



XTRA

Xtra werd in 2017 opgezet als gemeenschappelijke klantenkaart en app voor de winkels en webshops van de groep. Sindsdien ontwikkelt Xtra zich tot een persoonlijke, digitale assistent.

° 1,4 miljoen downloads van de app



4,2 miljoen Xtra-klanten
Meer dan 500.000 gebruikers van de betaalfunctie



mijnxtra.be



Een gevarieerd dienstenaanbod

- Automatisch alle voordelen bij het winkelen, fysiek en online
- Eenvoudig tanken bij DATS 24, afrekening via domiciliëring
- Beheren van persoonlijke gegevens, folders en nieuwsbrieven
- Overzicht van de uitgaven per kasticket, maand, productgroep ...
- Barcodescanner voor productinfo (ingrediënten, Eco-score, Nutri-Score ...)
- Boodschappenlijstjes, ook gesorteerd volgens de winkelindeling
- Winkelzoeker, voedingsvoorkeuren, garantiebewijzen en vouchers ...

Punten sparen voor het milieu

In de Xtra-app is ook het Eco-score spaarprogramma van Colruyt Group ondergebracht. Klanten die producten kopen met Eco-score A of B, sparen automatisch punten in hun app. Die punten kunnen ze zelf inzetten om een lokaal milieuproject te steunen of een workshop bij Colruyt Group Academy te volgen.



Mijlpalen in de app

Naast de nieuwe **Xtra-website**, kreeg de vernieuwde Xtra-app er sinds de lancering in september 2022 belangrijke functionaliteiten bij.

- Integratie van de **MyColruyt**-app, **Collect&Go**-app en de webshop **newpharma.be**
- Vlottere onboarding van de **betaalfunctie**.
- **Multi-factor authentication** voor bijkomende beveiliging.
- **Mobiel betalen met Xtra**. De klant toont zijn Xtra QR-code aan de kassa, bevestigt het bedrag en hoeft niet meer aan de betaalterminal te passeren. Goed voor een vlottere doorstroming aan de check-out en minder kassawerk.
- **Digitaal kasticket**, in een eerste fase boven op het geprinte kasticket, later ook als enige optie.
- **Media-selling**: ruimte voor advertenties van interne en externe partners.



Nog gepland in de tweede helft van 2023:

- **Mobiel laden** van elektrische wagens bij DATS 24.
- **Recepten** in de app, makkelijk omzetten van lijstjes naar bestellingen bij Collect&Go.



Inzichten verzamelen

Via Xtra krijgt Colruyt Group inzicht in het aankoopgedrag en de behoeften van de klanten. Dat laat onze winkelformules toe om de individuele klant beter te bedienen met relevante aanbiedingen, folders en communicatie op maat. Daarnaast kunnen nieuwe inzichten nuttig zijn om bijvoorbeeld de winkelassortimenten aan te passen of in te schatten waar er nieuwe winkels nodig zijn.

De persoonsgegevens en de aankoopgegevens worden bijgehouden in gescheiden databases met beperkte toegang, volledig conform de GDPR-wetgeving. We behandelen de data strikt vertrouwelijk en verkopen ze niet door aan derden.

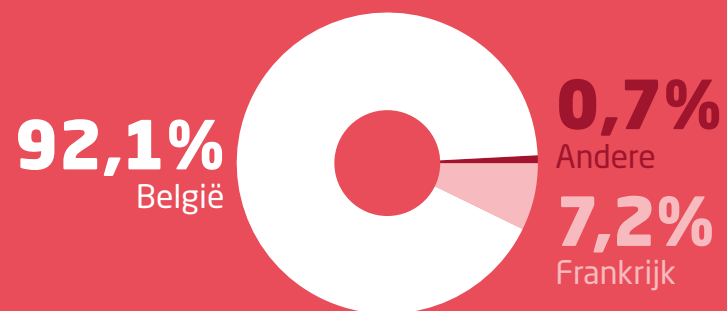


Shift van kaart naar app

Via intensieve campagnes promoot Xtra het downloaden en actief gebruiken van de app. Bij de nieuwe aanvragen kiezen gemiddeld acht keer meer klanten voor de app dan voor de fysieke kaart.



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. DATS 24, Symeta Hybrid en onze participatie in Virya Energy nemen we op onder 'overige activiteiten'.

Detailhandel
80,9%
 van de groepsomzet
 EUR 8.750 miljoen

Groothandel en
 foodservice
10,7%
 van de groepsomzet
 EUR 1.161 miljoen

Overige activiteiten
8,4%
 van de groepsomzet
 EUR 908 miljoen

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 inkopen 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 6.436 miljoen omzet (+6,9%)

 253 winkels in België en
6 in Groothertogdom Luxemburg

 1.700 m² gemiddelde winkelloppervlakte

 10.500 food en 7.500 non-food referenties

 Meer dan 15.400 medewerkers in VTE

 Laagste prijzen

 colruyt.be / colruyt.lu

Omzet en marktaandeel in stijgende lijn

- Colruyt Laagste Prijzen noteerde over het voorbije boekjaar een behoorlijke omzetsijging, voornamelijk gedreven door voedingsinflatie en instroom van nieuwe klanten. In de eerste jaarhelft werd de inflatiegedreven omzet nog beïnvloed door promodruk, die nadien wat afzwakte. De zomerverkoop was matig, onder meer doordat gezinnen weer op reis gingen. Het WK voetbal in november en december genereerde lichte meeromzet. De eindejaarsverkoop was succesvol, doordat gezinnen vaker thuis feest vierden en bij Colruyt makkelijker dan ooit inspiratie vonden voor budgetvriendelijk tafelen.
- In een krimpende Belgische retailmarkt zag ook Colruyt zijn verkoopvolumes dalen, zij het verhoudingsgewijs minder sterk. Klanten kwamen frequenter maar namen gemiddeld kleinere winkelmandjes mee en kozen iets meer budgetvriendelijkere eigen merken boven nationale merken.
- De piekende energie- en voedselprijzen verhoogden het prijsbewustzijn van de consument. In een context van aanhoudende voedingsinflatie, kon Colruyt vanaf het najaar van 2022 veel nieuwe klanten aantrekken, wat het marktaandeel ten goede kwam.
- Colruyt bleef te allen tijde zijn belofte nakomen en de consument de laagste prijzen garanderen. De opgelopen kosten voor o.a. inkoop, energie en lonen werden dan ook niet volledig in de verkoopprijzen verrekend, waardoor de marges iets terugliepen.
- Colruyt blijft gestaag uitbreiden, met jaarlijks 1 à 2 nieuwe vestigingen en een dozijn gerenoveerde winkels, vaak met een grotere verkoopoppervlakte.



- 4 nieuwe winkels in België en 1 in Luxemburg
- 12 renovaties

laagste prijzen

De laagste prijs, voor elk product, op elk moment. Dat is al 50 jaar de merkbelofte van Colruyt Laagste Prijzen in België en Luxemburg, die de formule ook in moeilijkere omstandigheden blijft waarmaken. Het voorbije boekjaar maakten stijgende prijzen voor grondstoffen, energie, verpakkingen en transport de jaarlijkse onderhandelingen met de leveranciers extra uitdagend. Colruyt nam de nodige tijd om in constructieve gesprekken voor alle partijen aanvaardbare oplossingen uit te werken, steeds met oog voor zowel de laagsteprijsgarantie als de duurzame relatie met de leveranciers.

Colruyt blijft zich profileren als **verdediger van de koopkracht** van de consument. Het garandeert sowieso het hele jaar door de laagste prijzen en helpt klanten ook op anderen manieren hun budget bewaken. Zo geeft de campagne 'Slim besparen' handige tips om efficiënt boodschappen voor te bereiden, acties en verpakkingen te vergelijken of huisk merken en nationale merken te combineren.

De consumentenorganisatie Test Aankoop bevestigde in zijn jaarlijkse prijsenquête dat Colruyt Laagste Prijzen de goedkoopste supermarkt van het land blijft.

De laagsteprijsgarantie van Colruyt wordt mede mogelijk gemaakt door sterke aankoopcondities bij de leveranciers en door het lidmaatschap van de Europese retail-alliantie Agecore.





Eenvoudiger prijsaanduidingen

In mei 2022 vereenvoudigde Colruyt zijn prijsaanduidingen, zowel op papier, online als op de elektronische prijsetiketten in de rayon. Alle prijzen zijn nu aangeduid 'zwart op wit', ook de verlaagde prijzen als reactie op concurrenten. De eigen promoties staan in het rood, met de melding 'Actie' erbij. Zo is het voor klanten nog duidelijker dat ze altijd kunnen rekenen op de laagste prijzen en bovendien vaak ook op bijkomende kortingen.

Deze vereenvoudigde prijsaanduiding was meteen ook in overeenstemming met nieuwe Europese wetgeving, in België van toepassing sinds juni 2022.



Inzetten op b2b

Colruyt telt heel wat professionele klanten zoals horecabedrijven en doorverkopers. Met hun klantenkaart kunnen ze rekenen op groothandelsprijzen in alle Colruyt-winkels en in twee doelgroepgerichte **Colruyt Professionals**-winkels. Nu beide Brusselse winkels goed draaien, wil Colruyt het cash&carry-concept verder uitrollen in andere grootsteden.

De groothandelservice nam een nieuw CRM-softwarepakket in gebruik, waarmee medewerkers vlotter kunnen communiceren en vooral hun klanten en prospecten beter en pro-actiever bedienen.



Laagste kosten

Colruyt maakt zijn laagsteprijzenbelofte waar door efficiënt te werken en in te zetten op de laagste kosten, bijvoorbeeld met een sobere winkelinrichting, energiezuinige diepvrieskoelers of volgeladen vrachtwagens. Dit jaar werden er extra inspanningen geleverd.

- Wegens oplopende energiekosten terugkeer van de bekende **flappen** aan de ingangen van de gekoelde versruimte. Goed voor een jaarlijkse besparing van 2,3 miljoen euro op de energierekening.
- Eerste testen met technische innovaties die mooie **tijdsbesparingen** opleveren, zoals Easy Check-out voor het kassaproces en Product Finder voor het werk in de winkel.
- Stopzetting van papieren **post** voor winkelmedewerkers, die alle communicatie op hun persoonlijke smartphone krijgen. Op groepsniveau een jaarlijkse besparing van 273.000 euro.

In de prijzen

- Winnaar in de zomer- en winterrapporten 2022 van GfK
- Retailer of the Year 2022 in de categorie Hypermarkten en Supermarkten
- Best Brands Award 2022 in de categorie Best Retail Food Brand
- Eerste plaats in het onderzoek Advantage Insights 2022 over de relatie tussen leveranciers en retailers.

Efficiëntie en ergonomie hand in hand

In een veranderende wereld hechten we bij Colruyt Group veel belang aan polyvalentie alsook aan gezond en met plezier komen werken. Daarom versnelt Colruyt zijn investeringen in technologie die het werk in de winkel efficiënter én aangenamer maakt. Zo krijgt de persoonlijke smartphone er almaar meer nieuwe functionaliteiten bij. Daarmee besparen medewerkers heel wat heen-en-weergeloop, kunnen ze klanten snel verder helpen en vlot communiceren met de collega's en de centrale diensten.

Minder zoeken

Dagelijks tot anderhalf uur tijdswinst bij het uitzetten van producten in de rayons, dat kan met de applicatie **Product Finder**, die de smartphones van de winkelmedewerkers verbindt met de elektronische prijssetiketten. Wie een product scant, ziet het prijsetiket ervan oplichten en vindt meteen de juiste plaats in de rayon. Minder zoekwerk maakt het leven van de winkelmedewerkers een stuk makkelijker. Colruyt begon de intern ontwikkelde technologie eind 2022 te testen en voorziet uitrol in alle winkels in de tweede helft van 2023.



