naar goedkopere merken nog aanhouden. Newpharma reageerde met een licht aangepaste productmix en iets meer zichtbaarheid voor een aantal merken op de website. Newpharma levert aan huis en steeds meer in afhaalpunten van diverse spelers, niet meer in de winkels van Colruyt Group. In België worden al vier op de tien pakjes in afhaalpunten geleverd, wat milieuvriendelijker en goedkoper is voor Newpharma én de klant.

De jongste vijf jaar werden er geen nieuwe markten meer aangeboden. Vanaf 2024 verkent Newpharma de Roemeense markt en bekijkt het potentiële expansie in landen als Spanje, Italië en Polen.

De apotheek van Colruyt Group in België

Het voorbije jaar werd er fors geïnvesteerd in naamsbekendheid, met campagnes op tv, online kanalen, op de DATS 24-tankstations enz. Newpharma is nu ook zichtbaarder aanwezig in de rayons parafarmacie van Colruyt en Okay.

Sinds november 2023 is Newpharma toegankelijk via de Xtra-app van Colruyt Group, wat verder bijdraagt aan de positionering ervan als de apotheek van de groep.





5 strategische landen

Newpharma levert in 10 landen, met focus op vijf strategische landen, waar het naast een ruim gemeenschappelijk aanbod ook specifieke, landgebonden merken aanbiedt. Het gros van de bestellingen voor het buitenland vertrekt vanuit het centrale distributiecentrum in Luik. Dat zet volop in op automatisatie om toekomstige groei op te vangen.

- In **Frankrijk** is de online apotheek de grootste. Ze won er voor het tweede jaar op rij de prijs voor Beste Retailer in de categorie parafarmacie, niet evident voor een Belgisch bedrijf.
- In **Zwitserland** is Newpharma qua omzet de tweede speler op de markt. In 2025 opent er een fysieke apotheek nabij Lausanne en verkort de levertermijn tot maar één dag.
- In **Nederland** werd er na twee kalmere jaren een sterke groei gerealiseerd. Newpharma staat er bekend als *premium* drogist, met merken die de doorsnee Nederlandse drogist niet aanbiedt.
- In **Duitsland** en **Oostenrijk** trekken de webshops vooral klanten op zoek naar merken die in eigen land moeilijker te vinden zijn.

Meer persoonlijke begeleiding

De nieuwe digitale Nutri-Test stelt op basis van een dertigtal vragen een persoonlijk profiel op en geeft aanbevelingen voor voedingssupplementen, voedingsadvies van experts en recepten op maat. De ingrediënten kunnen in één klik toegevoegd worden aan het Collect&Go-winkelmandje. Met deze online zelftest zet Newpharma verder in op persoonlijke service en begeleiding, als vervolg op de eerder gelanceerde tool die geschikte huidverzorgingsproducten voorstelt.



Participatie in digitaal gezondheidsplatform Yoboo

Colruyt Group verwierf vanaf eind mei 2023 een deelneming in de Belgische startup Yoboo, kaderend in onze ambitie om gezondheid en welzijn toegankelijker te maken voor iedereen. De participatie, die in meerdere stappen tegen het einde van het boekjaar werd verhoogd naar 70%, omvatte ook de overname van twee fysieke apotheken en een medisch centrum in het Antwerpse.

Yoboo is een digitaal gezondheidsplatform dat mensen op een laagdrempelige manier en persoonlijk begeleidt bij het optimaliseren van hun levensstijl. De gebruiker vult een vragenlijst in en krijgt daarna een individueel dashboard met zes gezondheidspijlers om op te werken, waaronder slaap, stress en beweging. Daarbij wordt hij digitaal ondersteund via de Yoboo-app en fysiek door zijn coach/apotheker. Met deze combinatie kan de gebruiker zijn gezondheid meer preventief opvolgen en aan zelfzorg doen. Yoboo reikt daartoe tools, tips en advies aan maar ook oplossingen zoals zelftesten, supplementen, gezondheidsproducten, digitale toestellen, enz.

Yoboo maakt de connectie tussen de consument en de apotheker, die instaat voor het promoten van het platform en het rekruteren van gebruikers. De apothekers betalen een lidmaatschapsbijdrage voor hun opleiding en gebruik van het platform. Yoboo van zijn kant ondersteunt hen bij het geven van levensstijladvies, iets waarvoor het hen vaak nog ontbreekt aan tools of ervaring. Yoboo past perfect in het evoluerende businessmodel van de apotheek, van louter curatief naar meer preventief en met meer aandacht voor zelfzorg.

Einde boekjaar waren er een dertigtal Belgische apotheken bij Yoboo aangesloten, met als doel een tachtigtal tegen eind 2024. Het gezondheidsnetwerk breidt ook gestaag uit met andere disciplines, zoals diëtisten of kinesisten. Zo wordt Yoboo een toolkit met een heel brede waaier oplossingen op één plaats, handig voor zowel de gebruiker als de zorgprofessional.

Ook voor bedrijven

Yoboo ontwikkelt ook leefstijltrajecten op maat van bedrijven. Die programma's zetten welzijn hoog op de agenda van de organisatie en begeleiden de medewerkers naar een bewuster en gezonder leven. Resultaat: energiekere en productievere medewerkers, minder ziekteverzuim.



Jims baat in België en Luxemburg 35 fitnessclubs uit en stimuleert mensen om een fitte, gezonde levensstijl aan te nemen. Klanten volgen in een comfortabele en veilige omgeving conditie- of krachttraining en heel diverse groepslessen tegen aantrekkelijke prijzen.

Jims is sterk in individuele begeleiding, met oog voor gezondheid in de brede zin. Leden kunnen in elke club rekenen op kwalitatieve dienstverlening door enthousiaste en vakbekwame medewerkers.

- Overgenomen in mei 2021



EUR 548 miljoen gezamenlijke omzet Bike Republic, The Fashion Society, Jims en Newpharma (+51,5%)¹



35 fitnessclubs (31 in België en 4 in Luxemburg)



Meer dan 100 medewerkers in VTE



We move with you



Jims.be en **jims.lu**

(1) Exclusief de omzet van Dreamland en Dreambaby aangezien deze als beëindigde bedrijfsactiviteiten werden geclassificeerd.

Omvat in 2023/24 vijftien maanden omzet voor Newpharma (vs. drie maanden omzet in 2022/23).

Meer leden, meer selfservice

Jims zag zijn omzet het voorbije boekjaar stijgen met een kwart, vooral door toenames van het ledenbestand en van de gemiddelde besteding per lid. Er werd minder ingezet op promoties en meer op upselling, terwijl het aantal wanbetalers verminderd werd. Investerings in een nieuw CRM-systeem, nieuwe website en app verbeterden de relatie met de klant. De ruime selfservice voor o.a. reservaties, adreswijzigingen of abonnementspauzes heeft de administratieve last sterk gereduceerd, zodat de klantendienst beter op inhoudelijke vragen kan focussen.

Nieuwe clubs en remodeling

- Jims sloot een club in Geraardsbergen en opende er nieuwe in Wilrijk en Halle. Na einde boekjaar openden nog nieuwe clubs in Oudergem en in het Luxemburgse Mersch, wat het totaal op 37 bracht.
- In afwachting van een nieuwe publieke club in 2025, opende in Halle een tijdelijke club in de Colruyt Group-hoofdzetel, enkel voor geabonneerde medewerkers en hun gezinsleden. De club is ingericht met heel wat materialen van andere clubs, die later ook deels gerecupereerd worden.
- Twee vroegere Oxygen-clubs in Gent werden geremodeld, zodat alle vier de Gentse vestigingen en over het hele land 13 clubs in het nieuwe clubconcept zitten.
- Jims wil in boekjaar 2024/25 zes nieuwe vestigingen openen en evenveel clubs remodelen. Het ziet in België en Luxemburg een potentieel van 50 à 60 clubs.

Sterke abonnementen

De vereenvoudigde abonnementenstructuur omvat een YOU-basisformule voor individueel trainen en twee WE-abonnementen voor groepslessen en extra's zoals een gezondheidsscan, intakegesprek en individueel trainingsplan in de app. De WE-formules bieden veel waar voor hun geld en worden gekozen door liefst vier op de tien leden, drie keer zoveel als

voorheen. Zo biedt het topabonnement WE+ voor 49,99 euro per maand ook premium begeleiding en groepslessen zoals spinning, boksen en yoga in aparte zones of 'cubes', een ongeëvenaard antwoord op de aanbieders van 'boutique fitness'.

Sterker b2b-aanbod

Jims breidde zijn aanbod voor de zakelijke markt verder uit, van vooral abonnementen tot een brede waaier formules in de club of op locatie, gericht naar individuen, teams of organisaties.

- Voordelige **abbonementen** als extralegaal voordeel voor werknemers.
- Sportieve **team-events**: bootcamps, workshops, groepssessies, eenmalig of recurrent.
- Welzijnsplan** op maat: stelt beweging en welzijn voor langere duur centraal in de organisatie.

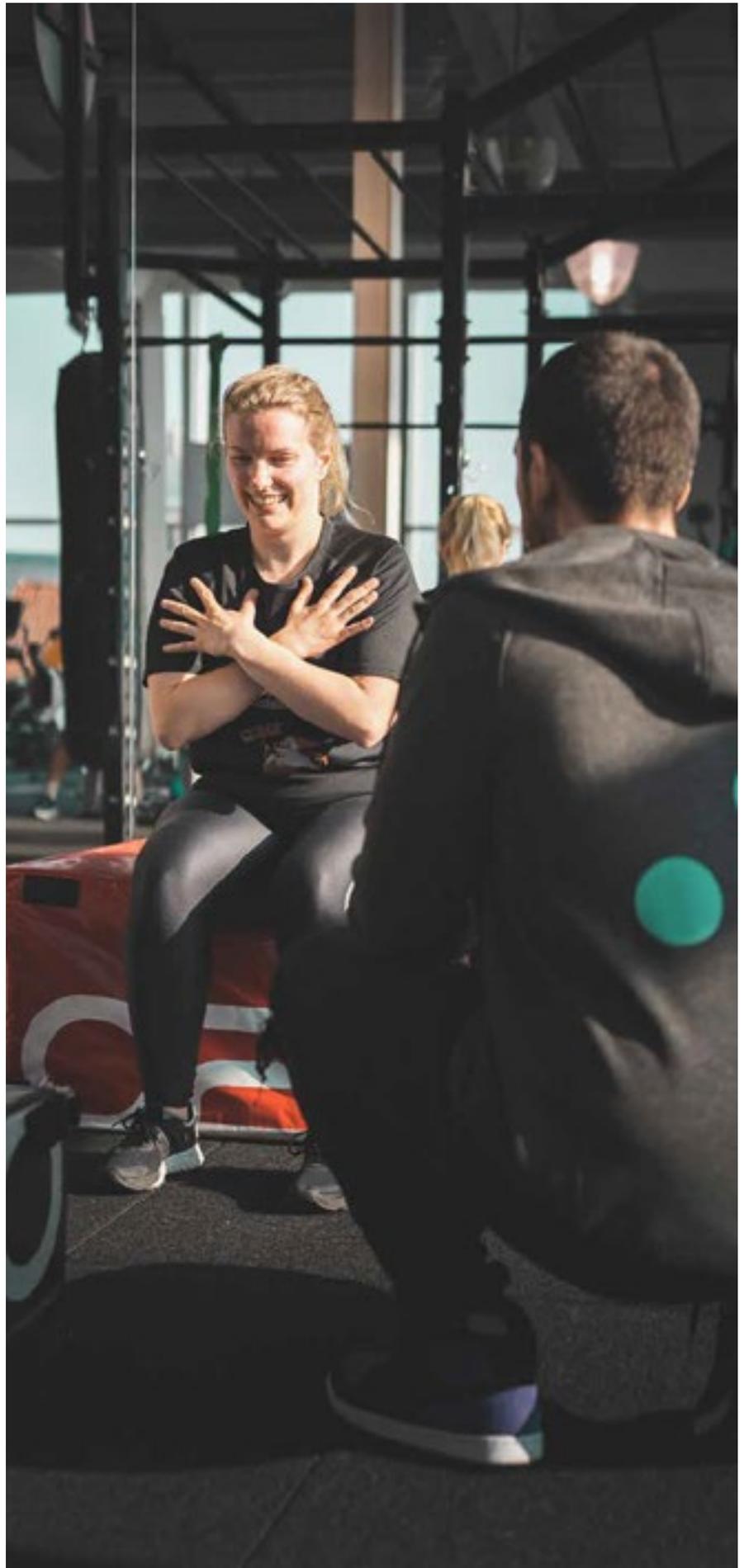
In 2023 werden binnen de groep diverse formules getest, zoals bewegingstechnieken en opwarmingsoefeningen voor logistieke medewerkers en bootcamps voor kantoormedewerkers. Organisaties vinden almaar vlotter de weg naar Jims, dat in de loop van 2024 mikt op enkele grote dossiers. Mooi meegenomen is dat corporate klanten ook particuliere omzet genereren voor Jims én de groep.