Vlotter kassaproces

Easy Check-out is een intelligent camerasysteem boven de kassa dat automatisch alle producten met barcode scant. Zo hoeft de kassamedewerker geen handscanner meer en kan hij de producten met beide handen vastnemen. Dat laat het kassaproces tot een vijfde sneller verlopen en komt ook de ergonomie ten goede. Het intern ontwikkelde systeem wordt sinds februari 2023 getest en zal in een eerste fase in 60 winkels geïnstalleerd worden.



Rugsparend werken

Samen met de Belgische start-up **SpineWise** werd een nieuwe technologie getest die winkelmedewerkers sensibiliseert om meer ergonomisch te werken. Sensoren op de werkkledij geven bij al te belastende houdingen een trilsignaal, zodat de medewerkers kunnen gaan corrigeren. Bij testen in twee winkels werden tot 30% minder belastende rugbewegingen vastgesteld.



Levend assortiment

Colruyt past zijn assortimenten voortdurend aan om in te spelen op de veranderende noden van de klanten.

Meer producten uit duurzamere **Belgische landbouwketens** met oog voor dierenwelzijn, bodemgezondheid, biodiversiteit enz. Samenwerking met 330 melkveehouders, 185 rundveehouders, 17 kippenkwekers, 17 aardappeltelers, 6 biovarkenkwekers, 3 fruittelers... Onrechtstreeks nemen we producten af van zowat 6.000 Belgische landbouwbedrijven.

Bijna alle winkels beschikken nu over een rayon **parafarmacie**, met producten voor o.a. eerste hulp, huidverzorging en verkoudheid. Klanten vinden ondertussen vlot de weg naar de rayon, samengesteld met advies van onze online apotheek Newpharma.



Met 35 nieuwe referenties erbij biedt Colruyt al een honderdtal **alcoholvrije** alternatieven aan. De verkoopvolumes alcoholvrije dranken stijgen jaar na jaar, vooral in bieren, gevolgd door aperitieven, kant-en-klare mocktails en digestieven.

Meer dan 120 verse **vegetarische** producten en een 80-tal plantaardige zuivelalternatieven. Colruyt is vaste partner van de Veggie Challenge en inspireert zijn klanten met onder meer 2.800 vegetarische recepten.

Introductie van een twintigtal **halal** producten in evenveel stedelijke winkels.

Duurzaam ondernemen

Voortrekkers voor welzijn

Medio 2022 gingen de eerste producten afkomstig van 'welzijnkippen' in verkoop en in oktober lanceerden we samen met 17 Belgische kwekers een eigen keten voor welzijnkip, van eitje tot bord. Deze keten voldoet aan hogere welzijnsnormen: de kippen leven langer, hebben 40% meer ruimte, daglicht enz. Bovendien komen de kuikens ook uit in de stal waar de eitjes gelegd worden, wat transportstress vermijdt.



Solidair met pluimveehouders

Met de lancering van de 'Solidariteitjes' staken we een hart onder de riem van pluimveehouders getroffen door de ophokplicht. Daardoor moeten ze hun vrije-uitloopkippen binnen houden en hun eieren aanbieden als goedkopere scharreleieren. Colruyt en Okay verkochten die eieren voor de prijs van vrije uitloop, inclusief een vergoeding voor de getroffen pluimveehouders.

Mee met deelmobiliteit

Op de parking van enkele stedelijke Colruyt-winkels zijn auto's en cargofietsen van de deelplatformen **Poppy** en **cambio** gestald. Een handige mobiliteitsoplossing voor stadsklanten zonder wagen die grotere boodschappen willen doen. De wagens worden meer gebruikt dan gemiddeld, in hoofdzaak door buurtbewoners en Colruyt-klanten maar ook medewerkers.

Alle drie goed!

- De volledig vernieuwde tweewekelijkse **inspiratiefolder** is voortaan opgebouwd rond twee weekmenu's, een houvast dat positief onthaald wordt.



- Na een lange onderbreking door corona kwamen de alom geliefde **proevertjes** medio 2022 terug.
- 30 gelukkigen wonnen een unieke **Colruy-trui** na een ludieke wedstrijd op social media, die een nooit geziene interactie en aandacht opleverde.



Collect&Go



Collect&Go is al ruim 20 jaar marktleider op de Belgische online voedingsmarkt. Via de website of de app reserveren klanten artikelen uit de assortimenten van Colruyt en Bio-Planet. Medewerkers in de winkels en in de e-distributiecentra van Londerzeel en Erpe-Mere kiezen met zorg de beste producten en zetten de bestelling klaar. Klanten die voor middernacht reserveren, kunnen hun boodschappen de dag nadien afhalen in meer dan 220 afhaalpunten bij Colruyt, Okay, Bio-Planet of losstaand. De online boodschappenservice staat voor kwaliteit, betrouwbaarheid, vakmanschap en persoonlijke service.

° 2000



226 afhaalpunten in België en Luxemburg



Meer dan 550 medewerkers in VTE



Wij doen de boodschappen voor jou



collectandgo.be

Duurzaam businessmodel

- In een e-commerce markt onder druk bewees marktleider Collect&Go dat zijn businessmodel **duurzaam** en rendabel is. Ook post-covid bleef de omzet ruim de helft hoger dan in de periode voor de pandemie.
- De gemiddelde korf bleef het hele boekjaar doorstijgen, in lijn met de oplopende inflatie. Interessant geprijsde producten werden ook in grotere hoeveelheden besteld. 23 december was alweer een recorddag, met liefst 25.000 bestellingen.
- Het aantal actieve klanten bleef stabiel, net zoals het aantal klanten dat bij onze groep enkel online winkelt. Alleen de bestelfrequentie daalde, doordat klanten na de coronaperiode online bestellen opnieuw meer gingen combineren met fysiek winkelen.
- Begin 2023 werd de **variabele servicekost** ingevoerd, waarbij afhalingen en leveringen tijdens piekmomenten 1 euro duurder werden. De ingreep om de werklust beter te spreiden en een hoog serviceniveau te handhaven loste de verwachtingen in. Klanten kunnen nog steeds genieten van talrijke interessante acties waarbij de servicekost vervalt.
- Om de klantenbasis nog te verbreden en de loyaliteit te versterken, wil Collect&Go zijn aanbod stapsgewijs **diversifiëren** met meer services naast de grote, wekelijkse boodschappen. Zo zullen de maaltijdboxen van partner Foodbag vanaf medio 2023 ook bij Collect&Go afgehaald kunnen worden.



Aanhuislevering breidt uit

Naast zijn wijdvertakte afhaalnetwerk biedt Collect&Go ook thuislevering aan, ofwel met eigen bezorgers, ofwel met particuliere 'Drivers'. Daarmee bereikt de service al ruim een derde van de huishoudens in België.

- **Thuislevering via eigen bezorgers** is sinds medio 2022 beschikbaar in en rond Brussel en Antwerpen. De service bereikt heel wat nieuwe klanten, van wie zowat de helft nog nooit eerder een bestelling plaatste. De bestellingen worden klaargemaakt in het distributiecentrum te Londerzeel. Vanwege de grote vraag schaalt Collect&Go de service stapsgewijs op via een aangepast beleid, met het oog op verdere rentabilisering en blijvende focus op de kwaliteit van zijn service, als constante differentiator.
- **Drivers** is een officieel deeleconomieplatform, waarbij particulieren de boodschappen oppikken in een Collect&Go-afhaalpunt, om ze thuis te leveren bij een klant in hun buurt. Die betaalt de bezorger een vergoeding van 7 euro. De service telt ondertussen ruim 2.000 actieve bezorgers en is beschikbaar in een zestigtal afhaalpunten in centrumsteden.



Tweede Walk-in afhaalpunt

In Sint-Gillis opende een Collect&Go Walk-in, na Elsene het tweede afhaalpunt afgestemd op een stadspubliek dat de boodschappen te voet, per fiets of step komt ophalen. Op een oppervlakte van amper 25 m² maakt de Walk-in het grote assortiment én alle voordelen van Colruyt Laagste Prijzen en Bio-Planet toegankelijk in hartje stad.

- Hoewel de helft van de klanten zonder auto komt, bedraagt de waarde van de winkelmandjes makkelijk twee tot drie keer die van een typische buurtwinkel.
- De nieuwe Walk-in deelt een pand met een Okay Compact, waardoor klanten hun afhaling kunnen combineren met wat kleinere boodschappen.
- Via deze formule leert Collect&Go de stedelijke consument goed kennen en slaagt het erin nieuwe klanten aan te trekken en snel loyaliteit op te bouwen. In grootstedelijk gebied staan er nog meer Walk-ins op de planning.



Geslaagde zomertour

Collect&Go organiseerde een summer roadshow aan de kust en in het Vlaamse binnenland, met volop animatie, een springkastelenfestival en optredens van bekende artiesten. Passanten leerden op een ontspannen manier de boodschappen-service kennen.



Capaciteit verhogen

De distributiecentra van Londerzeel en Erpe-Mere maken ruim een vierde van alle orders klaar voor verzending naar de afhaalpunten. Samen bieden ze potentieel om de capaciteit de komende jaren fors op te trekken, vooral door meer oppervlakte te benutten en door in te zetten op automatisatie. Zo zal in Londerzeel het picken van verse producten vanaf medio 2023 ondersteund worden door autonoom rijdende rondhaalkarren.



Onbemand leveren

Collect&Go blijft onverminderd inzetten op duurzame innovatie. Begin 2023 leverde een onbemand voertuig bestellingen bij enkele klanten aan huis in Londerzeel. Met een code konden ze hun boodschappen uit het voertuig halen en lege boxen of leeggoed meegeven. De succesvolle test in samenwerking met onze innovatiehub Smart Technics opent perspectieven voor innovatieve, duurzame manieren om boodschappen te leveren in stedelijk gebied, in overleg met de bevoegde overheden die het regulatorische kader vormgeven.



VOEDING

GEZONDHEID
& WELZIJN

NON-FOOD

ENERGIE



Okay is al 25 jaar de praktische buurt-discounter waar klanten snel, goedkoop en makkelijk al hun dagelijkse boodschappen doen. De vlot bereikbare winkels zijn overzichtelijk ingedeeld, met op een beperkte oppervlakte een volledig aanbod voor dagelijkse boodschappen. Okay is sterk in kwaliteitsvolle ultra-verse producten met vooral groenten en fruit, vlees, kant-en-klaar maaltijden en ter plaatse afgebakken brood. De winkel formule staat voor een warm onthaal, garandeert de laagste prijzen in de buurt en inspireert zijn klanten met eenvoud en gemak.

Okay Compact is sinds 2012 de formule voor snel, goedkoop en makkelijk winkelen in stadscentra.

Okay Direct is de 24/7 automatische selfservicewinkel waar klanten ook buiten de normale openinguren dagelijkse boodschappen doen.

1998



EUR 1.056 miljoen gezamenlijke omzet Okay, Bio-Planet en Cru (+2,4%)



160 winkels, waarvan 144 Okay, 14 Okay Compact en 2 Okay Direct



400-650 m² gemiddelde winkelloppervlakte



4.500 referenties, tot **3.500** in Okay Compact



Meer dan 2.400 medewerkers in VTE



Snel, goedkoop en makkelijk



Okay.be

Mooie omzetgroei

- Na een moeilijke start van het boekjaar realiseerde Okay vooral in de tweede jaarhelft toch een meer dan behoorlijke omzetgroei, enerzijds gedreven door de oplopende inflatie. Anderzijds was er een geslaagde eindejaarsverkoop, onder meer van kant-en-klare feestmenu's en losse traiteurgerechten. Ook het eerste trimester van 2023 was goed, mede dankzij het enthousiast onthaalde promobeleid met sterke 1+1-aanbiedingen en ondanks een stabiliserende inflatie. Dat resulteerde in een sterke aangroei van het cliënteel en een verhoogde winkelfrequentie. Dat liet Okay toe om in een krimpende retailmarkt zijn marktaandeel stabiel te houden, ondanks de iets lagere volumes en kleinere winkelkorf.
- Okay verwacht dat zijn grotere focus op prijsvoordeel de omzet komend boekjaar verder zal stimuleren, net als de activatiecampagne in het kader van het 25-jarige bestaan.
- Okay blijft de formule die staat voor snelst en makkelijkst winkelen in de markt, in combinatie met de positionering 'laagste prijs in de buurt' en een hoge mate van klantvriendelijkheid. Bovendien is de klant zeker van een hoge productbeschikbaarheid, aangezien de keten focust op courante, vlot roterende referenties.
- Gewapend met deze troeven ziet de keten in België potentieel voor minstens 250 vestigingen. De ambitie is om de formules Okay en Okay Compact versneld te laten groeien, met focus op Gent, Antwerpen en Brussel en de centrumsteden. Om die expansie te ondersteunen, wordt volgend boekjaar geïnvesteerd in een uitbreiding van het distributiecentrum, met focus op stedelijke en ultraverse assortimenten.
- Na de uitrol van de elektronische prijsetiketten in alle winkels kunnen de medewerkers zich nog meer focussen op hun kerntaken en kan er efficiënter gepland worden.