Meer synergie

- Zwangere vrouwen en jonge moeders kunnen al in drie grootstedelijke clubs terecht voor het *Moving moms* begeleidingstraject met aangepaste fitness en groepslessen. Elke club zal een omkaderend netwerk opbouwen met professionals zoals vroedvrouwen, kinesisten en gyneacologen. Wie een geboortelijst bij **Dreambaby** legt, kan een maand gratis deelnemen aan het traject. Los daarvan wil Jims een gezamenlijk pre- en postnataal aanbod opzetten met partners als Newpharma, Collect&Go en Colruyt.
- Jims leverde content voor het online platform waarmee **Colruyt Group Academy** diabetici naar een gezonder leven leidt.
- Event *Moving Moments* bij opening van nieuwe clubs: volop actie en beleving in samenwerking met onder meer **Bike Republic** en **Yoboo**.

Voldoende en bekwame medewerkers

- Elke club heeft een versterkte **polyvalente** ploeg, met een voltijdse manager/coach, een voltijdse en twee deeltijdse coaches, aangevuld met externe groepslesgevers.
- De eigen **fitnessopleidingen** zijn geaccrediteerd door toonaangevende Europese en Amerikaanse organisaties. Ook in trek bij externe gezondheidswerkers én aangeboden door opleidingscentrum Syntra.
- De vernieuwde **commerciële training** focust op de verkoop van WE-abonnementen en meer afstemming op specifieke doelgroepen en individuen. De Jims Academy deelt haar vakmanschap rond verkoop ook met o.a. Bike Republic en Cru.
- Een nieuw **vormingstraject** helpt kandidaat-leidinggevendenden motiveren en aan boord houden.





Dreambaby is de grootste nationale speler op de Belgische babymarkt, met een kwalitatief, breed aanbod voor baby's en peuters tot 24 maanden. De winkels en de webshop bieden keuze uit de meeste grote merken en het eigen merk Dreambee.

Klanten kunnen zowel online als in de winkel geboortelijsten samenstellen en beheren. Online reservaties zijn af te halen in de winkel of worden thuis geleverd. Dreambaby onderscheidt zich met persoonlijke begeleiding en advies van ervaren medewerkers.



Nieuwe eigenaar: Supra Bazar

Net voor einde boekjaar bereikte Colruyt Group een akkoord met het management van Supra Bazar voor een 100% verkoop van Dreambaby. Het Belgische familiebedrijf Supra Bazar is een grote lokale retailspeler in het segment non-food met relevante ervaring in de babysector, zowel in hun 5 Supra Bazar-winkels als in de 2 recent overgenomen Kabine baby-speciaalzaken aan zee. Het bedrijf heeft bewezen ervaring in het rendabel exploiteren van een winkelnetwerk en in een omnichannel aanpak.

Voor Supra Bazar is de overname de uitgelezen kans om nationaal actief te zijn in de voor hen erg belangrijke babymarkt. Dreambaby van zijn kant kan onder de vleugels van Supra Bazar een gezonde en duurzame toekomst tegemoet gaan, om met zijn hernieuwde strategie dé nationale babyspecialzaak van België te blijven.

De activiteiten van beide bedrijven zijn perfect complementair. Dreambaby blijft bestaan als merk en als werkgever, inclusief de 27 winkels en de medewerkers. Voor de klanten verandert er in eerste instantie niets: ze kunnen hun Xtra-profiel blijven gebruiken en ook de geboortelijsten lopen gewoon door.

Vanaf april 2024 werd er gefocust op het begeleiden van de medewerkers bij de overstap, om de overname tegen de zomer te finaliseren.

Rentabiliseren

Het voorbije boekjaar werd er al hard gewerkt aan het reduceren van de kosten en het rentabiliseren van de activiteiten.

- Zoals aangekondigd in april 2023 sloten vijf niet-rendabele winkels de deuren en was er collectief ontslag voor een 40-tal medewerkers, van wie meer dan de helft relatief snel geheroriënteerd werd binnen de groep.
- Het assortiment werd een vijfde kleiner: boeken en zwangerschapskledij werden geschrapt, het aantal textielcollecties verminderde. Ook de voorraad kromp met een vijfde, zonder impact op de winkelbevoorrading of service naar de klanten.
- Er werd niet langer geleverd in andere winkels van de groep maar enkel nog aan huis, gratis voor bestellingen vanaf 60 euro.
- De logistiek van de kinderkamers werd uitbesteed en loopt sinds april 2024 rechtstreeks van leverancier naar klant. Klanten kunnen nu kiezen uit 20 kamers en worden sneller beleverd. Dreambaby spaart opslagplaats uit, heeft minder schadegevallen, vermijdt stockrisico's en kan zich meer focussen op advies bij aankoop.
- Deze inspanningen wierpen vruchten af, maar Dreambaby bleef opereren in een moeilijke, competitieve markt, onder druk van nieuwe online spelers, een krimpende vraag en de opkomst van tweedehands.

◦ 2001



27 winkels



600 m² gemiddelde winkelloppervlakte



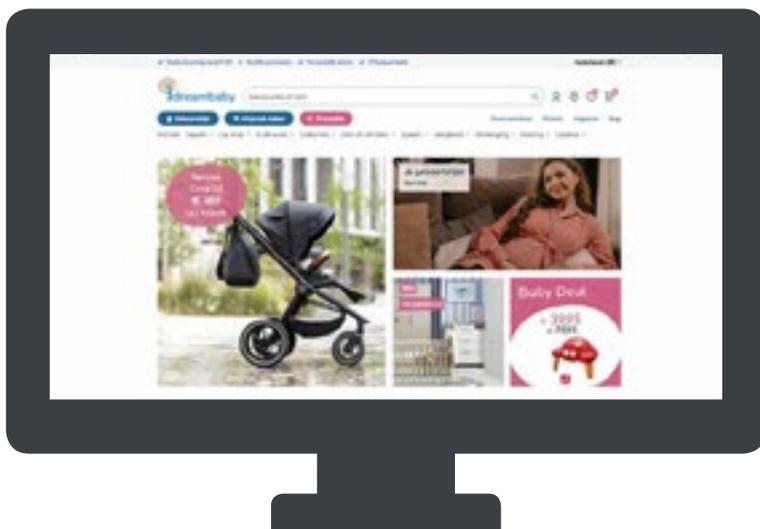
8.000 referenties



De beste start voor jou en je baby



dreambaby.be



Innoveren voor meer gemak en flexibiliteit

- In maart 2024 ging de **nieuwe website** live, met een e-commerceplatform dat een stuk sneller werkt en ook toegankelijk is voor niet-geregistreerde klanten (zonder Xtra-profiel).
- Dreambaby werkt aan een nieuwe **geboortelijst**, die volop focust op gebruiksgemak en flexibiliteit in het aanmaken, beheren en aanpassen ervan.

Sterke troeven

Dreambaby blijft de onbetwiste **marktleider** in België, als enige speler met nationale dekking en een gunstige geografische spreiding. De keten combineert die schaalgrootte met vakkundige, toegankelijke en vriendelijke **medewerkers** en een breed, kwalitatief gamma in **private label** dat ruim de helft van de babyuitzet dekt. Een ander speerpunt is de **geboortelijst**, goed voor circa de helft van de omzet. Dreambaby is sterk in *community building*, zorgt voor heel wat **beleving** in de winkels en werkte daarvoor het afgelopen jaar nauw samen met o.a. fitnessketen Jims, apotheek Newpharma en Colruyt Group Academy.



Dreamland maakt sinds oktober 2023 deel uit van de Belgische speelgoedketen ToyChamp van de familie Nolmans, die een veertigtal ToyChamp-winkels uitbaat in België en Nederland. De keten zet in op grote belevingswinkels van 1.400 tot 2.000 m², met shop-in-shops van populaire speelgoedmerken.

Met ToyChamp als sterke partner mikt Dreamland op een gezonde toekomst in de uitdagende speelgoedmarkt. Door de bundeling van hun kennis en expertise zijn Dreamland en ToyChamp samen de nummer 1 speelgoedretailer in België.

Dreamland is gespecialiseerd in de verkoop van vooral speelgoed, buitenspeelgoed, gaming en schoolgerief, via 47 fysieke winkels en online. Met de gratis service Click&Collect kunnen klanten artikels uit de winkelvoorraad reserveren, om binnen de drie uur op te halen in de winkel. Dreamland is opgenomen in het Xtra-ecosysteem van Colruyt Group. Zo kunnen klanten via hun Xtra-profiel of -kaart alle kortingen en voordelen van Dreamland genieten.

April 2023

Aankondiging van intentie tot herstructurering van Dreamland, sluiting van 1 winkel en collectief ontslag van een honderdtal medewerkers.

Bekendmaking van principeakkoord met ToyChamp voor de overname van 75% van de aandelen van Dreamland.

Juni 2023

Akkoord voor ontslagregeling met de sociale partners.

Oktober 2023

Finalisering van de overname. Colruyt Group behoudt een participatie van 25% in nv Dreamland.

F S

FASHION SOCIETY

The Fashion Society groepeerd drie multimerkenketens voor dames- en herenmode, voornamelijk actief in België maar ook in Luxemburg en Frankrijk. Het gaat om destinaiewinkels buiten de stad, met focus op klantentevredenheid en winkelbeleving.

De winkelconcepten mikken op brede maar duidelijk onderscheiden doelgroepen en dekken een groot stuk van de fashionmarkt af. Zeb is er voor mode- en zelfbewuste klanten die uitkijken naar inspiratie. De familiewinkels PointCarré en The Fashion Store mikken eerder op trendvolgers van meerdere generaties en zijn sterk in persoonlijk advies.

- **2020:** 96% participatie, 100% geconsolideerd sinds januari 2022

EUR 548 miljoen gezamenlijke omzet Bike Republic, The Fashion Society, Jims en Newpharma (+51,5%)¹

130 winkels van Zeb, The Fashion Store en PointCarré

1.000 m² gemiddelde winkelloppervlakte

Gemiddeld 39.000 referenties op jaarbasis

Meer dan 850 medewerkers in VTE

zeb.be
thefashionstore.be
pointcarre.be

(1) Exclusief de omzet van Dreamland en Dreambaby aangezien deze als beëindigde bedrijfsactiviteiten werden geclassificeerd.

Omvat in 2023/24 vijftien maanden omzet voor Newpharma (vs. drie maanden omzet in 2022/23).



Lichte groei marktaandeel

In een krimpende fashionmarkt realiseerden de winkels van The Fashion Society hogere verkoopcijfers en kende het marktaandeel een lichte groei. Klanten kochten minder (stuks) aan, wat gecompenseerd werd door verkoopprijsinflatie.

Het winterseizoen was heel kalm, vooral door het uitzonderlijk warme weer in september en oktober, waardoor klanten massaal wegbleven en de winterkledij bleef hangen. De laatste twee maanden van het jaar trok de verkoop weer aan, maar onvoldoende om de achterstand goed te maken.

Na corona en de daaropvolgende crisissen blijft de fashionklant prijs- en promogevoelig en gezien de onvoorspelbare weersomstandigheden stelt hij zich vaker afwachtend op. Dat zorgt ervoor dat de kledingwinkels minder klanten over de vloer krijgen. Daarom werd er beslist om extra in te zetten op klantenwerving, bijvoorbeeld door het opdrijven van gepersonaliseerde papieren communicatie via de post, vrij uniek in de fashion retail.

De modegroep bereidt zich voor op toekomstige Belgische en Europese regelgeving inzake duurzaamheid en specifiek de transparantieplicht rond de herkomst van textiel.

the fashion store



- **21 winkels (+2)**
- **Nieuwe winkels in Paal en Lokeren,**
- **1 omgedoopte Ziffiks-winkel in Balen**
- **Potentieel van 50 winkels in Vlaanderen**

The Fashion Store ontwikkelde een **nieuw winkelconcept**, dat zijn première beleefde in de verbouwde vestiging in Veerle. Deze pilootwinkel pakt uit met onder meer een *Curvy Corner* voor grotere maatjes en een breed aanbod herenkostuums. Doorheen 2024 zullen alle winkels alvast het nieuwe logo op de gevel krijgen.