- Openingen: 1 Okay, 3 Okay Compact en 1 Okay Direct
- Komend boekjaar 2 openingen bij Okay en 5 bij Okay Compact



Zelfbedieningskassa in test

Zelf je boodschappen scannen en afrekenen, met een winkelmedewerker in de buurt voor eventuele hulp. Dat is het opzet van de 'Assisted self-check-out', een hybride kassasysteem dat bestaat uit zelfscanposten en een tweetal bemande kassa's. Doel is de wachttijden aan de kassa voor de klanten sterk te reduceren. Bovendien vermindert het aantal werkuren aan de kassa, wat de winkelorganisatie ten goede komt. Het systeem wordt sinds februari 2023 getest en in de loop van het jaar in een tiental winkels geïnstalleerd.



Selfserviceconcept breidt uit

Okay Direct is het innovatieve selfserviceconcept waar klanten de klok rond volledig autonoom winkelen, dankzij technologie van onze innovatieafdeling Smart Technics.

- Eind 2021 opende in Gent centrum de eerste winkel van 150 m² met een 600-tal referenties, afgestemd op een stedelijk publiek. Het concept voldoet aan de verwachtingen en werd in 2022 bekroond met de prestigieuze Mercuriusprijs van handelsfederatie Comeos.
- Okay gelooft in dit perfect schaalbare concept en zal het verder uitrollen in diverse varianten en contexten. Zo kwam er begin 2023 een mobiele verkoopunit van amper 21 m² naast de Okay-winkel in Lennik, als aanvullende 24/7-oplossing buiten de stad. Vanaf het najaar van 2023 wordt het concept verder getest in een stadsomgeving.

25 jaar jong

Het feestjaar voor het 25-jarige bestaan werd ingezet met een event in de allereerste Okay in Ertvelde, geopend in januari 1998. Het werd een budgetvriendelijk maar toch feestelijk moment met hapjes, drankjes, leveranciersdegustaties, kinderanimatie en een fotobooth.

Okay trakteerde zijn klanten via een kraslotenactie ook op 900.000 gratis producten en een tweehonderdtal mooie prijzen.



Rasechte buurtdiscounter

Conform zijn merkbelofte garandeert Okay de laagste prijzen in de buurt, een troef die het sinds medio 2022 nog sterker uitspeelt, onder meer met straffe 1 + 1 promo's en een totaal vernieuwde folder die focust op voordeel. Ook in de winkels en online zijn de promoties prominenter aanwezig, wat resulteert in een gunstige prijsperceptie. Tegelijk blijft Okay zijn klanten volop inspireren met snelle, gemakkelijke recepten en tips allerhande, onder meer via zijn gloednieuwe seizoensmagazine 'Helemaal Okay'.



VOEDING

GEZONDHEID
& WELZIJN

NON-FOOD

ENERGIE



Bio-Planet is al 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.

Bio-Planet is een voortrekker in productverduurzaming, in nauwe samenwerking met telers en producenten. Ook in zijn winkelpark past het maximaal duurzame materialen en technieken toe.

° 2001



EUR 1.056 miljoen gezamenlijke omzet
Okay, Bio-Planet en Cru (+2,4%)



33 winkels



650 m² gemiddelde winkeloppervlakte



5.500 referenties



Meer dan 400 medewerkers in VTE



Echt goed



bioplanet.be

Nieuwe winkels nog duurzamer

In maart 2023 opende in Doornik de 33ste winkel, de derde in het nieuwe winkelconcept, dat nog meer inzet op duurzaamheid en de komende jaren toegepast zal worden bij renovaties. Enkele primeurs:



Nog meer producten in **vrac**, voorlopend op toekomstige wetgeving. Naast groenten en fruit gaat het om noten, granen en gedroogde vruchten, zoete en zoute snacks, originekoffies in bonen ... Ook aan de bedieningstoog kunnen klanten eigen potjes laten vullen.



Biologische zuiveringsinstallatie die afvalwater zuivert voor hergebruik, zoals het doorspoelen van toiletten of poetsen van de winkel.



Warmterecuperatie. De warmte van de koelinstallatie wordt hergebruikt om het gebouw te verwarmen, waardoor er geen fossiele brandstoffen nodig zijn.

Moeilijk boekjaar

- In een krimpende Europese bio-markt met een afnemend aanbod bio-producten zag ook Bio-Planet zijn omzet voor het tweede jaar op rij teruglopen, grotendeels als gevolg van de opeenvolgende crisissen. In die moeilijke context verminderden klanten hun bestedingen en winkelbeurten, terwijl er maar mondjesmaat nieuwe klanten bijkwamen. In het eerste kwartaal van 2023 begon de verkoop weer op te leven, vooral onder impuls van de trouwste klanten.
- De omzetzijding in combinatie met opgelopen kosten voor verloning en energie had een impact op de rentabiliteit.
- Het scherp geprijsde eigen merk Boni Bio met circa 330 referenties blijft een cruciale instapper die bio voor iedereen toegankelijk houdt.
- Bio-Planet blijft met voorsprong de grootste keten onder de zuivere bio-winkels en blijft zijn winkelpark uitbreiden, met komend boekjaar wellicht een eerste winkel in Luxemburg. Tegelijk onderneemt de keten een aantal structurele acties om de activiteiten te rentabiliseren.



- Nieuwe winkels in Sint-Denijs-Westrem en Doornik
- In boekjaar 2023/24 openingen gepland in Hannuit en Londerzeel
- Potentieel van een zestigtal winkels in België en Luxemburg samen



Topchef als ambassadeur voor bio

De bekende foodie **Seppe Nobels** creëerde samen met Bio-Planet een dozijn nieuwe Belgische klassiekers met groenten in de hoofdrol. Als een ware ambassadeur engageert hij zich publiekelijk om maximaal met biologische en lokale producten te werken. Nobels verzorgde voor Bio-Planet ook een gesmaakt webinar over barbecue, onder de vlag van Colruyt Group Academy.

Advies bij intolerantie

Via het mailingprogramma **INTO** ondersteunt Bio-Planet consumenten met een voedsel-intolerantie. Geregistreerde consumenten kregen vier wekelijkse testmails met inspiratie voor een gluten- of lactosevrij leven en een selectie uit het ruime assortiment geschikte producten. Ondertussen zijn er op de maandelijkse nieuwsbrief al een duizendtal mensen ingeschreven, onder wie een flink aantal nieuwe klanten.

Innovatieve burgers

Bio-Planet ontwikkelde drie innovatieve burgers met minder vlees en meer groenten, peulvruchten of paddenstoelen, die toch de smaak en het mondgevoel van klassieke burgers evenaren. Dat maakt het iedereen gemakkelijk om meer plantaardige eiwitten te eten en bij te dragen aan de eiwitshift.

Een van de burgers bevat zeewier van The Seaweed Company, een duurzaam bedrijf waarin de groep participeert. De kippenburger bevat restjes van oesterzwammen die Bio-Planet laat kweken op broodafval uit de winkels, een perfect circulair product dus.

Structurele acties

- **Online reservaties** via Collect&Go kunnen enkel nog afgehaald worden in de eigen winkels, niet langer in 130 Colruyt-winkels. Op die manier wordt er bespaard op transportkosten. Bovendien kon de online boodschappenservice nieuwe klanten aantrekken en wegen de online bestellingen zowat de helft zwaarder dan de gemiddelde fysieke winkelkorf.
- Reductie van het **aantal referenties** van 6.000 naar 5.000, met ruimte voor 500 seizoenproducten. Doorheen het jaar gaan traag roterende producten sneller uit verkoop.
- Het aantal **leveringen** aan de winkels daalde van vijf naar vier per week, voldoende om de rayons mooi gevuld te houden.
- Begin 2023 werd de papieren **folder** vervangen door een online versie, wat druk- en portkosten bespaart en toelaat om sneller op de bal spelen met lastminutepromo's.
- Meer **voorverpakte** producten in bediening, vooral in kaas en salades. Dat vermindert het afval en verkort de wachttijden voor de klant.



De belevingsmarkt Cru richt zich tot mensen met een passie voor lekker eten. Cru verzamelt tien ambachten onder één dak, met een eigenzinnige selectie groenten en fruit, vlees en charcuterie, vis en gevogelte, kaas, dranken, chocolade, desembrood en bloemen.

Cru volgt de seizoenen en brengt authentieke, 'gewone' producten van buitengewone kwaliteit en met pure smaken, in nauwe samenwerking met uitgelezen partner-producenten. Vakbekwame medewerkers presenteren de producten in hun puurste vorm, panklaar of bereid.

Klanten kunnen rustig degusteren in de markt zelf en in de aanpalende Cuit-eethuizen genieten van ontbijt, aperitief, lunch en koffie. Bestellingen in de webshop kunnen ze afhalen in de markt of thuis laten leveren.

2014



EUR 1.056 miljoen gezamenlijke omzet
Okay, Bio-Planet en Cru (+2,4%)



4 markten: Overijse, Gent Kouter, Antwerpen Groenplaats en Dilbeek



650 m² gemiddelde winkelopervlakte



900 à 950 referenties



Meer dan 100 medewerkers in VTE



Ontdek. Proef. Beleef



cru.be

Beterschap na moeilijk jaar

- Cru kende een lichte omzetzaling, voornamelijk te wijten aan de crisiscontext, het gedaalde consumentenvertrouwen en het sterkere prijsbewustzijn, alsook aan het opnieuw toegenomen restaurantbezoek. Dat vertaalde zich in bescheidener winkelmandjes en meer gespreid winkelbezoek. De verkoop herpakte zich vanaf het eerste trimester van 2023.
- Cru bleef nieuwe klanten aantrekken, inspelend op de vraag naar kwaliteit boven kwantiteit en naar pure, authentieke producten met een verhaal, ook in onzekere tijden.
- Het eindejaar was opnieuw succesvol, want Cru blijft top of mind voor feestinkopen, hoewel personeelsgebrek de nodige uitdagingen met zich meebracht in de aanloop naar kerst. Door wegenwerken was het Cuit-eethuis in Overijse enkele maanden gesloten.
- De personeelskosten daalden door de onderbezetting. De exploitatiekosten daarentegen stegen door de opstart van Cru Dilbeek, IT-investeringen en piekende energie-uitgaven.



Vierde markt in Dilbeek

In september 2022 opende een vierde markt op de site van de historische brouwerij Eylenbosch in Dilbeek, een drukke passageliggig in de Brusselse rand. De nieuwe belevingsmarkt is 565 m² groot en elke dag open. Het eethuis Cuit serveert ontbijt, lunch en aperitief en is met 255 m² voldoende ruim om ontspannen te tafelen.

- De markt zet in op een intense beleving: klanten kunnen de vakmensen goed aan het werk zien.
- Meer zelfbediening en zelfstandig afrekenen zorgen voor een vlotte doorstroming.
- De markt draaide helemaal op volle toeren tegen de belangrijke kerstperiode en zette vanaf het eerste trimester van 2023 goede resultaten neer.