Het merk wil verder evolueren naar een grote **boetiek** waar klanten kunnen rekenen op persoonlijk contact, service en advies op maat. De winkels zetten meer in op beleving, bijvoorbeeld met ladies nights of combinaties van brunches en persoonlijke styling. Advertenties in damesbladen en medewerking aan stylingprogramma's op regionale tv dragen bij aan een grotere naamsbekendheid.

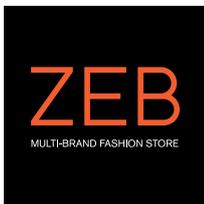
PointCarré



- 28 winkels (-3)
- 23 in eigen beheer
en 5 in franchise (waarvan 1 in Frankrijk)
- Potentieel van 30 winkels in Wallonië

Met het oog op een meer consistente merkidentiteit en -beleving heeft PointCarré in Wallonië een zestal franchisewinkels overgenomen om in eigen beheer uit te baten. Van de twee franchisewinkels in Frankrijk werd er een gesloten, terwijl de andere in 2025 als Zeb-winkel zal heropenen.

PointCarré blijft inzetten op **nabijheid** en persoonlijk contact met de klanten.



- 81 winkels (+2)
- Nieuwe winkels in Châtelineau en Eghezée
- Potentieel van meer dan 100 winkels in België,
waarvan 70 in Vlaanderen

Er werd gekozen om de **expansie in Frankrijk** via Zeb te laten verlopen, de meest mature en sterkste formule van de modegroep. In het najaar van 2024 openen er drie pilootwinkels in het noorden van het land. Bedoeling is om het winkelpark later via franchise verder uit te breiden.

Sterk in inclusie

Muziek- en modefenomeen **Coely** creëerde voor Zeb een genderfluïde collectie streetwear die ook uitblinkt in duurzaamheid. Alle stuks zijn gemaakt uit 'deadstock' of onverkochte reststoffen.

Zeb en The Fashion Store hebben een twintigtal **medewerkers met een beperking** in dienst. Ze bieden mensen met een beperking veel kansen om te starten als bijvoorbeeld jobstudent of stagiair en werken ook mee aan een Vlaamse overheids campagne rond inclusie.



Bike Republic is een toonaangevende speler in de verkoop van merkfietsen en e-bikes, fietskledij en accessoires. Als compagnon de route wil Bike Republic zijn klanten puur fietsplezier bezorgen, of het nu pendelaars zijn, recreatieve fietsers of sportievelingen. De fietsspecialist munt uit in on- en offline toegankelijkheid, via o.a. zijn overzichtelijke website, de vele contactmogelijkheden en de aantrekkelijke winkels. Klanten kunnen rekenen op advies van ervaren experts en op een goeie service na verkoop, met onderhoud en herstel in eigen ateliers, fietsverzekering, vervangfietsen en pechverhelping. Zakelijke klanten kunnen fietsen aankopen of leasen en een fietsplan op maat laten uitwerken.

- **2019:** overname van Fiets! door Colruyt Group, in 2021 omgedoopt tot Bike Republic



EUR 548 miljoen gezamenlijke omzet Bike Republic, The Fashion Society, Jims en Newpharma (+51,5%)¹



29 winkels met showroom en atelier



800 à 1.200 m² gemiddelde winkeloppervlakte



Meer dan 150 medewerkers in VTE



Jouw compagnon de route voor elk moment



bikerepublic.be

(1) Exclusief de omzet van Dreamland en Dreambaby aangezien deze als beëindigde bedrijfsactiviteiten werden geclassificeerd.

Omvat in 2023/24 vijftien maanden omzet voor Newpharma (vs. drie maanden omzet in 2022/23).



Standhouden na marktcorrectie

In een verzadigde, significant gekrompen fietsmarkt kon Bike Republic behoorlijk standhouden. Na de hausse gelinkt aan corona zette de hoge inflatie in de eerste jaarthelft van 2023 een rem op de aankoop van investeringsgoederen door particulieren. Ook de b2b-verkoop koelde af, mede doordat een aantal grote institutionele en corporate klanten nog meerjarige leasecontracten hadden lopen. Bike Republic blijft veel potentieel zien in de zakelijke markt, zeker nu het mobiliteitsbudget breder ingevoerd wordt en bedrijfsfietsen interessant zijn voor werkgever en werknemer, zowel financieel als qua gezondheid en duurzaamheid. Doorheen 2023 bleven zowel dealers als merkenleveranciers met grote overstocks zitten, wat zich bij Bike Republic vooral in het sportieve segment manifesteerde. Prijsverlagingen in de markt zetten enige druk op de marges van de fietsspecialist, die de eigen voorraden grotendeels kon reduceren via sterke kortingsacties, de opening van twee pop-ups en de vaste outlet in Herentals.



Nieuwe winkels in Schaarbeek en Beveren (voormalige Dreambaby)

Rendabele ateliers

Afgelopen boekjaar werd er hard en succesvol gewerkt op het rentabiliseren van de werkplaatsen, waarbij diverse maatregelen ook leidden tot een stijging in klantentevredenheid.

- De bezetting is beter afgestemd op de sterk fluctuerende werk volumes naargelang het seizoen.
- Klanten krijgen standaard een offerte voor onderhoud en herstellingen.
- De uurtarieven voor gespecialiseerd werk worden correct doorgerekend aan de klant.
- Voor eenvoudige klusjes (aan goedkope fietsen) wordt indien mogelijk doorverwezen naar sociale fietsateliers zoals Kringwinkels.

Showrooms en servicepunten

Na de snelle groei van de jongste jaren, kiest Bike Republic ervoor om zijn netwerk aan een rustiger tempo uit te breiden, indien opportuun op gedeelde sites samen met andere merken van de groep. Het ziet nog steeds potentieel voor verdere expansie in België, met naast winkels ook een aantal servicepunten zonder verkoopactiviteit. Klanten komen immers vaker langs voor onderhoud of herstelling dan voor een aankoop. In 2024 openen er al enkele zuivere servicepunten in stedelijke omgevingen.



Tweede leven voor oude fietsen

- Bike Republic en **Kringwinkel Antwerpen** sloegen de handen in elkaar voor een pilootproject waarbij oude fietsen een nieuw leven krijgen. Wie bij Bike Republic een oude, maar nog op te kalefateren fiets binnenbrengt, krijgt een waardebon van 100 euro. Kringwinkel Antwerpen maakt de fietsen weer rijklaar en verkoopt ze. Dit circulaire project creëert ook mogelijkheden voor de fietsherstellers bij Kringwinkel om door te stromen naar de ateliers van Bike Republic.
- De winkels nemen ook elektrische fietsen over bij aankoop van een nieuw exemplaar. Vervolgens koopt de organisatie **Upway** de tweedehandsfietsen aan, om te refurbishen en opnieuw op de markt te brengen.

Synergie met interne partners

Bike Republic werkt regelmatig samen met diverse formules van de groep en nam ook nieuwe initiatieven.

- Cargobikes voor Solucious (voor levering aan professionele klanten) en Collect&Go (voor thuislevering van boodschappen).
- Deelname aan de beurs Horeca Expo, samen met Solucious en andere b2b-partners.
- Ontwikkeling van een webinar en workshop rond fietsherstel voor Colruyt Group Academy.
- Leveren van prijzen voor de winteractie van DATS 24.



Minder merken, betere service

Mede door overnames van zelfstandige fietswinkels en hun concessies bouwde Bike Republic de jongste jaren een portefeuille van meer dan 30 merken op. In 2023 was het tijd om het kernassortiment te herdefiniëren, om te komen tot een kleiner en meer evenwichtig aanbod (top)merken. Met minder variëteit in merken, technologieën, onderdelen en garanties beoogt Bike Republic meer **eenvoud en efficiëntie** op alle vlakken, wat uiteindelijk de service en de **klantentevredenheid** ten goede komt.

- Degelijker advies bij verkoop
- Minder keuzestress voor de klant
- Grotere beschikbaarheid van onderdelen
- Snellere service in onderhoud en herstelling
- Betere relaties met selecte groep leveranciers.

Focus op Brussel en cargobikes

- Bike Republic heeft al vijf winkels in de Brusselse regio en mikt op verdere expansie, aangezien de fiets er mede dankzij de verbeterde infrastructuur almaar populairder wordt.
- De nieuwe vestiging met atelier in Schaarbeek biedt als eerste enkel elektrische cargobikes aan, met heel wat specifieke oplossingen voor professionals. Almaar meer bedrijven en zelfstandigen ontdekken immers de cargofiets voor (last mile) leveringen en dienstverlening aan huis. Zo werd de exclusieve vierwieler CityQ al geleverd aan onder meer een zorgtraiteur, een pizzakoerier en een sociaal voedselplatform.



RETAIL PARTNERS COLRUYTGROUP

Retail Partners Colruyt Group is de groothandel voor verschillende retailformules in België. Verse producten en kruidenierswaren worden dagelijks geleverd aan zelfstandige winkeliers van Spar, Alvo en andere formules. Hiernaast is RPCG ook licentiehouder van de Sparformule in België en werkt het intens samen met de zelfstandige Spar-ondernemers. De organisatie verzorgt naast toelevering en assortimentsbeheer ook het commerciële beleid, van promoties en marketing tot verkoopondersteuning. RPCG heeft een uniek overlegmodel, in partnership met de verkozen ondernemersdelegatie. Samen geven zij vorm aan winkeluitstraling, assortiment, commerciële focus en de toekomst van Spar Colruyt Group.

- **2003** Spar Retail, in 2014 omgedoopt tot Retail Partners Colruyt Group



215 Spar-winkels
50 Alvo-winkels
73 vrije klanten, waarvan
16 Mini Markets



Meer dan 800
medewerkers in VTE



**Samen ondernemen
is groeien**



**retailpartners-
colruytgroup.be**



Lichte omzetstijging

Retail Partners Colruyt Group blikt tevreden terug op het afgelopen boekjaar. De groothandel boekte een lichte omzetstijging, vooral toe te schrijven aan inflatoire effecten. De verkoopvolumes kenden een geringe daling. Klanten kwamen iets vaker winkelen, maar kochten minder artikelen. Onder meer door de getemperde inflatie begonnen de volumes in de tweede boekjaarhelft opnieuw te stijgen. RPCG boekte heel mooie resultaten in focuscategorieën zoals vlees, vis, bakkerij en traiteur, terwijl de kruidenierswaren en wijnen het iets moeilijker hadden. De verkoop met eindejaar was dan weer ronduit uitstekend, mede dankzij een gunstig kalendereffect.

Door de hoge inflatie, loonindexaties, hoge energiekosten e.d. stond de eerste helft van 2023 nog in het teken van kostenreducties, zowel in de organisatie zelf als bij de zelfstandige ondernemers. De prijsstijgingen konden niet altijd meteen in de markt gezet worden, wat druk zette op de marges van RPCG en de winkeliers. In de tweede jaarhelft kon de gemilderde inflatie beter doorgerekend worden.

Het aantal winkeliers aangesloten bij de Alvo-aankoopgroepering bleef stabiel. De organisatie kreeg in de loop van 2023 een nieuw elan, onder meer dankzij de introductie van een nieuwe klantenkaart. De vrije klanten hadden het moeilijker om zich te handhaven en hun aantal viel dan ook terug.

RPCG zette grote stappen vooruit in de uitbouw van een toekomstgerichte, betrouwbare, kostenefficiënte en duurzame supply chain. De organisatie blijft inzetten op vakmanschap, om zowel organisatorisch als commercieel verder te groeien en de beste partner te zijn voor zelfstandige ondernemers.

Van Match/Smatch naar Spar

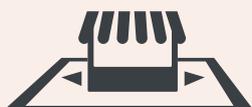
- Dat de Spar-formule aantrekkelijk is bij zelfstandige ondernemers, bleek zonneklaar bij de overname door Colruyt Group van 28 Match-winkels en 26 Smatch-winkels, waaronder 7 reeds gefranchiseerde zaken. Liefst zes van de zeven zelfstandige uitbaters kozen ervoor om door te gaan als zelfstandige Spar-winkel!
- Deze winkels werden op recordtijd omgeschakeld naar Spar en voorzien van onder meer een nieuw kassasysteem met daaraan gekoppeld automatisch stockbeheer en herbevoorrading vanuit het Spar-distributiecentrum in Mechelen.
- RPCG kon deze uitbreiding van de activiteiten probleemloos opvangen. De snelle omschakeling illustreert de expertise van de organisatie, en bij

uitbreiding de sterkte van Colruyt Group om tal van uitdagingen (commercieel, logistiek, IT, opleiding, ...) tegelijk en op korte tijd tot een goed einde te brengen.





Spar Colruyt Group is de gezellige buurtsupermarkt voor alle dagelijkse boodschappen, met een sterk assortiment verse producten, persoonlijke service en scherpe prijzen. Met hun specifieke vakmanschap en assortimenten leggen de zelfstandige ondernemers eigen accenten in hun winkel. Spar inspireert met het gratis magazine KOOK en staat bekend voor de wekelijkse Top Deals met 50% korting. De meeste winkels zijn open op zondag(ochtend).



8 nieuwe winkels
8 remodelings
6 sluitingen

2 nieuwe winkels en
12 remodelings in boekjaar
2024/25



215 winkels, waarvan
177 in het merk
Spar Colruyt Group



350-1.800 m² gemiddelde
winkeloppervlakte



mijnspar.be



Mijlpaal 75ste formulewinkel

In maart 2024 heropende de verbouwde Spar Ieper, de 75ste winkel in de nieuwe Spar-formule. De omschakelingsoperatie werd ingezet in 2016 en gaat de komende jaren volop door.

Alle omgeschakelde winkels kennen een verhoging van zowel winkelkorf en aandeel verse producten als aantal klanten en omzet.

De winkels hebben een sterke 'Spar Colruyt Group' uitstraling en spelen tegelijk de specialiteit(en) van de ondernemer volop uit, zoals een afdeling verse vis of kaas. Flexibiliteit en wendbaarheid worden de norm in het heterogene winkelpark. Tegen eind 2024 zal een datamodel de winkels helpen om hun marketingmix beter af te stemmen op de lokale noden. Dit zal het winkelpark verder versterken en duurzaam laten groeien.

Investeren in duurzaamheid

RPCG ontwikkelde een digitale tool om het energieverbruik van de Spar-winkels op te volgen en bij te sturen, plus advies te geven voor (toekomstige) investeringen in energiezuinige materialen en technieken. De groothandelspoot ondersteunt de ondernemers ook financieel bij investeringen in duurzaamheid, zoals zonnepanelen, warmterecuperatie, gesloten koelmeubels, ledverlichting, laadpalen voor de klanten enz.

Efficiënter en doelgerichter communiceren

- Om de marketingkosten voor de ondernemers te verminderen, werden de oplages, formaten en papierkwaliteiten van de folders en instore materiaal herzien.

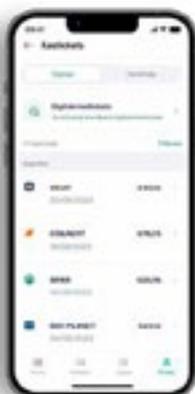
- Elke gedrukte folder wordt gevolgd door een **digitale mailing** met een zestal extra promoties. De communicatie zet prijs en promo nog meer in de verf, zonder in te boeten op de typische Spar-uitstraling. Klantendata worden intensiever ingezet om de marketingcampagnes nog beter te kunnen richten naar de gewenste klantensegmenten.
- Een nieuwe **nieuwsbrief** vergroot de betrokkenheid van de ondernemers, net zoals de geoptimaliseerde online platformen voor de Spar-ondernemers en de groothandelskanten.
- De vernieuwde **socialmediastategie** werd breed uitgerold. De ondernemers krijgen meer aantrekkelijke content (verhalen en recepten) aangeleverd om hun eigen socialemediakanalen te stofferen.



Het juiste aanbod huismerken

Spar werkt hard aan een sterk en uitgebalanceerd assortiment en biedt ondernemers tegelijk voldoende ruimte voor eigen inbreng.

- Er werden nieuwe gamma's verse deegwaren, mini desserts en gesneden fruit onder het Spar-merk geïntroduceerd. De campagne 'Spar seizoen' zet doorlopend verse producten van het moment in de kijker.
- De organisatie zette in op **kwaliteitsverbetering** doorheen de hele keten voor de categorieën aardappelen, groenten en fruit.
- Spar nam deel aan een oefening op groepsniveau om per foodcategorie een **aanbod huismerken** samen te stellen, met de juiste combinatie van Spar, Everyday en Boni Selection. Zo speelt Spar in op de groeiende vraag naar huismerken en vrijwaart het zijn gunstige prijsperceptie. Door samen te werken met meerdere winkelformules maakt Spar optimaal gebruik van de schaalgrootte en kracht van de groep.



Digitaal kasticket via Xtra

Spar-klianten kunnen al enkele jaren alle kortingen en voordelen genieten via de Xtra-kaart of -app van Colruyt Group. Sinds 2023 kunnen ze in de app ook aangeven dat ze enkel nog digitale kastickets wensen. Voordelen: minder papier, een vlottere kassaverwerking en een handig persoonlijk archief van alle uitgaven. Het staat de klant evenwel vrij om aan de kassa uitzonderlijk toch een gedrukt exemplaar te vragen.



Codifrance levert droge voeding, vers en diepvries aan bijna 800 superettes aangesloten bij de eigen formule Panier Sympa en bij de licenties Coccinelle, Coccimarket, Épi Service en VivÉco, met oppervlaktes van 80 tot 400 m². De zelfstandige uitbaters hebben keuze uit een breed assortiment producten van nationale merken, huismerken zoals Belle France en discountmerken. Ze genieten een grote mate van vrijheid in het beheer van hun winkel en kunnen rekenen op advies bij prijszetting en ondersteuning van o.a. marketingcommunicatie, assortimentsbepaling, renovatie en inrichting. Codifrance belevt ook circa 2.200 zelfstandige handelaars en grossisten verspreid over driekwart van het Franse grondgebied.

- **2004:** overname Panier Sympa en licentiehouders van Coccinelle en Coccimarket
- 2023:** overname Degrenne Distribution, inclusief de enseignes Épi Service en VivÉco

 **221** Coccimarket
 **208** Épi Service
 **176** Panier Sympa
 **120** VivÉco
 **61** Coccinelle

 **Meer dan 8.000** referenties

 **Meer dan 350** medewerkers in VTE

 **55 ans d'expérience dans la distribution alimentaire des commerces de proximité**

 **codifrance.fr**



Positief over de hele lijn

Codifrance boekte een forse omzettoename, deels dankzij organische groei en vooral door de overname van Degrenne Distribution in juli 2023. Ook de rentabiliteit ging verder op vooruit, mede dankzij volgehouden kostenbeheersing en een historisch laag aantal wanbetalers.

Sinds corona blijven de buurtwinkels populair bij de Franse consument én belangrijk voor het sociale weefsel, hoewel ze in de tweede boekjaarhelft wat meer concurrentie ondervonden van de straffe promoties bij de e-commerce en de hypermarkten. Codifrance investeert verder in initiatieven die het welzijn en het engagement van zijn medewerkers ten goede komen, wat resulteert in een verloop ver beneden het nationale gemiddelde.

Degrenne Distribution succesvol geïntegreerd

- De in juli 2023 overgenomen familiale groothandel Degrenne Distribution werd begin december volledig in Codifrance opgenomen. Tot ieders tevredenheid werd aan de integratie van de 140 medewerkers de nodige zorg besteed, in lijn met de identiteit, cultuur en waarden van de groep.
- De fusie werd ook goed onthaald door de clientèle van Degrenne en leidde zelfs tot instroom van nieuwe klanten.
- Om de continuïteit en groei te verzekeren, werd in eerste instantie werk gemaakt van een betere bezetting in de logistieke keten en van kostenbesparende synergieën in transport. Andere opportuniteiten zullen in de loop van het boekjaar 2024/25 vruchten beginnen afwerpen.
- Codifrance wil zijn winkelnetwerk verder laten groeien met kwalitatieve lokale handelszaken gerund door gepassioneerde en ondernemende uitbaters.

Versterkte positie

- Degrenne Distribution was net als Codifrance aangesloten bij de **aankoopvereniging Francap** en verdeelde dezelfde huismerken, waaronder Belle France en Les Délices de Belle France. Vertrouwde merken dus voor de aangesloten winkeliers en hun klanten, wat mooi meegenomen is voor de continuïteit van de activiteiten. Bovendien heeft Codifrance zijn positie binnen de aankoopvereniging versterkt.
- De activiteiten van Degrenne zijn perfect complementair met die van Codifrance, dat met de overname zijn aanwezigheid in het noordwesten van Frankrijk en in de regio Île-de-France aanmerkelijk versterkt. Codifrance beschikt nu over twee grote distributiecentra van 20.000 en 25.000 m².



Het foodservicebedrijf Solucious levert in heel België voedingsartikelen en near-food aan professionals, met focus op horecabedrijven, ziekenhuizen, cateraars, scholen, bedrijven en overheidsdiensten. Het brede assortiment omvat 13.000 producten in vers, droog en diepvries, van nationale distributeurs- en foodservicemerken, evenals de huisk merken Everyday, Boni Selection, Culino en Econom.

Solucious biedt zijn klanten betrouwbaarheid en gemak tegen de beste prijzen. Op het e-commerceplatform kunnen ze dankzij zoekfuncties, favorietenlijsten en persoonlijke bestelgeschiedenissen eenvoudig en snel bestellingen plaatsen.

In Wallonië verzorgt Valfrais foodservice, terwijl Culinoa zorginstellingen begeleidt bij de uitbating van hun grootkeuken.

- **2013.** Overname Culinoa in 2021, overname Valfrais in 2024

 **EUR 273 miljoen** omzet (+26,0%)

 Aantal klanten **25.000**

 **13.000** referenties, in food, vers en diepvries

 **Meer dan 800** medewerkers in VTE

 **Making food service easy**

 **solucious.be**



Sterke groei houdt aan

Solucious trok de lijn van de jongste jaren door en boekte zowat een kwart meer omzet, deels gedreven door inflatie maar vooral door gestegen verkoopvolumes. De gestructureerde horecaketens en de vrijetijdssector groeiden het sterkst. Ook de sociale restauratie deed het goed, vooral in onderwijsinstellingen en ziekenhuisgroepen. De bedrijfscatering haalde terug het pre-corona niveau, ondanks het blijvende thuiswerk. De afdeling Culinoa realiseerde een belangrijke omzetsijging, terwijl het overgenomen Valfrais dankzij gunstiger aankoopvoorwaarden zijn marges al kon optrekken. Met het oog op toekomstige groei, werd er in Lot een nieuwe hal van 12.000 m² in gebruik genomen.

Valfrais: verankering in Wallonië

- Begin 2024 nam Solucious het familiebedrijf Valfrais over, een belangrijke foodservicespeler uit Bastogne met vooral horecaklanten in Wallonië en het Groothertogdom Luxemburg.
- Valfrais wordt geleidelijk aan geïntegreerd in Solucious. De overname stelt Solucious in staat om **snel** maar **gecontroleerd** te **groeien** in een consoliderende markt, met potentieel voor synergie en kennisuitwisseling. Solucious versterkt zijn positie in Wallonië dankzij de extra logistieke site, de kennis van de regionale assortimenten en het netwerk van contacten.

Making food service easy

10-jarig bestaan

Solucious vierde zijn tiende verjaardag met een event voor klanten en businesspartners, de gelegenheid om zijn troeven nog eens in de verf te zetten, alle contacten samen te brengen en te inspireren.

De slagzin 'A taste for solutions' werd vervangen door '**Making food service easy**', die de belofte van Solucious helemaal samenvat. Ook het logo en de huisstijl kregen een opfrisbeurt.

Beste Belgische foodservicegrossier

Solucious werd door het Belgische kennisnetwerk **Foodservice Alliance** bekroond tot beste foodservicegrossier van het land. Meer dan 2.000 horeca-ondernemers beoordeelden hun grossiers op service, assortiment, promoties, communicatie en imago. Solucious werd geprezen als "klantgerichte organisatie met heel gebruiksvriendelijke bestelsystemen, flexibele leveringen, een hoge bereikbaarheid en een scherp prijsimago". Daarnaast behaalde het bedrijf als enige in de sector het gerenommeerde **IFS Wholesale-certificaat** voor kwaliteit en voedselveiligheid, nog een stapje verder dan ISO-certificering.

Betrouwbaarheid voorop

Solucious gaat prat op betrouwbare dienstverlening, zodat de klant effectief en tijdig ontvangt wat hij bestelt. Specifiek voor horecaklanten leverde het inspanningen voor nog meer flexibiliteit, zonder in te boeten aan betrouwbaarheid. Zo kunnen zij nu tot 11 uur 's morgens verse producten bestellen om die de volgende dag geleverd te krijgen. Loopt er toch iets fout, dan kunnen de klanten rekenen op '**SOS Solucious**', dat met twee gekoelde bestelwagens de dag zelf nog het ontbrekende bezorgt.

Duurzame, lokale verankering

Solucious draagt zijn steentje bij om duurzamer te ondernemen en engageert zich graag voor de lokale gemeenschap.