Kwaliteit en innovatie

Cru staat bij zijn klanten bekend om de **kwaliteit** van zijn producten. Zo slaan heel wat vaste klanten bij elk bezoek steevast brood, vlees, groenten en fruit in.

De **wisselwerking** met gelijkgestemde partner-leveranciers brengt vakmanschap samen, waaruit nieuwe, unieke producten of recepturen ontstaan die de pure smaken tot hun recht laten komen.

Cru neemt binnen Colruyt Group vaak de rol van **innovator** en tester op, zowel op technologisch als op assortimentsvlak.

- Primeur met Belgische abrikozen en voor het tweede jaar op rij verse, Belgische primeurgember, nu met afgeleiden zoals confituur en siroop.
- Introductie van drinkbouillons en ruimer aanbod premium non-alcoholische dranken.
- Volgend boekjaar de eerste Belgische premiummosselen en nog meer variatie in het assortiment, inspelend op de seizoenen en nieuwe trends.

Optimalisaties

Cru focust verder op operationele efficiëntie en winstgevendheid op winkelniveau. Er werden bijkomende stappen gezet om kosten te besparen en tegelijk met nog meer aandacht de klanten te bedienen. Zo werd er meer ingezet op het versterken van het vakmanschap en op optimalisatie van processen in aankoop, logistiek, afvalbeheer enz.



Geedeeltelijke versnijding en **voorverpakking** van charcuterie door een externe partner: minder afval dan bij versnijding aan de toeg. De voorverpakte charcuterie slaat goed aan bij de klanten.



Tool voor **personeelsplanning**, ondersteund door Colruyt Group IT: efficiënter en flexibeler, minder administratie en onderhoudskosten.



Cashless winkelen in Cru Dilbeek, eerder al uitgerold in de Cuit-eethuizen: efficiënter en veiliger.

9/10

Tevreden klanten

Als geen andere formule mag Cru rekenen op uitermate tevreden en trouwe klanten. Zo scoorden de eindejaarsbestellingen gemiddeld 9 op 10 in een online enquête onder klanten die besteld hadden. Cru gaat nog meer inzetten op klantenwerving en -retentie, via investeringen in marketing, vakmanschap, ondernemerschap en beleving in de markten. Denk aan proevertjes, degustaties waarbij leveranciers hun producten voorstellen en rondleidingen voor klanten.



VOEDING

GEZONDHEID
& WELZIJN

NON-FOOD

ENERGIE

colruyt

prix · qualité

Colruyt Prix Qualité is een overzichtelijke en goedkope buurtsupermarkt waar klanten alles vinden wat ze nodig hebben 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 groeiende 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, ter ondersteuning van de penetratie in de regio. De bijdrage van de tankstations zit vervat in de omzet van Colruyt Prix Qualité.

° 1996

**EUR 654 miljoen** omzet (+10,5%, inclusief brandstoffen)**95 winkels, 95 Collect&Go-afhaalpunten****990 m²** gemiddelde winkeloppervlakte**9.000 food, 2.500 non-food** referenties**Meer dan 2.000** medewerkers in VTE**44 tankstations** van DATS 24**Tout simplement l'essentiel****colruyt.fr**

Lichte groei bovenop inflatie

- Onze Franse foodretailer blikt tevreden terug op het afgelopen boekjaar. De omzet groeide met ruim 10%, deels door expansie met 3 nieuwe winkels en een opmerkelijke aangroei én fidelisering van de bredere klantenkring. De groei was voor de helft gedreven door stevige verkoopprijsinflatie, die de hogere aankooprijzen evenwel maar gedeeltelijk dekte, waardoor de marges licht onder druk stonden.
- De inflatie leidde in de Franse markt tot een algemene devalorisatie, met gemiddeld kleinere korven en een groter aandeel goedkopere merken. Dankzij zijn gunstige prijspositionering en -perceptie en de kwaliteit van zijn productaanbod kon Colruyt de volumedalingen en de devalorisatie evenwel onder het marktgemiddelde houden en slaagde het erin om lokaal marktaandeel te winnen.
- Colruyt Prix Qualité kon lange tijd genieten van contractueel vastgelegde, gunstige elektriciteitsstarieven, maar zag die begin 2023 zeer significant stijgen, wat de rentabiliteit tijdelijk nadelig beïnvloedde. Door een langetermijnovereenkomst met onze energieproducent EuroWatt Energy is Colruyt de komende jaren terug verzekerd van gunstiger stroomrijzen.
- Voor het eerst in drie jaar werden er weer twee drukbezochte wijnbeurzen georganiseerd, plus speciale degustatieavonden in de winkels voor trouwe wijnkopers.
- Colruyt gelooft in zijn groeipotentieel en zet zijn expansieplannen verder. In de Elzas kwam er een vierde winkel bij en staan er komend boekjaar nog 3 à 4 op de planning.
- De online boodschappenservice **Collect&Go** kon zijn omzet op niveau houden en blijft investeren in performantie en gebruiksgemak.

- 3 nieuwe winkels: Horbourg-Wihr, Beuvillers en Bonnefamille
- In boekjaar 2023/24 twee renovaties en vijf tot acht openingen, wat de kaap van 100 winkels binnen bereik brengt



Distributiecentrum Dole operationeel

De oplevering van het nieuwe distributiecentrum van 25.000 m² in **Dole** liep lichte vertraging op, maar de kosten bleven onder controle aangezien de meeste contracten dateerden van voor de coronacrisis. De hal voor snel roterende producten opende zoals voorzien medio 2023, die voor verse producten volgt in het najaar van 2023.

Het nieuwe DC vermindert aanzienlijk het aantal transportkilometers, zorgt voor efficiëntiewinst en maakt verdere expansie mogelijk, samen met de in 2021 geopende site in Gondreville.

Het geplande kantoorgebouw in Dole werd uitgesteld tot 2026, wat toeliet om meer middelen te concentreren op de logistieke herinrichting. Bovendien heeft de mogelijkheid tot telewerk de nood aan extra kantoorruimte minder urgent gemaakt.

Lokale verankering

In Frankrijk steunt Colruyt traditioneel heel wat lokale initiatieven. Zo heeft de retailer sinds 2020 een partnership lopen met het jaarlijkse na-tour wielercriterium in Dole. Het initiatief is een groot succes en zorgt voor heel wat goodwill bij de lokale overheden en inwoners.

Laagste prijzen in de buurt

Zoals zijn naam het al belooft, biedt Colruyt Prix Qualité een prima verhouding prijs/kwaliteit. Voor vergelijkbare producten van nationale merken heeft het de laagste prijzen in de directe omgeving van de winkels. Door de combinatie van deze prijspositionering met 'proximité' en 'convivialité' blijft Colruyt een unieke plaats innemen op de Franse retailmarkt. Zo is het merk merkkelijk goedkoper dan de gemiddelde buurtwinkel en onderscheidt het zich van de hard discounters met onder meer zijn ruim aanbod nationale, regionale en lokale merken.

Polyvalente medewerkers

In een krappe arbeidsmarkt is het voor Colruyt niet evident om medewerkers te vinden, in het bijzonder voor métiers als bakker of beenhouwer. Daarom gaat de keten zijn medewerkers nu meer multidisciplinair opleiden en polyvalent inzetten. Tegelijk stemt de organisatie zich meer af op de wensen van de jongere generaties, onder meer met flexibele arbeidscontracten en mogelijkheden voor telewerk.

Duurzaamheid

Hoewel de klant het voorbije boekjaar meer op prijs focuste, bleef Colruyt ook duurzaamheidsinitiatieven uitrollen.

- Introductie van de herbruikbare zakjes die in België al in gebruik zijn, anticiperend op het verbod op bio-afbreekbare zakjes.
- Duurzamere verpakkingen voor voorverpakte groenten en fruit, in samenwerking met de leveranciers.
- Intensievere digitale marketingcommunicatie, o.a. via e-mail, sociale media en digitale radio, anticiperend op toekomstige beperkingen van papieren folders.



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 (zoals 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.

◦ 1985



Ongeveer 130 actieve klanten



4.500 referenties



Meer dan 40 medewerkers in VTE



Bringing quality products to the world



colex-export.com

Forse groei in Congo

Het voorbije boekjaar zag Colex zijn export naar de Democratische Republiek Congo met meer dan de helft aangroeien. De groei werd gestimuleerd door intensieve marketingcampagnes om de positie van **Everyday** als leidend Europees merk en 'La marque préférée des Congolais' te versterken. Parallel werkte Colex hard om **Boni Selection** steviger in de markt te zetten als premiummerk met een heel breed assortiment. Volgens onderzoek zijn bewuste Boni-consumenten heel tevreden over de kwaliteit en uitzonderlijk merktrouw, een bevestiging van de slagzin 'L'essayer c'est l'adopter'.



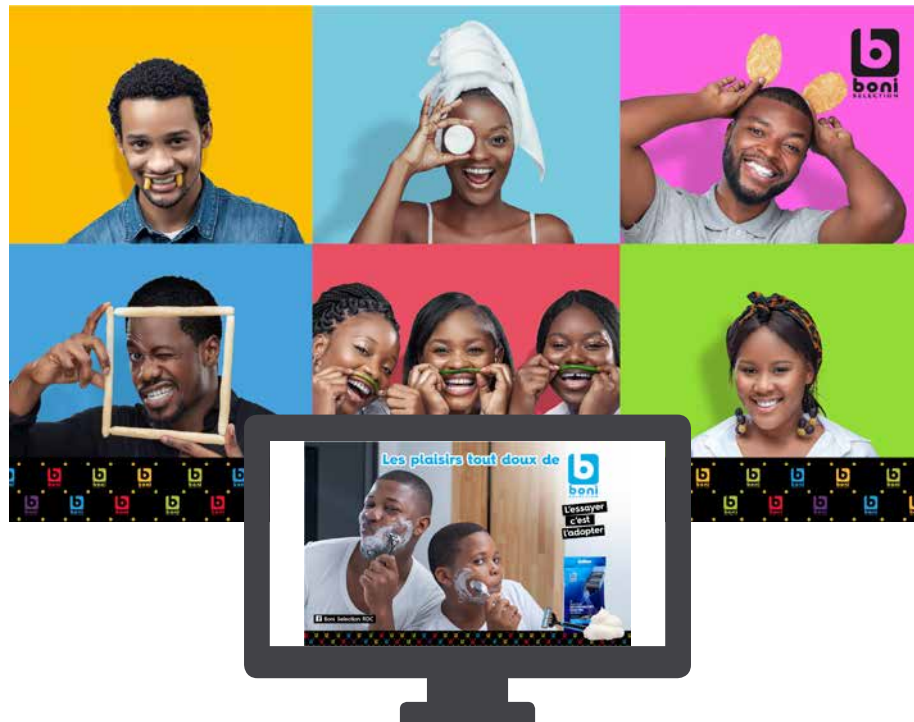
Lancering van nieuwe producten afgestemd op de Afrikaanse consument, zoals melkpoeder.



Campagne met winkeldegustaties voor de omschakeling van het oude, populaire huiskmerk Jempy naar Everyday.



Na 'Everyday RDC' is ook het nieuwe facebookkanaal 'Boni Selection RDC' met meer dan 75.000 volgers een enorm succes.

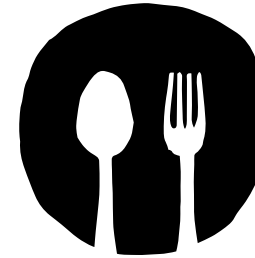


Draaischijf Senegal

In West-Afrika ligt de focus op Senegal, een heel concurrentiële markt waar Franse retailers eigen winkels uitbaten. Colex ondersteunt er lokale superettes, grossisten en buurtwinkeltjes bij het in de markt zetten van zijn eigen merken. Vanuit Senegal wordt ook de verkoop in een zevental buurlanden aangestuurd.

Lokale werkgelegenheid

Colex wil zich verder integreren in de ecosystemen van zijn belangrijkste markten en daar ook effectief meerwaarde creëren. Daarom wil ons exportbedrijf meer lokale medewerkers gaan aantrekken voor onder meer administratie, sales en marketing, boven op de vijf die nu al actief zijn in Senegal en Congo. Daarnaast bekijkt het mogelijkheden om zijn assortiment te gaan verbreden met lokaal geproduceerde waren, zoals dat nu al het geval is met zout.



FOODBAG

◦ Sinds februari 2022



Participatie: **41,36%** in Smartmat nv

Dé Belgische maaltijdbox



De op-en-top Belgische maaltijdbox Foodbag onderscheidt zich met kwalitatieve producten van lokale leveranciers, flexibele service en oog voor duurzaamheid.

Flexibel. Elke box bevat drie, vier, vijf of zes gerechten, naar keuze voor één tot vijf personen.

Klanten bestellen losse boxen of kiezen een wekelijks of tweewekelijks abonnement, dat ze eenvoudig op pauze kunnen zetten.

Lokaal. Dankzij nauwe samenwerking met lokale partners biedt Foodbag de beste seizoensgebonden producten van eigen bodem. Foodbag is transparant over de herkomst ervan en stelt een dertigtal leveranciers voor op zijn website.

Origineel. Wekelijks is er keuze uit dertig gerechten van eigen chefs, in vijf kookstijlen: van klassiek met een twist of vegetarisch tot werelds, lekker makkelijk of kant-en-klaar.

Meer keuze, meer convenience

Foodbag kon ook na corona zijn behaalde groei bestendigen, ging nog intenser samenwerken met de lokale partners en rondde de integratie van het maaltijdboxmerk **15 gram** succesvol af.

Het assortiment groeide van 23 naar 30 weeggerechten, met ook een dertigtal extra **convenience**-artikelen, zoals brood, pizza, soep, dranken, fruit en taartjes. Voor trouwe klanten werd een eigen loyaltysysteem ontwikkeld.

Kwalitatieve levering

Eigen chauffeurs bezorgen de maaltijdboxen gekoeld aan huis in Vlaanderen, Brussel en Wallonië, van vrijdag tot en met maandag. Ze zijn ook beschikbaar in een twintigtal afhaalpunten van Collect&Go.

- Het eigen levernetwerk groeide naar 80 bestelwagens en 150 chauffeurs. Om een kwalitatieve bezorging mogelijk te maken, werkt Foodbag vaak met jong-gepensioneerde chauffeurs.
- Foodbag testte elektrische beleving in kernsteden en levering aan een honderdtal klanten via smart locks in huis.

Smartmat

Foodbag is een merk van Smartmat nv, het bedrijf waarvan Colruyt Group begin 2022 hoofdaandeelhouder werd, samen met de Colruyt-familieholding Korys. Smartmat is een belangrijke speler in de Belgische food e-commerce en omvat ook de online supermarkt **Rayon**.


 Sinds juli 2021

 Participatie: 51,99%

Het duurzaamste drinkwater

Robinetto heeft als missie zoveel mogelijk mensen voorzien van kwalitatief getapt drinkwater, wat veel **ecologischer** én goedkoper is dan verpakt water. Het bedrijf plaatst professionele tapinstallaties voor gefilterd, gekoeld, plat én bruisend water, waarmee de klant meteen ook massa's plastic vermijdt. Robinetto heeft vandaag 40 verschillende taps, specifiek voor horeca, evenementen, scholen, kantoren, kleine en middelgrote bedrijven enz. Daarnaast biedt het ook herbruikbare, personaliseerbare bekers en flessen en limonadesiropen.

16 miljoen flesjes minder

- In 2022 installeerde Robinetto meer dan 500 watertaps in centrale gebouwen van de groep en in de winkels van Colruyt, Bio-Planet en Okay.
- Alle klanten samen taptten aan meer dan 1.500 installaties ruim 4 miljoen liter water. Samen vermeden ze meer dan 16 miljoen verpakkingen van omgerekend 25 cl.
- Colruyt Group voerde eind 2022 een kapitaalverhoging door, wat Robinetto ruimte geeft om verder duurzaam te groeien en de stap te zetten naar particuliere verkoop.



Nieuw: de tap voor thuis

Met **Robi** kan iedereen nu ook thuis genieten van lekker water. In het toestel passen drie soorten capsules die 600 tot 1.000 liter leidingwater zuiveren van smaakverstoorders en kalk en eventueel verrijken met bubbels en magnesium. De Robi-app geeft een seintje wanneer capsules aan vervanging toe zijn en toont de gebruiker ook eenvoudig hoeveel water hij drinkt en hoeveel hij bespaart. Het toestel laat zich eenvoudig onder het aanrecht installeren maar Robinetto verzorgt even goed de installatie.

Robi werd vanaf maart 2023 aan promotieprijzen in primeur aangeboden aan Colruyt Group-medewerkers en vanaf half mei in de winkels van Colruyt en Bio-Planet. Later volgen andere verkoopkanalen zoals elektrozaken. De navulcapsules zullen verder verkrijgbaar zijn bij de voedingswinkels van de groep.



Newpharma is de grootste Belgische online apotheek, met meer dan 1.700 merken en 45.000 producten tegen voordelige prijzen. Een team van 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 2.000 afhaalpunten. Newpharma Group levert daarnaast in dertien landen, waarvan er vijf bediend worden met specifieke assortimenten: Frankrijk, Zwitserland, Nederland, Oostenrijk en Duitsland.

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



EUR 604 miljoen gezamenlijke omzet
Dreamland, Dreambaby, Bike Republic,
The Fashion Society, Jims en Newpharma (+15,5%)¹



45.000 artikelen voor de Belgische markt.
Levert in **13 landen**



Meer dan 250 medewerkers in VTE



Jouw apotheek, altijd bij de hand



Newpharma.be

(1) Omvat Jims sinds mei 2021 en
Newpharma sinds oktober 2022 (drie maanden omzet)

Stevige groei

- Na de drukke coronaperiode realiseerde Newpharma ook afgelopen boekjaar (kalenderjaar 2022) een stevige groei, deels als gevolg van inflatie, deels door de verbreding van de klantenbasis. Sinds corona vinden ook senioren makkelijker de weg naar de online apotheek. De frequentie verhoogde en het gemiddelde winkelmandje groeide aan, vooral door meerverkoop van voorschrijfvrije medicijnen, en ondanks de lichte verschuiving van premiummerken naar goedkopere alternatieven. Newpharma hield zijn kosten onder controle en zijn marge stabiel.
- Op de Belgische markt is Newpharma qua omzet de tweede grootste online apotheek, met de breedste penetratie in Wallonië. In Vlaanderen wordt Newpharma meer en meer bekend dankzij synergieën vanuit Colruyt Group.
- Qua internationale groei focust Newpharma op Zwitserland, waar het met **Apo24.ch** nummer twee is, en op Frankrijk, waar **newpharma.fr** nu al de grootste is. De activiteit groeit er jaar na jaar sterk aan, mede dankzij toegang tot een breed en relevant assortiment Franse merken.
- Newpharma gaat prat op zijn hoge klantentevredenheid, dankzij o.a. de ruime keuze, sterke promo's, voldoende stockbeschikbaarheid, correcte leveringen, degelijk advies en een bereikbare klantendienst.

Operationeel centrum deels geautomatiseerd

- Het operationeel centrum van 21.000 m² in Luik werd in oktober 2021 in gebruik genomen en draait sinds mei 2022 op volle toeren. Vanuit Luik vertrekken alle bestellingen voor België en het buitenland. Het grotere magazijn liet Newpharma toe om zijn voorraden te verhogen en te anticiperen op mogelijke tekorten.
- De site is deels geautomatiseerd met robots van Scallog, die zowat 30% van de picking verzorgen. Deze automatisatie herleidde de foutenmarge tot quasi nul en droeg deels bij tot de verhoging van de operationele efficiëntie met een kwart.
- De huidige opslagruimte volstaat om nog enkele jaren groei op te vangen. Daarna is er potentieel om de site uit te breiden tot 50.000 m².



Intensieve samenwerking

Newpharma levert bestellingen in 400 Collishop-afhaalpunten bij Colruyt Laagste Prijzen en Okay, een bezorgmethode die erg in trek is. Ook op andere vlakken werken onze winkelformules samen met Newpharma Group.



Advies bij de assortimentsbepaling in de afdeling parafarmacie van de **Colruyt**-winkels, in beperkte mate ook advies aan **Dreambaby** en **Okay**.



Nieuwe gratis app 'Relaxation by Newpharma', ontwikkeld vanuit Newpharma Group met specialisten van onze fitnessketen **Jims**. De gebruiksvriendelijke app helpt de gebruiker in enkele minuten tot rust komen met een combinatie van 3D-animaties, geluiden, eenvoudige yoga- en ademhalingsoefeningen. De app sluit naadloos aan bij de missie om preventieve gezondheidszorg toegankelijker te maken.



Nieuwe digitale campagne op de terminals van de **DATS 24**-tankstations.



Jims baat in België en Luxemburg 34 fitnessclubs uit. De op een na grootste fitnessketen van het land heeft als missie consumenten stimuleren om een fitte, gezondere levensstijl aan te nemen. Klanten volgen in een veilige omgeving conditie- of krachttraining en heel diverse groepslessen tegen aantrekkelijke prijzen. De fitnessketen is sterk in individuele begeleiding, met oog voor gezondheid in de brede zin. Leden kunnen in elke club van het netwerk rekenen op kwalitatieve dienstverlening door enthousiaste en vakbekwame medewerkers.

° Overgenomen in mei 2021



EUR 604 miljoen gezamenlijke omzet
Dreamland, Dreambaby, Bike Republic,
The Fashion Society, Jims en Newpharma (+15,5%)¹



34 fitnessclubs (30 in België en 4 in Luxemburg)



Meer dan 100 medewerkers in VTE



We move with you



jimsfitness.be

(1) Omvat Jims sinds mei 2021 en
Newpharma sinds oktober 2022 (drie maanden omzet)



Recordomzet

- Jims realiseerde een sterke omzet, mede dankzij expansie met nieuwe vestigingen, instroom van nieuwe leden en hogere bestedingen per klant, vooral voor groepslessen.
- In Luxemburg is Jims met vier goed draaiende clubs de marktleider en ook de referentie in bedrijfsfitness. In België beginnen de stedelijke clubs ook corporate klanten aan te trekken, vooral via arrangementen op maat.
- De abonnementenstructuur werd vereenvoudigd, met formules voor mensen die graag individueel trainen, die meer begeleiding wensen of er specifieke sporten bijnemen. Vrij uniek in de sector zijn de groepslessen voor een beperkt aantal van 8 tot 12 deelnemers uit specifieke doelgroepen. Denk aan kracht voor vrouwen of pre- en postnatale begeleiding.
- Vanaf april 2023 wil Jims het medewerkersbestand per site versterken met een half voltijdsequivalent. Zo kan er overall een voltijdse coach beschikbaar zijn, naast twee deeltijdse krachten.

We Move With You

Jims focust meer dan ooit op gezondheid in de brede zin van het woord, met aandacht voor beweging en ook voeding, slaap, stresspreventie, enz. Onder het nieuwe motto 'We Move With You' wil de fitnessketen gezondheid breed **toegankelijk** maken en met de klanten mee bewegen doorheen alle levensfasen. Dat vertaalt zich in een gericht aanbod voor doelgroepen zoals beginners, frequente sporters, zwangere vrouwen, 55-plussers ...

De nieuwe slagzin van het *gerestylede* Jims verwijst ook naar zijn engagement voor **verbondenheid**, tussen staf en leden, tussen leden onderling, met de maatschappij. Het bedrijf bekrachtigde dat engagement via een partnership met het *Special Olympics Team Belgium*, dat zich bij Jims voorbereide op de zomerspelen van 2023.

Vliegwielen voor beweging en gezondheid

Jims is actief in het vakgebied 'Gezondheid en welzijn' en ontwikkelt holistische oplossingen voor een gezondere levensstijl.