- Een vijftigtal medewerkers en gezinsleden hielpen ruim **410 bomen planten**, in samenwerking met de gemeente Bornem en Huize De Steiger, dagcentrum voor volwassenen én klant. Solucious financierde de helft van de bomen, als compensatie voor de CO₂-uitstoot van zijn klantenevent.
- Op de site in Bornem opende het grootste **publieke laadplein** van Klein-Brabant, geschikt voor 25 wagens en toegankelijk voor medewerkers, bezoekers én omwonenden.
- Voortaan zorgt een duurzaamheidscoördinator ervoor dat **duurzaamheid prio** is bij alle initiatieven.
- De vijf **elektrische koelwagens** zijn operationeel en rijden op 100 % groene, lokaal opgewekte stroom.
- Na Gent, Brussel, Antwerpen en Luik wordt er ook met de **fiets geleverd** in Mechelen en Leuven. Dagelijks vinden er gemiddeld een tachtigtal fietsleveringen plaats, goed voor ruim 8% van alle bestellingen.

Samen sterk in b2b

Solucious werkt intensiever samen met interne partners om de b2b-markt te benaderen en zakelijke klanten nog beter van dienst te zijn met een gezamenlijk, complementair aanbod. Een primeur binnen deze nieuwe groepsambitie was de deelname samen met Colruyt Professionals aan Horeca Expo 2023 in Gent, waar ook Culinoa, Bike Republic en Bio-Planet present waren. In maart 2024 namen al deze partners en ook Valfrais deel aan de Waalse horecavakbeurs Horecatel.





Virya Energy legt zich toe op de ontwikkeling, financiering en exploitatie van projecten op het gebied van energietransitie. Het bedrijf, gevestigd in België, is eind 2019 opgericht door Colruyt Group en de meerderheidsaandeelhouder Korys.

Virya Energy is actief in de volledige waardeketen van duurzame energie. Dit omvat de productie van groene energie in Europa via Eoly Energy en Eurowatt, in Azië via Sanchore en een meerderheidsbelang in Constant Energy, alsook de distributie van energie via DATS 24.

Virya Energy is ook betrokken bij de ontwikkeling van projecten voor duurzame waterstof via Virya H2. Het bedrijf heeft belangen in dienstverleners aan de offshore-industrie, waaronder GEOxyz, dotOcean en Marlinks.

Virya Energy draagt in grote mate bij aan de ambities van Colruyt Group in het vakgebied energie, zoals zero-emissie transport.

° 2019

Participatie: 30,00%



Korys hoofdaandeelhouder

Vanaf de oprichting in 2019 hield Colruyt Group een belang aan van ongeveer 60% in Virya Energy. Eind maart 2024 verkocht de groep een deel daarvan aan Korys, de investeringsmaatschappij van de familie Colruyt. Daardoor daalde de participatie van de groep in Virya Energy tot 30%, terwijl Korys met zijn participatie van 70% hoofdaandeelhouder werd. Colruyt Group blijft een van de grootste klanten van Virya Energy, ondersteunt verder de groeiplannen van de energieholding en zet samen verdere stappen in de energietransitie.

Focus van offshore naar onshore

In juli 2023 rondde Virya Energy de verkoop af van zijn offshore windenergieplatform Parkwind aan de Japanse energiegroep JERA Green. Met die transactie alsook de instap in Constant Energy heeft Virya Energy zijn focus verlegd van hoofdzakelijk offshore naar uitsluitend onshore energieproductie. Het wil daarin verder investeren en diversifiëren met andere technologieën dan wind, zoals zonne-energie en waterstof, en uitbreiden naar nieuwe activiteiten en locaties in Europa en Azië. Een deel van de verworven cash uit de verkoop van Parkwind wordt daarvoor aangewend.

1. Hernieuwbare energieproductie

Diverse bedrijven in de portfolio van Virya Energy produceren groene stroom met windparken op land, zonneparken en waterkrachtcentrales. Virya Energy consolideert alle kennis en expertise en stimuleert uitwisseling ervan binnen de portfolio. De energiecentrales produceren stroom voor het publieke net of rechtstreeks voor grote corporate klanten.

De business units werken ook een gezamenlijk b2b-aanbod uit, om samen met de klant een duurzaam ecosysteem mee vorm te geven. Dat kan gaan van ontwikkeling en bouw van energie-installaties op het bedrijfsterrein tot oplossingen voor lokale energieopslag en -consumptie. Doel is de eindgebruikers *fit for purpose* energie te leveren, in de juiste vorm en op het juiste moment, hen te begeleiden in hun transitie naar hernieuwbare energie en hun energie-autonomie te vergroten.

EOLY

Eoly Energy

Eoly Energy is actief op de Belgische energiemarkt met 24 onshore windturbines, waarvan drie in eigendom van Eoly Coöperatie. Het bedrijf levert stroom aan het net, aan diverse bedrijven van Colruyt Group en aan almaar meer andere corporate klanten.

In 2023 werd er ruim 126 GWh groene stroom geproduceerd. Deze goede resultaten waren mede te danken aan de hoge beschikbaarheid van de turbines en het goede windjaar.

Eoly Energy werkt aan de ontwikkeling van bijkomende windprojecten op een tiental locaties. Tegelijk komen de oudste windparken stilaan aan het eind van hun subsidieperiode of van hun technische levensduur. Daarbij gaat het bedrijf maximaal voor een doorstart op bestaande sites via *repowering*: de oude turbines vervangen door nieuwe (met een groter vermogen) of de levensduur ervan verlengen met nieuwe onderdelen.

CONSTANT ENERGY

Constant Energy

In juli 2023 verwierf Virya Energy een belang van 75% in Constant Energy, een gerenommeerd Singaporees platform voor hernieuwbare energieproductie, -opslag en -verdeling. Het bedrijf heeft heel wat expertise in de ontwikkeling, financiering, bouw en exploitatie van *rooftop* zonne-installaties op de terreinen van industriële klanten in Zuid-Oost Azië. Die engageren zich om de opgewekte stroom af te nemen via langlopende contracten (*corporate power purchase agreements*).

Met meer dan 120 megawatt productievermogen en een behoorlijk groeipotentieel in beheer is Constant Energy een meerwaarde voor de portfolio van Virya Energy. Deze eerste investering buiten Europa is meteen ook een belangrijke stap in de solar-markt. Virya Energy verwacht significante kruisbestuivingen te realiseren tussen het nieuwe Aziatische platform en de Europese portfoliobedrijven Eurowatt en Eoly.



Eurowatt

Eurowatt is een onafhankelijke producent van onshore wind-, zonne- en waterkrachtenergie, voornamelijk actief in Frankrijk maar ook elders in Europa. Het bedrijf beheert 37 installaties met een totaal geïnstalleerd vermogen van 446 MW. Deze installaties produceerden in 2023 zowat 1,132 TWh groene stroom. Eurowatt zet volop in op ontwikkeling van grootschalige energiecentrales in Frankrijk, Polen en Griekenland.





2. Duurzame waterstof via Virya H2

Virya H2 ontwikkelt duurzame waterstofprojecten, aangezien waterstof een essentiële rol zal spelen in de energietransitie, als grondstof voor de industrie (cement, staal, farma, chemie, food, ...) en als brandstof voor onder meer zwaar transport, logistiek en scheepvaart. Virya H2 heeft sinds 2007 samen met Colruyt Group heel wat expertise opgedaan in de productie van groene waterstof, de distributie en het gebruik ervan in mobiliteitsoplossingen. Daarnaast ontwikkelt, financiert en bouwt Virya Energy waterstofcentrales op industriële schaal, die met groene stroom en via elektrolyse duurzame waterstof produceren.



Hyoffwind in Zeebrugge is een productie-eenheid van 25 MW, die stroom krijgt via netbeheerder Elia. De site zal tegen eind 2027 waterstof leveren voor industrie en transport en voor rechtstreekse injectie in het Fluxys-aardgasnetwerk. Medio 2024 waren de vereiste vergunningen voor de bouw van de centrale binnen.

Ook in Nederland lopen er gelijkaardige projecten. In Terneuzen ontwikkelt Virya H2 een waterstofproductiesite met een vermogen van 25 MW, die vanaf 2027 operationeel zal zijn. Virya H2 is voor de helft eigenaar, de andere helft is in handen van het Nederlandse investeringsplatform DHYVE, waarin ook Virya participeert. Via DHYVE is Virya ook betrokken bij de ontwikkeling van een waterstoffabriek in Vlissingen en bij andere projecten in Nederland en Duitsland.

DATS 24

3. Distributie van energie via DATS 24

DATS 24 levert energie voor thuis, onderweg en op het werk, via onder meer een uitgebreid netwerk tankstations en laadpunten. Het bedrijf gaat voor duurzamere mobiliteit en energie, met de grootste aandacht voor vakmanschap en klantentevredenheid. DATS 24 investeert continu in de mobiliteit van de toekomst en vergroot gestaag zijn netwerk elektrische laadpunten. Zes publieke waterstofstations maken rijden op waterstof stap voor stap toegankelijker.

Particuliere klanten kunnen vlot mobiel tanken en laden via de Xtra-app, professionals beschikken over een aparte app en een klantenportaal voor het beheer van alle administratie.

Fossiele brandstoffen

Via een Belgisch netwerk van meer dan 145 tankstations verdeelt DATS 24 alle courante brandstoffen tegen competitieve prijzen, inclusief AdBlue en aardgas (CNG). DATS 24 wil toonaangevend blijven in kwaliteit, veiligheid, gebruiksgemak en rentabiliteit, en de opbrengsten deels herinvesteren in de transitie naar elektrische mobiliteit.

Elektrische mobiliteit

DATS 24 wil de komende jaren in België zowat 10.000 private en (semi-)publieke laadpunten installeren, voldoende om 100.000 elektrische auto's te laden. Zo wil het de grootste aanbieder worden van elektrische laadinfrastructuur, inclusief stroomvoorziening, onderhoud enz. Eind 2023 opende op de parking van een Colruyt-winkel een eerste laadplein met tien laadpunten, waarvan zes snelladers. Deze dynamische oplossing verdeelt het beschikbare vermogen optimaal over alle aangesloten wagens. Midden 2024 waren er al laadpleinen geïnstalleerd naast vier winkels, in nauwe samenwerking met de partners Pluginvest en Colruyt Group Technics.

Energieleverancier voor particulier en b2b

DATS 24 levert aardgas en 100% groene stroom aan particuliere en corporate klanten in Vlaanderen en Wallonië. Zij kunnen rekenen op voordelige (variabele) tarieven en op termijn ook dynamische tariefformules, afgestemd op het individuele verbruikspatroon. Het eenvoudige en transparante energieaanbod kreeg van consumentenorganisatie Testaankoop in 2023 het label 'Beste van de test'.

100% geïntegreerd

Sinds juni 2023 maakt DATS 24 integraal deel uit van Virya Energy. De krachtenbundeling is nodig om relevant te blijven in een snel veranderende energiemarkt. De integratie van expertise creëert grote meerwaarde, aangezien DATS 24 en Virya Energy complementair zijn in de volledige energiewaardeketen. DATS 24 blijft bestaan als merk en ook bijdragen aan de realisatie van de strategische doelstellingen van Colruyt Group.



4. Dienstverlening via Virya Services

Virya Services bundelt de belangen van Virya Energy in diverse dienstverleners voor de offshore industrie. Zij bieden windparken ondersteuning voor en tijdens de ontwikkeling, en later voor onderhoud, herstelling en beveiliging.

GEOxyz is gespecialiseerd in bodemonderzoek en -monitoring. Het presteert sterk in een boemende markt, dankzij hoge operationele efficiëntie en prima relaties met parkontwikkelaars, nutsbedrijven en overheden.

Fluves en **Marlinks** zijn gespecialiseerd in de permanente monitoring van onder meer pijpleidingen en stroomkabels, terwijl **dotOcean** locatiesoftware en systemen ontwikkelt voor o.a. autonome navigatie.

Symeta Hybrid is de Belgische marktleider in (gepersonaliseerde) marketingcommunicatie en transactionele communicatie, of administratieve documentstromen zoals facturen en loonstaten. Het bedrijf beschikt over de modernste printtechnologie en een performant informatie-managementplatform met de hoogst mogelijke beveiliging van vertrouwelijke data.

Symeta Hybrid bedient zowel interne als externe klanten⁽¹⁾ in uiteenlopende sectoren zoals HR, finance, zorg, nutsbedrijven, telecom, overheid en industrie. Het bedrijf beschikt over de ISO-certificaten 14001 (milieu), 9001 (productie) en 27001 (informatieveiligheid).

(1) De externe omzet is opgenomen onder 'Overige activiteiten'.



Omzet stabiel, marges onder druk

In een aanhoudend sterk concurrentiële markt kon Symeta Hybrid zijn omzet bij externe klanten gestaag doen groeien. Ruim de helft van de productie was voor rekening van externe klanten, de rest voor partners binnen de groep.