- Fitness is een dankbare activiteit om beweging en voeding te linken en via Jims ook de doelgroepen van de retailformules te bereiken. Enkele **co-creaties** met interne partners: pre- en postnatale trainingen met Dreambaby, trainingen voor wielrenners met Bike Republic, voedingssupplementen van Newpharma, sportkampen voor kinderen met Dreamland enz. De slimme, gezonde automaten bevoorradt door ons foodservicebedrijf Solucious inspireerden ook het onbemande concept 'Spar For You'.
- Binnen de groep lopen er 9 innovatieve pilootprojecten, waarbij bijvoorbeeld logistieke medewerkers op de vloer begeleid worden in ergonomische hef- en tiltechnieken of opwarmingsoefeningen om blessures of arbeidsongevallen te vermijden. Voorts experimenteert Jims met concepten zoals sportdagen of ontspanningssessies tijdens de pauze, om op termijn verder te ontwikkelen en te **commercialiseren** naar derden.

Versnelde groeiplannen

Jims investeerde fors in expansie en breidde zijn netwerk uit van 27 naar 34 clubs.



In België werden de zes clubs van **Oxygen** overgenomen, waarmee Oost-Vlaanderen quasi volledig gedekt is. Het concept van de overgenomen clubs past goed bij Jims, wat de integratiekosten hoofdzakelijk beperkt tot de implementatie van software en remodelling. Tegen eind 2023 zullen de clubs in het nieuwe Jims-kleedje zitten. Alle medewerkers en het gros van de klanten stapten mee over.



In oktober 2022 opende een nieuwe club in Kuurne, vlakbij vestigingen van Colruyt Laagste Prijzen, Bike Republic, Dreamland en Dreambaby. De fitness is volledig aangekleed in de nieuwe huisstijl, die Jims hogerop in de middenmarkt positioneert.



In Luxemburg ging 1 nieuwe club open en na einde boekjaar kwam er ook in Wilrijk een fitness bij, met een aparte 'Boxing cube' voor premium bokslessen.



Jims kijkt uit naar opportuniteiten voor verdere expansie in grootstedelijk gebied en ziet in België en Luxemburg potentieel voor 50 à 60 clubs, bij voorkeur op sites waar Colruyt Group al aanwezig is. Streefdoel volgend jaar is 4 openingen en 11 verbouwingen.



De nieuw opgerichte **Jims Academy** zorgt voor meer uniformiteit in de opleidingen van eigen en externe trainers, die meer en meer Europese en internationale kwaliteitscertificaten binnenhalen.



De familie- en seizoenswinkel Dreamland is de Belgische marktleider in de verkoop van speelgoed en heeft ook een uitgebreid aanbod in gaming, buitenspeelgoed en tuinmeubelen, naast schoolgerief, boeken enz. Dreamland wil kinderen en hun ouders inspireren om op een speelse manier samen verbindende momenten te beleven. De formule beschikt over zowel fysieke winkels als een webshop. Via de gratis service Click&Collect kunnen klanten artikelen uit de winkelvoorraad reserveren, om binnen de drie uur op te halen in de winkel. Reservaties in de webshop kunnen ook afgehaald worden in een Colruyt- of Okay-winkel of thuis geleverd worden.

° 1994 overname Droomland, in 2002 omgedoopt tot Dreamland



EUR 604 miljoen gezamenlijke omzet
Dreamland, Dreambaby, Bike Republic,
The Fashion Society, Jims en Newpharma (+15,5%)¹



48 winkels



1.600 m² gemiddelde winkeloppervlakte



45.000 referenties offline en online



Meer dan 750 medewerkers in VTE



Pak je dromen uit



dreamland.be

(1) Omvat Jims sinds mei 2021 en
Newpharma sinds oktober 2022 (drie maanden omzet)

Standhouden in uitdagende markt

- Dreamland opereert al geruime tijd in een uitdagende markt die wordt gekenmerkt door stijgende concurrentie, volumes die onder druk staan, een verschuiving van offline- naar onlineconsumptie en veranderd klantengedrag. Dit heeft tot gevolg dat Dreamland, ondanks zijn positie als marktleider, opnieuw een moeilijk boekjaar achter de rug heeft. Dit werd nog verder versterkt door de huidige macro-economische context waarbij de consument aankopen schrapte of uitstelde tot de solden. In het eerste kwartaal van 2023 werd de omzet negatief beïnvloed als gevolg van het afgebouwde online aanbod en het slechte lenteweer. In die maanden kon Dreamland middels stevige kortingen en ronde prijzen een deel van de in 2022 opgebouwde overstock opruimen.
- In een Belgische speelgoed- en gamingmarkt die over 2022 zowat 7% kromp, slaagde Dreamland erin om zijn koppositie te behouden. Vooral collectables en merchandisingartikelen deden het goed, alsook blokken en bouwdozen voor jong en oud. Spelletjes en puzzels daarentegen waren minder in trek, na de eerdere boom in de coronaperiode.
- Het voorbije boekjaar werd een grondige rentabiliteits oefening doorgevoerd. Dreamland reduceerde het aantal referenties, zowel online als in de winkels. De categorieën kinderkamers en deco worden stopgezet, assortimenten zoals boeken, gaming en schrijfgerei versmald.
- Dit en volgend boekjaar zijn er geen nieuwe winkelopeningen gepland. Dreamland zal focussen op het rentabiliseren van de huidige activiteiten binnen een redelijke termijn.



- 1 nieuwe winkel in Laneffe

Inzetten op 'click2brick'

Dreamland is al jaren een belangrijke omnichannel speler, die zijn uitgebreide winkelnetwerk combineert met een online verkoopkanaal. Die webshop bleek heel moeilijk te rentabiliseren, zeker in tijden van oplopende transportkosten. Dreamland koos er dan ook voor om te evolueren naar een 'click2brick'-model, met online een beperkter aanbod en vooral informatie en inspiratie voor aankopen in de fysieke winkels, waar beleving primeert voor de doelgroep kinderen en hun ouders. De fysieke winkelervaring blijft zeker voor jongere kinderen immers van cruciaal belang én een voordeel ten opzichte van zuivere online spelers. Enkele maatregelen sinds begin 2023:

- De webshop focust enkel nog op speelgoed, buitenspeelgoed en tuinartikelen.
- Voor de levering van online bestellingen bij Colruyt of Okay wordt voortaan 2,99 euro aangerekend, voor de aanhuislevering van pakjes 5,99 euro.
- De goed werkende service Click&Collect in de Dreamland-winkels blijft gratis. Klanten die uit de winkelvoorraad willen reserveren, vinden online nog makkelijker de exacte stock.

Tweede leven voor 2.350 boekentassen

Dreamland sloeg de handen in mekaar met de ngo Oxfam en riep zijn klanten op om oude boekentassen of rugzakken binnen te brengen in ruil voor een aankoopbon van 5 euro. Er werden liefst 2.850 stuks ingezameld, waarvan Oxfam er zowat 2.350 in zijn winkels aanbod voor gemiddeld 12 euro per stuk. De ngo gebruikte de opbrengst voor haar werking en projecten in België.



Herstructurering bij Dreamland en Overname door ToyChamp

Na boekjaarafsluiting, op 19 april 2023, kondigde Colruyt Group de intentie aan om een herstructurering op te starten voor Dreamland en Dreambaby, waarbij de Wet-Renault van toepassing is. Daarbij hoort eveneens de intentie tot sluiting van één winkel van Dreamland en vijf van Dreambaby. Na het doorlopen van de wettelijke informatie- en consultatiefase is beslist tot collectief ontslag voor in totaal 151 medewerkers van beide non-foodmerken samen.

We zijn ervan overtuigd dat deze acties nodig zijn om de toekomst te verzekeren van Dreamland en van Dreambaby. We voorzien de nodige begeleiding en ondersteuning voor alle collega's en doen er alles aan om constructief samen te werken met alle betrokken partijen en in te zetten op heroriëntering in de groep.

Op hetzelfde moment maakten we ook bekend een principeakkoord te hebben gesloten met het Belgische familiebedrijf ToyChamp voor overname van 75% van de aandelen van Dreamland, gepaard gaande met de gebruikelijke voorwaarden in dergelijke transacties. ToyChamp is een prominente, rendabele speler in de speelgoedmarkt met 24 winkels in Nederland en 9 in België. Doelstelling is om met ToyChamp als sterke partner Dreamland een gezonde toekomst te geven in de uitdagende speelgoedmarkt. Door de bundeling van hun kennis en expertise zouden Dreamland en ToyChamp samen de nummer 1 speelgoedretailer in België worden, die ook in Nederland actief is. Dreamland is en blijft een sterk merk dat zal blijven bestaan, ook als juridische entiteit en werkgever. Zodra de transactie (verwacht tegen eind 2023) kan worden afgerond, zou Dreamland niet langer integraal geconsolideerd worden in de cijfers van Colruyt Group.



dreambaby

Dreambaby is de grootste nationale speler op de Belgische babymarkt, met een kwalitatief, breed aanbod voor baby's en peuters tot 30 maanden. De fysieke 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 eigen winkels alsook in die van Dreamland en Colruyt, of worden thuis geleverd. Dreambaby onderscheidt zich met persoonlijke begeleiding en advies van ervaren medewerkers.

◦ 2001

EUR 604 miljoen gezamenlijke omzet
Dreamland, Dreambaby, Bike Republic,
The Fashion Society, Jims en Newpharma (+15,5%)¹

32 winkels

600 m² gemiddelde winkeloppervlakte

8.000 referenties in de winkels en de webshop

Meer dan 250 medewerkers in VTE

De beste start voor jou en je baby

dreambaby.be

(1) Omvat Jims sinds mei 2021 en
Newpharma sinds oktober 2022 (drie maanden omzet)

Moeilijk boekjaar, focus op rentabiliteit

- Dreambaby opereert al geruime tijd in een uitdagende markt die wordt gekenmerkt door stijgende concurrentie, volumes die onder druk staan, een verschuiving van offline naar online consumptie en een veranderd klantengedrag. Dit leidde tot een heel moeilijk boekjaar waarbij Dreambaby zijn verkoopvolumes zag dalen. Dit werd versterkt door de huidige macro-economische context: er waren stocktekorten in de nasleep van de logistieke crisis en klanten schrapten of stelden hun aankopen uit. De volumedaling uitte zich het sterkst in de geboortelijsten.
- In een vrij concurrentieel landschap wist Dreambaby zijn positie als marktleider toch te consolideren, met de grootste marktpenetratie na de tweedehandsaanbieders.
- Dreambaby focust zich in 2023/24 op het rentabiliseren van de bestaande activiteiten en plant geen (her)openingen. In april 2023, na boekjaareinde, werd de intentie aangekondigd om 5 winkels definitief te sluiten. Het gaat om de vestigingen in Drogenbos, Vilvoorde, Tienen, Beveren en Huy. Voor de betrokken medewerkers zal er gestreefd worden naar interne heroriëntering. Zie het kaderstuk op p.73.
- Het pilootproject met een online tweedehandsplatform werd stopgezet. Dreambaby denkt na over een meer klantvriendelijke en opschaalbare service, om in te spelen op de groeiende vraag naar tweedehands en te evolueren naar een meer circulaire en duurzame babysector.

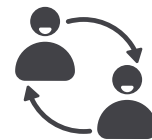


- 1 nieuwe winkel:
La Louvière
- 3 herlocalisaties: Wilrijk,
Lede en Vilvoorde
- 1 heropening (na brand):
Zaventem

Meer synergie binnen de groep

Dreambaby investeert in klantengetrooutheid en -werving via succesvolle en nieuwe partnerships met diverse formules.

- Workshops in samenwerking met **Colruyt Group Academy**. Fysiek en digitaal, met relevante topics rond zwangerschap en baby. Het thema babydraagtechnieken is al enkele jaren een vaste waarde.
- Nieuwe goodiebag af te halen in de winkel, met medewerking van **Newpharma, Foodbag, Jims, Boni** en **Collect&Go**.
- Wie een geboortelijst legt, krijgt 150 euro kortingen en gratis producten bij zowat al onze winkelformules.