Enerzijds is de creatie van gedrukte marketingcommunicatie voor de winkelformules van de groep en externe klanten de jongste twee jaar met zowat 30% gekrompen. Verschillende klanten schrapten folders, verlaagden de periodiciteit of de oplage, onder meer als reactie op de sterk gestegen papierprijzen. De normalisering van de prijzen in de loop van 2023 heeft echter niet geleid tot volumestijgingen.

Anderzijds realiseerde Symeta Hybrid een mooie omzetgroei in transactionele communicatie, vooral door het overnemen van printactiviteiten van grote klanten die hun eigen printroom stopzetten. Het voorbije boekjaar kwamen de marges wel onder druk te staan, deels door de sterke groei van het aantal scherp geprijsde tenderdossiers op de transactionele markt.

Potentieel in digitaal en b2b

- Symeta Hybrid blijft sterk staan op de transactionele markt, waar het zowat 250 klanten bedient in sectoren als health, government, telecom en finance. Dankzij forse investeringen zijn de IT-infrastructuur en het dataplatform klaar voor de toekomst. Het bedrijf zal meer services voor het beheer van digitale documentstromen kunnen aanbieden en optreden als **orchestrator** die ook externe platformen en tools zoals Doccle, ItsMe en Digitaal integreert. Een sterke troef naar dataveiligheid toe is bovendien dat de twee fysieke sites als volledige back-up ingericht zijn.
- Symeta Hybrid ziet veel potentieel in een **intensievere samenwerking** met andere interne partners, zoals onze foodservicespecialist Solucious en Newpharma, om met een gezamenlijk Colruyt Group-aanbod de **b2b-markt** op te gaan.

- De jarenlange ervaring met dematerialisatie voor Colruyt Group wordt ook extern gevaloriseerd. Een eerste project afgelopen boekjaar was het **digitaliseren** van 700.000 patiëntendossiers voor twee ziekenhuizen. Het inscannen van de dossiers werd intern verzorgd in samenwerking met een maatwerkbedrijf.

Beleving en inspiratie in de POS-showroom

Een nieuwe showroom toont zowat de volledige catalogus indoor en outdoor point-of-salesmateriaal, zoals displays, spandoeken en stickers. De ruimte biedt volop inspiratie voor het aankleden van verkooppunten maar ook voor visuele communicatie en signalisatie in bijvoorbeeld ziekenhuizen en zorginstellingen. Symeta Hybrid realiseert een mooie omzet als provider van totaalpakketten, al wordt een groot deel van de materialen extern geproduceerd.

◦ **2020:** fusie Symeta en Joos Hybrid

 **Meer dan 250** medewerkers in VTE

 symeta-hybrid.com



Groepsondersteunende activiteiten

Van IT over techniek tot productie: Colruyt Group heeft heel wat expertise in huis ten dienste van de interne partners, medewerkers en klanten. Hierna vindt u een selectie groepsondersteunende activiteiten en realisaties van afgelopen boekjaar.

Colruyt Group is de enige Belgische foodretailer met industriële productieafdelingen, gegroepeerd onder Colruyt Group Fine Food.

Meer dan 1.200 medewerkers (in voltijdsequivalent) op negen productiesites verwerken vlees, maken smeersalades, versnijden en verpakken kaas, bottelen wijn, branden koffie en bakken brood. De producten gaan in verkoop onder eigen merken zoals Colruyt Beenhouwerij, Boni Selection, Everyday en Spar.

De productie in eigen beheer en de jarenlange expertise laten toe om kostenefficiënt te werken, constante kwaliteit te garanderen en meerwaarde te creëren voor onze merken en klanten. We inspireren onze winkelformules ook met innovaties die bijdragen aan de realisatie van hun strategie.



Stabiele tot licht grotere volumes

- Fine Food draaide stabiele tot licht grotere productie-volumes. Door de stabiliserende grondstofprijzen en mildere inflatie kon het weer een groter aandeel van zijn kosten doorrekenen en konden de **marges** zich **herstellen**.
- De **bakkerijafdeling** realiseerde de grootste volumestijging, mede door het succes van het in 2022 geïntroduceerde afbakbrood bij Okay, dat tegen eind 2024 al het brood ter plaatse wil afbakken. Ook in enkele testwinkels van Colruyt werd het afbakbrood goed onthaald.
- Het verse **vlees** liep licht terug, terwijl de volumes charcuterie en smeersalades toenamen, mede door de uitbreiding van het assortiment met mayonaise en aardappelsalades. De **welzijnskip** wordt nu volledig gevaloriseerd, wat het verlies tot het minimum beperkt. Fine Food biedt al plantaardige spreads aan en werkt zo mee aan de **eiwittransitie** of de bredere shift van dierlijk naar plantaardig.
- De **koffieproductie** steeg sterk, mede doordat de consument reageerde op forse prijsstijgingen bij de nationale merken en vaker huismerken koos. Fine Food dingt voor het eerst mee naar een tender om private-labelkoffie te produceren voor een buitenlandse retailer. De vernieuwing van de productielijn voor pads zal toelaten om alle extern geproduceerde volumes binnen te halen.

Investeringen in infrastructuur

- De ruwbouwwerken voor een nieuwe **kaasafdeling** in Halle zijn gestart medio 2023 en zitten op schema voor de geplande oplevering begin 2025. De site zal alle kaasactiviteiten groeperen en de modernste technologie inzetten voor versnijding, verwerking en verpakking. De verhuis laat ook toe om verdere logistieke groei op te vangen. Zo komt er in het distributiecentrum voor groenten en fruit plaats vrij voor een nieuwe automatische orderpicker. De hal is modulair gebouwd, met potentieel voor alternatieve bestemmingen in de toekomst.

- Tegen eind 2023 was de **gevogelteproductie** in Wommelgem volledig afgebouwd en verhuisd naar Halle. De centralisatie van deze activiteiten zorgt voor synergie en efficiënter transport tussen onze productie- en distributiecentra. Meer dan de helft van de medewerkers konden binnen de groep aan de slag blijven.
- De bakkerij experimenteert met de productie van **zuurdesembrood**, dat langer rijst maar weinig infrastructuraanpassing vereist. Als het zuurdesembrood na de introductie bij Okay echt aanslaat, kan een aparte productielijn overwogen worden.
- De wijnafdeling nam een nieuwe machine in gebruik die flessen van de pallet afneemt, geschikt voor zowel eenmalige als retourflessen.

Inzetten op operationele excellentie

Fine Food definieerde een totaalprogramma om zijn organisatie, processen en systemen klaar te maken voor digital manufacturing en een voorloper in de voedingsindustrie te worden, met continu **zicht op data**, **hoge productkwaliteit** en **betere service** voor de partners. De SAP-software zal grote hoeveelheden data van de productielijnen gebruiken om ze efficiënter aan te sturen. Het pakket zal in het voorjaar van 2025 pilootdraaien op één kaaslijn en vanaf het najaar uitgerold worden over 2 productiesites, gevolgd door de overige sites. Het programma zal de operationele excellentie sterk verbeteren en leiden tot een efficiëntere inzet van de middelen. Een sterkere productgeoriënteerde organisatie zal ook de ambities ondersteunen om verder te groeien in zowel assortiment als in de b2b-markt.

-  **3.060 ton spreads geproduceerd**
-  **42.500 ton vlees verwerkt**
-  **17.950 ton kaas verpakt**
-  **7.300 ton koffie gebrand**
-  **21,1 miljoen liter wijn gebotteld**
-  **37,3 miljoen broden gebakken**

Van herbruikbare naar eenmalige flessen

De wijnbottelarij schakelt geleidelijk over van retourflessen (met statiegeld) naar eenmalige flessen. Die mogen na gebruik in de glascontainer en hoeven niet naar de winkels teruggebracht worden, wat de logistieke last voor retour, verwerking en opslag sterk vermindert. Het schrappen van het wasproces bespaart ook heel wat water, energie en detergent.

Investeren in de landbouw

Colruyt Group investeert al jaren bewust in de Belgische landbouw, om de productie en het bijhorende vakmanschap in eigen land te verankeren. Als Belgische retailer willen we onze klanten maximaal producten van hier aanbieden, in voldoende volume, met een gegarandeerde kwaliteit en tegen een correcte prijs. Daarom werken we op diverse manieren samen met de Belgische landbouwers en investeren we ook in eigen productie. Onze groep is een van de belangrijkste afnemers van de Belgische landbouw. We kopen maximaal aan in België en vullen pas aan vanuit het buitenland wanneer er hier onvoldoende volume beschikbaar is of het product hier niet geproduceerd wordt. Vlees, melk en eieren in onze winkels zijn bijna 100% Belgisch, voor groenten en fruit is dat ruim driekwart.

Uiteenlopende vormen van samenwerking

Met Colruyt Group nemen we producten af van liefst 6.000 Belgische landbouwbedrijven. We zetten ook diverse **modellen voor directe samenwerking** op met de Belgische landbouwers, waar zij als zelfstandig ondernemer instappen, individueel of in coöperaties. Momenteel werken we rechtstreeks samen met zowat 600 Belgische bedrijven, waaronder aardappel- en fruittelers, melk- en rundveehouders. Onder meer dankzij systemen voor gegarandeerde afname bieden we de landbouwers een stuk zekerheid en perspectief op duurzame groei.

Samen met landbouwers en andere partners in de agrovoedingsketen zetten we ook volledig nieuwe ketens op, bijvoorbeeld voor biologische baktarwe, welzijnskip en bio-varken. In deze intensieve samenwerkingen bundelen we heel wat expertise en creëren we samen nieuwe opportuniteiten voor innovatie en verduurzaming.

Zelf produceren

De jongste jaren investeren we ook in eigen productiefaciliteiten, met het oog op een lokale en duurzame voedselproductie.

Onze **zeeboerderij** voor de Belgische



kust leverde in de zomer van 2024 een tweede verkoopbare oogst hangcultuurmosselen, zowat acht keer meer dan in 2023. De kwaliteitsmosselen werden opnieuw aangeboden in onze Cru-markten, en ook in de Cuit-eethuizen en enkele horecazaken. We ondersteunen de verdere opschaling en professionalisering van de installatie met extra medewerkers en middelen. In Henegouwen hebben we een biologische **wijngaard** van bijna 10 hectare aangelegd. In 2025 oogsten we de eerste druiven, in 2027 willen we voldoende wijn produceren voor een beperkte verkoop. Tegen 2030 willen we ruim 77.000 flessen kwaliteitswijn produceren en bottelen in onze eigen bottelarij in het nabijgelegen Ghislenghien. Met de wijnbouwactiviteit komen we tegemoet aan de groeiende vraag naar kwalitatieve Belgische wijn.

Eigen gronden voor landbouw

Voorts hebben we een 570 hectare **landbouwgrond** in portefeuille, die we ter beschikking stellen van zelfstandige landbouwers. Het Zilverleen in het West-Vlaamse Alveringem is zelfs een volwaardige boerderij met 32 hectare biologische landbouwgrond, waarvan de oogst hoofdzakelijk naar Bio-Planet gaat.

Op eigen gronden bestaan er verschillende samenwerkingsvormen, allemaal in overleg en in alle transparantie met de landbouwers overeengekomen. Zo kunnen zij meer grond bewerken, hun machines kostenefficiënter inzetten en meer inkomsten genereren, zonder zelf te moeten investeren in grond. In Henegouwen lopen er **cultuurcontracten**, waarbij een twaalfstal landbouwers onze gronden aan marktconforme voorwaarden huren, voor teelten zoals aardappelen, wortelen of erwten. Deze courante praktijk biedt de landbouwers flexibiliteit en het volle eigenaarschap

over kwaliteit en bestemming van de oogst. Indien relevant kunnen wij die afnemen, eventueel als bevoorrechte partner. Bij die cultuurcontracten geven we samen met de landbouwer mee vorm aan teeltrotatie en initiatieven rond verduurzaming; iets wat niet mogelijk is bij verpachting. Als alternatief voor langlopende pacht sluiten we overeenkomsten van **onbepaalde duur** af. In Limburg werken we al enkele jaren intensief samen met de broers Odeurs, in Henegouwen sinds 2024 met Philippe Descamps. Deze structurele partnerships omvatten onder meer overleg over teeltkeuze, afname van de volledige oogst én het uitproberen van nieuwe teelten. Deze samenwerking is voor beide partijen heel leerrijk en laat ons toe om samen stappen te zetten in innovatie en verduurzaming.

Beperkt areaal

- Colruyt Group bezit circa 570 hectare landbouwgrond in België, op een areaal van 1,3 miljoen hectare. Hebben we interesse in beschikbare gronden, dan bieden we **conform de marktprijs** in de regio, wat de grondprijs op geen enkele manier beïnvloedt.
- We hebben geen ambitie om zo veel mogelijk grond te verwerven. Feit is wel dat landbouwgrond alsmat populairder wordt, ook bij natuurorganisaties, industriële bedrijven en bemiddelde particulieren. Daarom willen we niet afzijdig blijven en landbouwgrond aankopen als de opportuniteit zich voordoet. Zo garanderen we dat (kwalitatieve) **landbouwgrond effectief landbouwgrond blijft**.
- Eigen grond is ook een **hefboom voor verduurzaming** van de landbouw, bijvoorbeeld op het vlak van bodemgezondheid. Zo testen we innovatieve teelten en nemen we de bijhorende risico's op ons, wat voor landbouwers zelf vaak niet haalbaar is.



Colruyt Group IT ondersteunt de groep op het vlak van IT en procesoptimalisatie, volgt technologische en innovatieve ontwikkelingen op de voet en vertaalt die naar de noden van de interne partners. De organisatie levert niet alleen tools maar ook all-in services: van de bouw en implementatie van IT-oplossingen op maat, over beheer, support en onderhoud tot updates ervan. Colruyt Group IT scant proactief de markt, probeert nieuwigheden uit en bouwt prototypes om zijn partners te inspireren. De organisatie telt meer dan 1.600 medewerkers (in voltijdsequivalent), waarvan ruim 600 in India, aangevuld met een 275-tal externe krachten.

India breidt uit

- De IT-afdeling in India opende begin april een extra kantoor in Coimbatore, een stad op twee uur vliegen van het kantoor in Hyderabad. Coimbatore biedt toegang tot andere universiteiten en een extra pool potentiële medewerkers.
- Colruyt Group India vangt al 16 jaar de schaarste aan IT-talent in België op en draagt bij aan de kostenbeheersing op groepsniveau. De afdeling blijft groeien en wil in de toekomst nog meer services leveren om de **duurzame groei** van de groep te ondersteunen.
- De afdeling neemt vanaf 2024 de verdere ontwikkeling van de Xtra-app en website over van de externe partner die er sinds 2019 voor instond, met het oog op **kostenefficiëntie** en risicobeheersing. Daartoe zal het vijftigkoppige team stapsgewijs opgeschaald worden tot het dubbele in 2025.
- Colruyt India staat mee in voor het onderhoud van de IT-infrastructuur (hard- en software) en garandeert zo de **continuïteit** van de systemen voor de business. Dat onderhoud moet vaak buiten de courante werkuren in België gebeuren, wanneer de collega's in India net wel aan de slag zijn. Meegenomen, zeker nu de vensters voor onderhoud van websites en applicaties almaar verkleinen doordat ze haast de klok rond in gebruik zijn.

Eigen datacenters (kosten)efficiënter

Colruyt Group beschikt al 10 jaar over zelf ontworpen en gebouwde datacenters, afgestemd op onze specifieke noden én kostenefficiënter dan huren of 100% cloudopslag. De datacenters verbinden IT-systemen in 198 racks met elkaar, zijn geconnecteerd met onze kantoren, distributiecentra en winkels en onderling verbonden met eigen glasvezelkabels. Deze schaalbare infrastructuur is complementair met een aantal cloudoplossingen en rechtstreeks verbonden met het internet. Bovenal garanderen

de datacenters een **vlot en veilig dataverkeer** en een (nagestreefde) beschikbaarheid van 99,999% voor onze systemen. De sites draaien volledig op lokaal opgewekte groene stroom. We handhaven er een temperatuur van 26,5°C en hebben enkel tijdens warme zomerdagen actieve koeling nodig. De warmte van de IT-systemen wordt gerecupereerd om de kantoren te verwarmen.

3.156 servers
8.000 kassasystemen
4.600.000 elektronische prijsetiketten

Talent aantrekken en houden

In een concurrentiële arbeidsmarkt nam IT heel wat initiatieven om nieuw talent aan te trekken én te behouden.

- Een veertigtal jongeren stapte in een **traineeship analyse**, een succesformule van de jongste jaren. Het gros van de deelnemers gaat effectief als analist aan de slag en blijft lang aan boord. Vroeger ging het vooral om nieuwe medewerkers, recenter ook om collega's uit andere afdelingen die zich willen heroriënteren.
- Job shadowing om collega's te laten proeven van de diverse jobmogelijkheden en eenjarige **loopbaantrajecten** richting een andere job.
- Deelname aan jobbeurzen en **netwerkevents**, intensieve samenwerking met het hoger onderwijs via gastcolleges, stages, werkpleklers en thesisbegeleiding.

Menselijke firewall

Met meer dan 33.000 medewerkers en tal van online kanalen en applicaties staat Colruyt Group bloot aan tal van bedreigingen. We investeren dan ook fors in cyberveiligheid en in een **veiligheidsstrategie** voor



de lange termijn. Cruciaal daarin is de classificering van onze data volgens o.a. belang en graad van vertrouwelijkheid en het installeren van de gepaste beveiligingsprocessen. Los daarvan zetten we continu in op bewustmaking van onze medewerkers, om samen een menselijke firewall tegen cybercriminaliteit te vormen.

Sneller en efficiënter opleveren

De nieuwe organisatie **Digital Factory** staat in voor het bouwen, runnen en beheren van alle digitale kanalen en services voor de business. Het gaat om tientallen websites en mobiele applicaties, waaronder de Xtra-app. In Digital Factory bundelen een tweehonderdtal data- en IT-experts de krachten voor een snellere en efficiëntere oplevering van nieuwe producten en meer gebruiksgemak voor de klant, in nauwe samenwerking met de business.

People & Organisation coördineert en ondersteunt het medewerkersbeleid van Colruyt Group. Meer dan 400 medewerkers (in voltijdsequivalent) zorgen ervoor dat Colruyt Group en zijn medewerkers uitgroeien tot de beste versie van zichzelf. P&O biedt verschillende services: van loonverwerking en rekrutering over preventie, medische dienst, juridisch advies en sociale relaties tot het beheer van het volledige aanbod formingen en opleidingen. Het HR-kenniscentrum werkt rond thema's als mens- en teamontwikkeling, remuneratie, persoonlijke groei, leiderschap, welzijn en vakmanschap. P&O zet almaar meer in op data en digitalisering, bijvoorbeeld met efficiënte selfservice applicaties die medewerkers meer autonomie geven om te werken en te ontwikkelen op hun eigen tempo.

Eén platform, veel leeroplossingen

Ons nieuwe digitale leerplatform Degreed verzamelt op één plek alle leeroplossingen, zowel eigen materiaal als externe websites, blogs, podcasts enz. Het slimme platform laat ons toe om te evolueren naar meer **gepersonaliseerde leerervaringen**. Zo stelt het medewerkers automatisch relevante inhoud voor op basis van hun profiel en van de competenties die ze verder willen ontwikkelen. Ze kunnen zelf ook items toevoegen of aanbevelen aan collega's.

33.000 collega's die ertoe doen

We rolden een nieuwe, grootschalige employer branding-campagne uit, met focus op de grote variatie in profielen en vakgebieden binnen de groep. Aanvullend liepen er campagnes voor specifieke profielen zoals verkoopmedewerkers, technici, IT-experts enz. De oproep 'Doede mee?' resulteerde in beduidend meer bezoekers op de jobsite en een grotere instroom van kandidaturen.



Interne mobiliteit stimuleren

We nemen heel wat initiatieven om de interne mobiliteit te faciliteren. In de loop van 2023 veranderden er 3.225 collega's van job binnen de groep.

- Zowat 440 medewerkers bezochten de interne **loopbaanbeurzen** voor kantoormedewerkers of voor verkoop, logistiek en productie.
- We verfijnden onze **oriëntatietrajecten** voor collega's die uitkijken naar iets anders en voor anderen die om bepaalde redenen hun job niet meer kunnen uitoefenen.
- Dankzij intensieve begeleiding kon het merendeel van de 192 medewerkers getroffen door de herstructurering van onze non-foodactiviteit in 2023 zich **heroriënteren** binnen de groep, bijvoorbeeld bij onze klantendiensten en interne helpdesk.
- En verder: interactieve **webinars**, vraag- en antwoordsessies met collega's, **jobmails** met relevante vacatures, **toolboxen** voor medewerkers en leidinggevenden ...

Jong talent aantrekken en behouden

Door intensieve campagnes naar bachelor- en masterstudenten konden we afgelopen boekjaar circa 240 jonge starters aanwerven.

- Deelname aan 27 **jobbeurzen** in studentensteden. Event voor afstuderende jongeren op de hoofdzetel.
- Tijdelijke **studieplekken** in kantoor Zwijnaarde voor blokkende studenten.
- Intensieve samenwerking met **partners, studentenverenigingen** en middelbare en hogere onderwijsinstellingen. Denk aan gastlessen, werkveldcommissies, bedrijfsbezoeken, ...
- Blijvende inzet op **duaal leren**, afwisselend op de werkvloer en op school.
- Tal van **stageplaatsen**, begeleiding van bedrijfsprojecten, bachelor- en masterproeven.
- Young Grads **Community** met 300 leden, voor onderlinge verbinding en vlotte integratie.

Colruyt Group Academy inspireert mensen in hun zoektocht naar een duurzamer en gezonder leven. De Academy heeft een breed aanbod lezingen en workshops vol inspiratie, beleving en verbinding, alsook geleide wandelingen, belevingsdagen voor het gezin en ontmoetingsdagen voor specifieke doelgroepen. Het digitale aanbod omvat zowel live webinars, democookings en workshops als *on demand content*, naast sessies die zowel fysiek als online te volgen zijn. De Academy beschikt over 10 leerhuizen verspreid over het land, waar wekelijks mensen en medewerkers samen komen om te ontdekken, te leren en te verbinden. Het magazine *Stay inspired* informeert en inspireert om bewust en gezond door het leven te gaan.



Inspireren en verbinden

Met de nieuwe missie "Mensen inspireren om elke dag opnieuw bewust en gezond te leven" wil Colruyt Group Academy de stem van de groep nog krachtiger laten horen. Het aanbod sluit nog beter aan bij thema's die Colruyt Group belangrijk vindt, zoals gezondheid, milieu en duurzaamheid. Zo helpt de Academy de strategie van de verschillende merken realiseren, inspelend op de leefwereld en noden van hun klanten. Tegelijk wil ze mensen verbinden en hen met praktische en haalbare tips empoweren om kleine stapjes te zetten in grote thema's.

Groeiend aanbod voor b2b

Bedrijven en organisaties vinden almaar vlotter de weg naar de Academy en boekten in 2023 een 120-tal (teambuilding)activiteiten, zoals kookworkshops. Ook de zaalverhuur zit in de lift, met of zonder catering, eenmalig of recurrent, op één of meerdere sites, ... Overdag benut Colruyt Group de leerhuizen frequent voor opleidingen, teambuilding en vergaderingen.

Familiedag rond bewuster leven

De belevingsdag 'Gerust CO₂-bewust' bood zowat 250 deelnemers bruikbare en budgetvriendelijke tips om klimaatbewuster te leven. De workshops, lezingen en gezinsactiviteiten werden ontwikkeld samen met Colruyt Laagste Prijzen, Bio-Planet, Bike Republic, DATS 24 en externe partners, wat de sterkte van de groep mooi illustreert. In een gelijknamig leertraject werden 20 deelnemers gecoacht om bewust klimaatvriendelijker te leven.

Focus op baby's en ouders

Jonge ouders en hun baby's vormen een belangrijke doelgroep voor Colruyt Group. De Academy speelt daarop in met een breed programma (online) lezingen en actieve workshops voor alle levensfasen, van pre- tot postnataal. Samen met trouwe partner Mums en Bubs werden er ook twee gezellige ontmoetingsdagen ontwikkeld voor jonge en aanstaande ouders, met focus op zelfzorg, voeding en beweging.

Nieuw leerplatform voor diabetici

De Academy ontwikkelde samen met de Diabetes Liga een online cursus om diabetici te ondersteunen bij het leiden van een gezonder leven. Het leerplatform telt een 20-tal video's waarin specialisten het hebben over het belang van voeding, beweging, slaap en stress. De cursus startte als proefproject in het Nederlands, in samenwerking met Bio-Planet, fitnessketen Jims en gezondheidsplatform Yoboo. De Academy stelde ook zijn keukens ter beschikking voor kooksessies met jonge diabetici.