Levendige community

Na een succesvolle test met een besloten facebookgroep rond slapen, startte Dreambaby een nieuwe groep voor toekomstige ouders. De 'Zwanger met Dreambaby'-community telde al snel 1.900 leden, die onder elkaar ervaringen, informatie en tips uitwisselen.

Duurzaam ondernemen

- Dreambaby en Dreamland bundelden en optimaliseerden hun transporten, goed voor een besparing van heel wat transportkilometers.
- Textiel van het eigen merk Dreambee is gemaakt uit 100% biokatoen.
- Duurzamere verpakkingen van eigenmerkartikelen, in samenwerking met de leveranciers.



F S

FASHION SOCIETY

The Fashion Society groepeert drie multimerkenketens voor dames- en herenmode, voornamelijk actief in België maar ook in Luxemburg en Frankrijk. Het gaat om destinationwinkels 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:** Colruyt Group verhoogt participatie tot meer dan 96%, 100% geconsolideerd sinds januari 2022



EUR 604 miljoen gezamenlijke omzet
Dreamland, Dreambaby, Bike Republic,
The Fashion Society, Jims en Newpharma (+15,5%)¹



129 winkels van Zeb, PointCarré en The Fashion Store



1.000 m² gemiddelde winkeloppervlakte



Gemiddeld 7.500 referenties op jaarbasis



Meer dan 800 medewerkers in VTE



zeb.be | pointcarre.be | thefashionstore.be

(1) Omvat Jims sinds mei 2021 en
Newpharma sinds oktober 2022 (drie maanden omzet)



Hoogste omzet ooit

In een uitdagende fashionmarkt zag de modegroep haar omzet sterk stijgen, vooral dankzij opening van nieuwe winkels en instroom van klanten. Zeb presteerde het sterkst, The Fashion Store deed het goed en PointCarré bleef net onder de verwachting. Vanaf het voorjaar van 2022 voelde de textielbusiness de inflatoire druk op de kosten maar een goede zomer maakte veel goed. Vervolgens verstoorde het warme najaar de start van het winterseizoen. De minderverkoop kon deels gecompenseerd worden vanaf half november tot einde boekjaar. Na de piek in de coronaperiode stabiliseerde de online omzet op het oude niveau.

De klanten kochten prijsbewuster en gingen actiever op zoek naar promo's, wat de marges iets onder druk zette. Onder meer dankzij een strikte personeelsplanning bleven de kosten onder controle. Na een aantal uitdagende maanden ziet de modegroep de toekomst met vertrouwen tegemoet.

Als een van de weinige moderetailers blijft The Fashion Society investeren in expansie, met zeven nieuwe winkels in 2022 en vijf geplande openingen voor 2023. De groep biedt haar klanten continu wisselende collecties, met de juiste artikelen op het juiste moment. Ze kunnen ook rekenen op talrijke deals en promoties, volop beleving en communicatie op hun maat. Daardoor blijft het marktaandeel van de groep verder aangroeien, zowel in Vlaanderen als in Wallonië.



Switch naar digitale marketing

Na grondige tests versnelden de drie modeketens afgelopen boekjaar de transitie van print naar digitale marketingcommunicatie. Zo verving Zeb twee derde van zijn drukwerk door digitale campagnes, wat resulteert in een aanzienlijke besparing op papier, druk- en portkosten. Bovendien leveren online campagnes meer relevante data en klanteninzichten op.



- 79 winkels (+5)
- Nieuwe winkels in Auvélais, Dour, Braine-le-Comte, Mechelen en Lier, met 1.500 m² de grootste van het land.
- Potentieel van meer dan 100 winkels in België, waarvan 70 in Vlaanderen.

Beleving en co-creatie

- Zeb zorgde afgelopen boekjaar voor heel wat beleving, onder meer via een inclusieve modeshow en campagnes met bekende ambassadeurs zoals James Cooke. Zeb blijft ook sterk in exclusieve co-creaties, waaronder nieuwe collecties van Nora Gharib en Tourist LeMC.
- De modeketen heeft de jongste jaren veel geïnvesteerd in de toegankelijkheid van zijn winkels voor mensen met een beperking. Het actieplan **Zeb for Everyone** werd al meermaals onderscheiden. Zo bracht Koningin Mathilde een bezoek aan Zeb Merchtem, in het kader van het initiatief 'De Warmste Entree' van handelsfederatie Comeos.
- De klanten maken steeds meer gebruik van private shopping buiten de openingsuren.

THE FASHION STORE

- 19 winkels (+4)
- Nieuwe winkels in Sint-Katelijne-Waver, Zoersel, Kalmthout en Hasselt
- Potentieel van 30 winkels, vooral in Vlaanderen

The Fashion Store lanceerde zijn nieuwe webshop, voegde nieuwe collecties toe en rolde zijn Personal styling-service verder uit.

PointCarré


- 31 winkels, waarvan 12 in franchise (vooral in Wallonië en 2 in Frankrijk)
- Nieuwe winkel in Soignies
- De franchiseformule slaat goed aan in Frankrijk, waar onafhankelijkheid en individuele aanpak in de smaak vallen. De keten wil er in 2023 een drietal geïntegreerde flagstores openen, als accelerator voor een latere uitbreiding via franchising.
- In België nam PointCarré drie Belgische winkels over van franchisehouders.

Bike

REPUBLIC

Bike Republic is een toonaangevende speler in de verkoop van vooral e-bikes, fietskledij en accessoires aan particulieren en bedrijven. Het ruime fietsassortiment bestaat uit een dertigtal topmerken, waaronder het eigen merk Hiron. Als 'compagnon de route' voor elk moment wil Bike Republic zo veel mogelijk mensen puur fietsplezier bezorgen, van pendelaars en recreatieve fietsers tot sportievelingen. De fietsspecialist munt uit in toegankelijkheid, via o.a. zijn aantrekkelijke winkels, overzichtelijke website en grote bereikbaarheid, telefonisch en online. Bike Republic onderscheidt zich ook door een prima dienstverlening en ontzorgt de klant met degelijk advies, een uitstekende service na verkoop, onderhoud en herstel in eigen ateliers, verzekeringen enz. B2B-klienten kunnen rekenen op een totaaloplossing, met diverse formules voor aankoop of leasing, fietsplannen op maat en een brede waaier services.

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

 **EUR 604 miljoen** gezamenlijke omzet Dreamland, Dreambaby, Bike Republic, The Fashion Society, Jims en Newpharma (+15,5%)¹

 **27 winkels** met showroom en atelier

 **800 à 1.200 m²** gemiddelde winkeloppervlakte

 **Meer dan 10.000 fietsen** in stock, waarvan **7.000 e-bikes**.

 **Meer dan 150 medewerkers** in VTE

 **Jouw compagnon de route voor elk moment**

 **bikerepublic.be**

(1) Omvat Jims sinds mei 2021 en Newpharma sinds oktober 2022 (drie maanden omzet)



Expansie schakelt versnelling hoger

- Bike Republic blijft fors investeren in expansie en kreeg er afgelopen boekjaar zes vestigingen bij, waaronder een eerste in het Brusselse Gewest. Nu het Vlaamse landsdeel vrij goed afgedekt is, verschuift de focus de komende jaren naar Vlaamse steden zoals Brugge en Antwerpen, en vervolgens naar Brussel en Wallonië. Onze fietsspecialist ziet in België potentieel voor een zestigtal winkels en wil zo dé referentie worden op de (e-)bikemarkt.
- Bij overnames worden heel wat criteria in overweging genomen, waaronder omzet(potentieel), merkenportefeuille, identiteit, cultuur en vakmanschap, services en unieke troeven.
- De winkel in **Evere** werd overgenomen van het familiebedrijf IMP Bike, een klinkende naam in het Brusselse. Als eerste écht tweetalige winkel is Evere een belangrijke springplank richting de Franstalige markt.
- De winkels in **Aalst** en **Ninove** werden overgenomen van CycloM, de winkels in **Retie** en **Turnhout** van Fietsen Van der Veken, beiden gevestigde namen in hun regio.

Aanzienlijke groei versterkt marktpositie

- In een groeiende fietsenmarkt slaagde Bike Republic erin om zijn omzet bijna te verdubbelen, deels gedreven door expansie, deels door meerverkoop in de bestaande verkooppunten. De extra omzet was vooral afkomstig van b2b-klienten, terwijl de particuliere bestedingen op niveau bleven. De b2b-verkoop maakt al een derde uit van de totale omzet.
- Bike Republic blijft zijn marktaandeel gestaag verhogen en vergroot zijn voorsprong als grootste multi-merkenketen van het land. Deze schaalvergroting vormt een strategisch voordeel om de klanten steeds de juiste fiets te kunnen aanbieden, gezien de blijvend lange levertermijnen en tekorten bij leveranciers.
- Het assortiment werd verder verrijkt met een aantal kwalitatieve merken. Bike Republic heeft nu een mooi aanbod e-bikes in het midden- tot het premiumsegment, aangevuld met een gamma klassieke (sport) fietsen, van instap tot middensegment. Er wordt ook meer ingezet op cargobikes voor koeriers, vaklui of vrije beroepen die zich duurzaam én vlot door de stad willen verplaatsen.

300
fietsen op 1.000 m²

- De nieuwe Bike Republic in Sint-Denijs-Westrem is een van de grootste vestigingen, inclusief een showroom van 1.000 m² met liefst 300 fietsen én een indoor testparcours.
- Met drie winkels in het Gentse is Bike Republic makkelijk bereikbaar voor klanten uit de stad én de randgemeentes. Ze kunnen de volledige collectie bekijken en een fiets bestellen in Sint-Denijs-Westrem en die laten leveren en onderhouden in een stadswinkel. Toegankelijkheid troef!



- Nieuwe winkel in Sint-Denijs-Westrem
- Overnames in Evere, Ninove en Aalst, Retie en Turnhout



Primeur: de cargobike CityQ

Bike Republic is in ons land exclusief verdeler van de Noors-Duitse elektrische cargobikes van CityQ. Die verenigen het comfort van een auto met de voordelen van een e-bike, interessant voor zowel ondernemingen en zelfstandigen als gezinnen. De modulaire bike is leverbaar met bijvoorbeeld een gesloten laadbak of een zitbankje achteraan, eventueel bestickerd en afgewerkt op maat.

Inzetten op de zakelijke markt

Bike Republic ziet nog veel marktpotentieel voor bedrijfsfietsen en biedt zijn zakelijke klanten aantrekkelijke koop- en leaseformules, fietsplannen op maat en een brede waaier services zoals fiscaal advies, onderhoud en herstelling, bijstand enz. Om de b2b-klanten nog meer te ontzorgen werd in maart 2023 een nieuw **platform** voor het volledige fleetmanagement in gebruik genomen, van aankoop over afschrijving tot restwaarde. Ook de medewerkers kunnen via het platform afspraken maken voor onderhoud en herstelling.



Synergie binnen de groep

Bike Republic zet regelmatig acties op met andere winkelformules.

- Facebookwedstrijd voor unieke 'Koersboxen' met zes bieren, af te halen bij **Colruyt**.
- 1 jaar gratis bakfietsgebruik, te winnen in een wedstrijd voor 25 jaar **Okay**.
- Bon van 250 euro in de **DreamBaby**-goodiebag voor zwangere koppels.
- Klantenplatform met voordelen van Jims, Okay, Newpharma ...
- Medewerking aan de familiale belevingsdag 'Gerust CO₂-Bewust' van **Colruyt Group Academy**, samen met DATS 24, Bio-Planet en Colruyt.



Team Bike Republic Evere



RETAIL PARTNERS

COLRUYTGROUP



Retail Partners Colruyt Group is licentiehouder van de Spar-formule in België en werkt 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 en commerciële focus, alsook aan de toekomst van Spar Colruyt Group.

RPCG levert ook verse producten en kruidenierswaren aan zelfstandige winkeliers van Alvo en aan vrije klanten.