19.000 boekingen voor LifeTalks

LifeTalks zijn inspirerende lezingen van een uur waarin gerenommeerde sprekers herkenbare onderwerpen aansnijden, online te volgen via YouTube Live. Het voorbije boekjaar kwamen er een twintigtal sprekers aan bod en werden er ruim 19.000 boekingen geregistreerd. Het concept slaat aan dankzij de kwaliteit van de sprekers en de live chat met vraag en antwoord. De sessies worden nadien nog veelvuldig bekeken en leiden soms tot nieuwe initiatieven, zoals een community op Facebook.





Creative dagkampen

In de zomer van 2023 vonden er voor de derde keer creatieve dagkampen voor kinderen van zes tot twaalf jaar plaats. Er was keuze uit 10 themadagen, van sportief over creatief tot wetenschappelijk, met spelletjes, kookopdrachten, zoektochten en knutselactiviteiten. Mooi meegenomen bij deze originele formule voor kinderopvang is dat de ouders op dezelfde locatie kunnen telewerken en dat de leerhuizen ook in de zomer benut worden.

De technische dienst is actief in België en Luxemburg. Ruim 1.500 medewerkers (in voltijdsequivalent) bieden een complete service, van studie en ontwerp over aankoop, bouw en installatie tot onderhoud en preventie. Niet enkel voor winkels, kantoren, datacenters, distributiecentra en productiegebouwen, maar ook voor voertuigen en machines. Technics en Real Estate kiezen voor innovatieve oplossingen en duurzame technieken, volgen de milieuhuishouding minutieus op en gaan vaak verder dan de wet.

Technische school rendeert

- Om de schaarste aan geschoolde techniciers op te vangen, runnen Technics en Real Estate al jarenlang een eigen technische school, uniek in de sector. De school voorziet onder meer bijscholing van technische medewerkers en basisopleidingen voor collega's uit andere afdelingen die zich willen heroriënteren. Daarnaast lopen er opleidingen voor nieuwe medewerkers zonder technische bagage, gerekruteerd op basis van hun leerpotentieel.
- Bijkomend wordt er ingezet op een structureel contact en samenwerking met scholen. Zo kunnen zowel jongeren als leerkrachten zich komen bijscholen, hun technische vaardigheden versterken en nieuwe technieken aanleren die relevant zijn voor de continu veranderende leerdoelen. Ervaren techniciers zorgen voor deskundige begeleiding, met waardevol advies en tips uit de praktijk.
- De school maakt gebruik van de modernste technieken, zoals VR. Op het programma staan tal van toekomstgerichte opleidingen zoals veiligheidscircuits, analytisch stoorzoeken, robotica, enz.

3.200 uur opleiding gegeven in boekjaar 2023/24

Automatisatie in non-food

- In mei 2024 werd op de logistieke site Ollignies een nieuwe hal van 22.000 m² in gebruik genomen. Ze staat in voor receptie, opslag en verzending van alle non-foodartikelen voor de Colruyt-winkels in België en Frankrijk, Okay en Bio-Planet.
- De site is sterk geautomatiseerd, met een gloednieuwe installatie geschikt voor het brede assortiment van traag roterende artikelen. De 'goods to man' automatisatie brengt de artikelen vanop 35.000 locaties via loopbanden naar twaalf werkposten. Daar zetten medewerkers de goederen over in bakken voor de winkels. De opstelling vereist minder mankracht en doet meer op een kleinere oppervlakte dan die in het oude magazijn. Samen met de (de)palletisatiebots en de automatische openklapper voor kratten, een grote verbetering van de **ergonomie, veiligheid en productiviteit**.
- Het gebouw werd helemaal in 3D uitgetekend, wat het bijvoorbeeld gemakkelijker maakt om potentiële clashes te detecteren tussen allerhande kanalen, leidingen, aan- en afvoeren. Bovendien kunnen zowel de bouwteams als de toekomstige medewerkers de ruimte en de automatisatie vooraf virtueel bezoeken.
- Het gebouw beantwoordt aan de recentste duurzaamheidsnormen en krijgt stroom van naastgelegen

windturbines en zonnepanelen op het dak. Er is ook een groot laadplein voor elektrische voertuigen en een waterstofstation voor vracht- en personenwagens.

Ombouw naar Comarkt: een huzarenstukje

Technics en Real Estate zetten alle zeilen bij voor de ombouw van 39 overgenomen Match- en Smatch-winkels naar de tijdelijke formule Comarkt. Meerdere teams gingen tegelijk aan de slag, zodat elke winkel maar een week hoefde te sluiten en ze op een zestal weken tijd allemaal omgebouwd konden worden. Het werk omvatte onder meer opruimen, schoonmaken, het plaatsen van nieuwe uithangborden, nazicht van de technieken, installatie van nieuwe kassa's, enz.

Vaste partner van DATS 24

Technics en Real Estate verzorgen voor DATS 24 alle technische aspecten van de elektrische **laadinfrastructuur** op centrale sites van Colruyt Group en op alle Colruyt-winkelparkings. Daarnaast kreeg een viertal winkels een extra laadplein met telkens 6 snelladers. Doel is om die laadpleinen verder uit te rollen.

Technics en Real Estate staan in voor het onderhoud van de zes publieke DATS 24-**waterstofstations** en assisteren de betrokken leveranciers. De dienst verzorgt interventies en onderhoudstaken, test doorlopend de waterstofkwaliteit en staat in voor de operationele rapportering, best uitdagend gezien de innovatieve techniek.

Op naar zero-emissie transport

Technics en Real Estate blijven fors inzetten op de vergroening van de volledige Colruyt Group-vloot en testen doorlopend diverse types emissievrije personenwagens, logistieke voertuigen, bestel- en vrachtwagens. Op de logistieke sites is de elektrische terminaltrekker de norm, terwijl er voor zwaar transport al een prototype waterstofftrekker en twee batterij-elektrische trekkers in gebruik zijn. Solucious gebruikt vijf elektrische koelvrachtwagens voor leveringen aan professionele klanten, terwijl Collect&Go aan huis levert met elektrische cargofietsen en bestelwagens.

De technische dienst heeft ook bouwvoorstellen lopen voor nieuwe waterstofstations en elektrische laadinfrastructuur met hoog vermogen, op maat van 44 ton vrachtwagens. **Pionierswerk**, dat in sommige gevallen aanpassingen van het regulatorisch kader vereist.



Vernieuwd veiligheids- en hoffelijkheidscharter

25 jaar na de introductie van het Veiligheids- en hoffelijkheidscharter werd beslist om het te vernieuwen, in samenspraak met de (eigen en externe) chauffeurs. De afspraken en engagementen werden aangepast aan de huidige context en sterk gediversifieerde transportneden: andere vormen van stedelijke beleving, meer elektrisch transport, meer levering aan huis, enz. Bovendien nam ook het aantal ritten enorm toe. De firma engageert zich om de chauffeurs de nodige middelen te geven om hun job optimaal en veilig te kunnen uitoefenen. De basisprincipes van het charter zitten in de opleiding van nieuwe chauffeurs en het charter komt ook later regelmatig aan bod.

De groep investeert ook in sensibilisering van het grote publiek. Chauffeurs gaan al jaren langs op scholen om de kinderen bewust te maken van de gevaren van de dode hoek en bereiken zo jaarlijks 10.000 schoolkinderen.



Real Estate

Real Estate vult de vastgoedbehoefte van de groep in voor winkels, kantoren, productie- en distributiecentra in België, Luxemburg en Frankrijk. Het team zoekt bouwgronden, zorgt voor alle omgevingsvergunningen, schrijft de lastenboeken en realiseert de ontwikkeling van de gebouwen. Real Estate zal zich voortaan ook richten op projectontwikkeling voor externe huurders actief in retail en logistiek.

De afdeling streeft naar optimale maatschappelijke en stedenbouwkundige integratie van de panden en realiseert de jongste jaren vaker gemengde projecten, die winkels combineren met woonfuncties.



Onze stichting van openbaar nut **Collibri Foundation wil jongeren in een maatschappelijk kwetsbare context meer kansen bieden op een betere toekomst.** Daartoe steunen we vormingsprojecten die jongeren een goede opleiding bieden (*educate*), helpen groeien als persoon (*develop*) en hun zin voor initiatief, samenwerking en ondernemerschap stimuleren (*empower*). Omwille van een maximale positieve impact stimuleert Collibri Foundation synergie en samenwerking tussen de partnerorganisaties alsook verbinding en uitwisseling tussen de jongeren. De groep financiert de werkingskosten en een groot deel van de projectuitgaven, de Koning Boudewijnstichting reikt de fiscale attesten voor de donateurs uit. Collibri Foundation is lid van de Belgische Federatie van Filantropische Stichtingen en neemt er een leidende rol in het delen van goede praktijken.

EUR 1.110.155,50 steun aan projecten

21 projecten

In 2023 werden er in **België** nieuwe partnerships afgesloten met vier organisaties: Story-me, Make it Work, Sport2Be en Rising You. De partnerships lopen over een periode van vijf jaar en brengen het totaal aantal projecten in ons land op 10.

In het **buitenland** lopen er 11 vormingsprojecten, waarvan er twee werden opgestart in de loop van 2023. De projecten zijn doorgaans gesitueerd in streken waar Colruyt Group deelneemt aan duurzame ketenprojecten, bijvoorbeeld voor de productie van koffie, honing en quinoa. Ketenprojecten genereren op relatief korte termijn economische impact, terwijl vormingsprojecten op langere termijn sociaal-economische impact opleveren. Tussen beide initiatieven kan er een verrijkende wisselwerking ontstaan.

Nieuw in Marokko

In de Marokkaanse regio Agdez/Zagora steunen we een opleidingsprogramma voor jonge plattelandsbewoners in een kwetsbare situatie. Zo willen we hen een kans geven op integratie in de arbeidsmarkt, hen ondersteunen bij het ontwikkelen van hun professionele vaardigheden en bij het opzetten van een eigen landbouwproject. In die streek loopt er ook een duurzaam ketenproject samen met een coöperatieve van dadeltelers, van wie Colruyt Group jaarlijks ongeveer 60 ton afneemt. De jongeren in opleiding zullen er stage kunnen lopen en inspiratie opdoen voor hun eigen projecten.

Nieuw in Congo

In de Kwango-regio van de Democratische Republiek Congo leidt onze partnerorganisatie YPARD werkloze jongeren op om lokale landbouwketens op te zetten. De teelt van o.a. honing en maniok kan een duurzaam alternatief vormen voor de gangbare houtskoolproductie en de bijhorende ontbossing. De deelnemende jongeren wonen in de buurt van het bebossingsproject N'Situ Pelende van Colruyt Group. Het projectteam daar werkt ook aan de ontwikkeling van lokale toeleveringsketens, die de jongeren na hun opleiding kunnen gebruiken om hun producten af te zetten.



Wisselwerking tussen jongeren en medewerkers

Om maximaal effect te sorteren, verleent de stichting haar vormingsprojecten behalve financiële middelen ook niet-financiële ondersteuning. Daarom betreft ze medewerkers van de groep bij de werking en brengt hen in contact met de jongeren. Alleen al door hun aantal en heel diverse competenties kunnen medewerkers een belangrijke rol spelen

in de niet-financiële ondersteuning. Bovendien doet het velen onder hen plezier een zinvolle bijdrage te kunnen leveren.

- Vier **Indonesische studenten** die een maand stage liepen in de firma logeerden bij medewerkers, een unieke ervaring voor allen. De twaalfde editie van deze stage kadert in een vormingsproject in Indonesië dat we steunen sinds 2003.
- Een dertigtal medewerkers neemt vrijwillig de rol op van **taalmmentor** en converseert twee keer per maand met een jongere, online of fysiek. Doel is de taalvaardigheid van de jongeren verbeteren en zo de drempel naar de professionele wereld verlagen.
- We ontwikkelen diverse pilootprojecten om medewerkers nog meer te betrekken en willen er tegen eind 2024 een **formeel kader** voor uitwerken.
- Een dertigtal jongeren ging als **jobstudent** in de firma aan de slag en kon zo een cruciale eerste werkervaring opdoen. Een aantal onder hen werkt nu doorheen het jaar als 'vaste' jobstudent.

Jongeren en partners verbinden

- Op de zevende editie van ons jaarlijkse event Tomorrow's Voices brachten we een tachtigtal mensen samen, vooral jongeren uit onze Belgische projecten, eigen medewerkers en mensen van 9 partnerorganisaties. De jongeren wisselden ideeën uit rond 'interculturaliteit', terwijl de partners kennismakten met onze vernieuwde strategie en met elkaar. Een leerrijke, verbindende en vrolijke dag!
- We organiseerden een inspirerende namiddag met onze Belgische partners, om informeel kennis te maken en samen met Colruyt Group CEO Stefan Goethaert stil te staan bij onze ambities voor 2024.