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

 **213** Spar-winkels
52 Alvo-winkels
75 vrije klanten, waarvan **20** Mini Markets

 **Meer dan 800** medewerkers in VTE

 **Samen ondernemen is groeien**

 retailpartnerscolruytgroup.be

Degelijk boekjaar

Gezien de moeilijke sociaaleconomische context, kan Retail Partners Colruyt Group terugblikken op een degelijk boekjaar. De omzet ging in stijgende lijn, vooral als gevolg van de oplopende inflatie, terwijl de verkoopvolumes duidelijk terugvielen. De klanten van de aangesloten winkels kwamen frequenter langs en kochten gemiddeld kleinere winkelmandjes. De verkoop zakte het meest in categorieën zoals alcohol en onderhoud, terwijl brood en traiteurgerechten volumestijgingen kenden. Toch kon RPCG zijn klantenbasis en marktaandeel behouden, een mooie prestatie in een uitdagende retailmarkt.

Door de inflatie en loonindexering kwam de marge onder druk te staan. De organisatie kon dat effect echter grotendeels wegwerken door de kosten sterk onder controle te houden, dankzij onder meer energiebesparende maatregelen en een geoptimaliseerde bezetting met minder tijdelijke en interim medewerkers. Dankzij zijn performante IT-platform kon RPCG voldoende snel schakelen en doorheen de logistieke keten maatregelen nemen om de volumedaling flexibel op te vangen.

De zelfstandige Spar-ondernemers zagen hun rentabiliteit bedreigd door aanzienlijke energie-uitgaven en de loonindexering in januari 2023. RPCG bood ondersteuning waar nodig door bijvoorbeeld een versnelling hoger te schakelen in de (energetische) renovatie van de winkels en de ondernemers technische analyses en energie-audits aan te bieden.

RPCG kon over heel het boekjaar zijn leverbetrouwbaarheid op een uitzonderlijk hoog niveau handhaven. De prima servicegraad voor de zelfstandige ondernemers wordt algemeen erkend in de sector.

Het voorbije boekjaar bleef het aantal Spar-ondernemers min of meer stabiel, net als het aantal Alvo-winkels. RPCG telde iets minder vrije klanten, wegens stopzetting van de activiteit of als gevolg van schaalvergroting. RPCG heeft de ambitie om zijn netwerk van aangesloten en vrije klanten verder uit te breiden.



Context voor succesvol ondernemen

- Ook in een moeilijke retailmarkt kijkt RPCG uit naar nieuwe zelfstandige ondernemers voor de Spar-formule, die tot de meest rendabele in de franchisemarkt blijft behoren. Kandidaat-ondernemers kunnen rekenen op een brede ondersteuning om hun zaak op te starten.
- RPCG kan de ondernemers behoorlijke marges bieden door zelf rigoreus te blijven inzetten op efficiëntie doorheen de volledige supply chain, van orderverwerking tot facturatie. Tegelijk volgt de organisatie de rentabiliteit van de aangesloten winkels mee op, wat mogelijkheden biedt om tijdig preventief in te grijpen.
- Het franchisemodel biedt veel ruimte voor persoonlijk ondernemerschap en een brede waaier ondersteunende services en advies, bijvoorbeeld om de kostenstructuur te verbeteren.
- Vanuit een stabiele IT-omgeving met een solide, veerkrachtige toeleveringsketen en een hoge leverbetrouwbaarheid creëert RPCG bovenal een context die succesvol ondernemen mogelijk maakt.



VOEDING

GEZONDHEID
& WELZIJN

NON-FOOD

ENERGIE



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).



213 winkels, waarvan 176 in de formule Spar Colruyt Group



350-1.800 m² gemiddelde winkeloppervlakte



mijnspar.be

Remodeling rendeert

- Remodeling vraagt een behoorlijke investering, maar de ondernemer mag rekenen op commerciële ondersteuning en gedeeltelijke kredietverlening. Eenmaal op kruissnelheid, presteert een nieuwe Spar Colruyt Group-winkel merklijk beter dan de markt.
- Bij remodeling wordt ook ruim aandacht besteed aan energie-efficiëntie. Ondernemers kunnen via RPCG technisch advies en energie-audits krijgen en genieten gunstige voorwaarden bij aannemers, installateurs en toeleveranciers.
- Het voorbije boekjaar ondergingen 9 winkels een totale remodeling en uitbreiding, zodat er einde boekjaar 64 winkels in het Spar Colruyt Group-kleedje zaten.



- 4 nieuwe winkels
- 9 remodelings
- 3 sluitingen
- 5 nieuwe winkels en 12 remodelings in 2023/24



Lekker veel voordeel

Spar voelt dat ook zijn klanten meer belang hechten aan sterke promoties en stak daarom zijn tweewekelijkse folder in een nieuw jasje. Het concept 'Lekker veel voordeel' werd opgefist: de 1+1-aanbiedingen staan nu vooraan in de folder en de sterkste promoties vallen meer op.

In het maandelijkse magazine **Kook** blijft inspiratie dan weer voorop staan. Na screening van de bestemmingen kon de oplage met een kwart verminderd worden.

Differentiëren met vers



Veel Spar-winkels staan bekend om hun royale afdelingen voor groenten en fruit, traiteurgerechten, vlees, kaas en brood. Het zijn bij uitstek speerpuntcategorieën waarmee ondernemers zich onderscheiden in hun omgeving en waarop ze mooie marges kunnen behalen. Bakkerijen die uitgerust zijn met eigen rijkskasten leveren brood van superieure kwaliteit. Voor de opstart en exploitatie van hun bakkerij kunnen de ondernemers rekenen op advies van experts, vaak zelf ex-bakkers.



Meer en meer ondernemers maken gebruik van het centrale e-commerce platform, waarop klanten bestellingen voor eindejaar of het BBQ-seizoen doen.



Nieuw: onbemande verkoopformule Spar For You

Spar For You is een nieuw, onbemand cateringconcept voor de b2b-markt dat inspelt op hedendaagse noden zoals flexibel werken en 'on-the-go' consumenten. Het concept laat bedrijven, zorginstellingen, organisaties, hotels of scholen toe om mooie efficiëntiewinsten te boeken.

- Spar For You is beschikbaar in diverse opstellingen, van één of meer slimme koelkasten, over de foodcorner met verse koffie tot de minimarket. Medewerkers, bezoekers en passanten genieten van gebruiksgemak, contactloos betalen en 24/7-beschikbaarheid.
- De service voorziet zowel bevoorrading, beveiliging als technologie, wat de b2b-klanten in grote mate ontzorgt. Ze krijgen ook inzicht in de verkoopresultaten en assortimentsbepaling, om bij te sturen waar nodig.
- Spar For You is een succesvolle samenwerking tussen Spar, onze innovatie-hub Smart Technics en onze foodservicespecialist Solucious, die de bevoorrading verzorgt.
- In 2022 liepen er testprojecten voor o.a. ISS en SN Brussels Airlines; begin 2023 kwam er een grote opstelling bij UCB.



VOEDING

GEZONDHEID
& WELZIJN

NON-FOOD

ENERGIE



Codifrance levert droge voeding, vers en diepvries aan ruim 300 superettes aangesloten bij de formules Coccinelle, Coccimarket en Panier Sympa. De aangesloten winkeliers krijgen ook ondersteuning op het vlak van marketing, communicatie, assortimentsbepaling, renovatie en inrichting van hun verkooppunt. Codifrance belevt daarnaast 1.200 zelfstandige handelszaken en grossisten in meer dan 70 departementen.

De superettes op mensenmaat zijn gevestigd in zowel stedelijke als landelijke omgevingen en mikken vooral op klanten die dagelijks langskomen. Codifrance biedt de zelfstandigen een breed assortiment producten van nationale merken, huismerken (Belle France) en discountmerken. De uitbaters genieten een grote mate van vrijheid in het beheer van hun winkel.

• **2004:** overname Panier Sympa en licentiehouders van Coccinelle en Coccimarket



302 aangesloten winkels: **20** Coccinelle, **94** Coccimarket en **188** Panier Sympa



Leveringen aan meer dan **1.200** andere zelfstandige winkeliers



100-400 m² gemiddelde winkeloppervlakte



Meer dan **8.000** referenties



Vertegenwoordigd op driekwart van het Franse grondgebied



Meer dan **200** medewerkers in VTE



Plus de **50 ans d'expérience** dans le commerce de proximité



codifrance.fr

Lichte omzetgroei



Codifrance kon het boekjaar opnieuw positief afsluiten, met een mooie omzetgroei. Sinds de vaak sterk ingeperkte bewegingsvrijheid in de coronaperiode, bleef de Franse consument opmerkelijk trouw aan de winkels in zijn onmiddellijke omgeving. Ook in een context van hoge inflatie bleven lokale distributiekanaalen in trek, met hun diverse aanbod producten en diensten alsook het sociale contact.



Het bedrijfsresultaat ging erop vooruit, dankzij onder meer een strikt voortgezette debiteurenopvolging. Door een blijvend goede beheersing van de transportkosten kon Codifrance de impact van de sterke inflatie temperen.



In oktober 2023 wordt het nieuwe, ultraperformante ERP-systeem volledig opgeleverd. Dat zal de organisatie toelaten om haar operationele excellentie, productiviteit en rentabiliteit verder te verbeteren.



De Franse groothandelstak is een belangrijke speler in de sector van de superettes, die integraal deel uitmaken van het dagelijkse leven van de Franse consument. Codifrance wil zijn winkelpark verder laten groeien met kwalitatieve handelszaken gerund door gepassioneerde en ondernemende uitbaters.



Overname Degrenne Distribution

- Colruyt Group bereikte in februari 2023 een principeakkoord voor de overname van 100% van de aandelen van de Franse groep Degrenne Distribution, met een jaaromzet van ongeveer EUR 110 miljoen een belangrijke regionale speler in de Franse buurtwinkelmarkt.
- Het familiebedrijf is actief in het noordwesten van Frankrijk en in de regio Ile-de-France, waar het bijna 1.800 verkooppunten bevoorraadt met droge, verse en diepvriesproducten. Degrenne belevt onder meer 521 aangesloten buurtwinkels onder de eigen merknamen Episervice en Vivéco, alsook 47 winkels van Coccinelle en 183 van Coccimarket.
- Degrenne Distribution en Codifrance zijn perfect complementair en zullen volop synergieën kunnen creëren, vooreerst op het vlak van aankoop en logistiek. De overname biedt de komende jaren potentieel voor interessante ontwikkelingen in de Franse buurtwinkelmarkt.
- De transactie werd begin juli 2023 gefinaliseerd en integratie in de geconsolideerde cijfers van Colruyt Group wordt verwacht in boekjaar 2023/24.



Het foodservicebedrijf Solucious levert in heel België voedingsartikelen aan professionele klanten, vooral in de sociale restauratie (scholen, ziekenhuizen, zorginstellingen, ...), de horeca en de bedrijfscatering. Het assortiment omvat droge, verse en diepvriesproducten, zowel in kleine als in grote verpakkingen, van nationale merken, de eigen foodservicemerken voor professionele chefs Culino en Econom en de eigen retailmerken Boni Selection en Everyday.

Solucious onderscheidt zich met zijn gebruiksgemak, een faire en consistente prijszetting met hoeveelheidskorting en continue betrouwbaarheid, waarover het ook transparant communiceert. De afdeling Culinoa begeleidt en ondersteunt zorginstellingen bij de uitbating van hun grootkeuken.

° 2013



EUR 217 miljoen omzet (+40,8%)



29.000 klanten



13.000 referenties, in food, vers en diepvries



Meer dan 650 medewerkers in VTE



solucious.be

Sterke prestaties

- Voor het tweede opeenvolgende jaar heeft Solucious een bijzondere omzetgroei kunnen realiseren, deels gedreven door inflatie maar in grotere mate door sterke volumestijgingen.
- In een stagnerende foodservicemarkt kon het bedrijf vooral in de horecasector nieuwe klanten overtuigen, waaronder enkele grotere horecaketens. Het in verhouding grootste segment sociale restauratie groeide licht aan, dankzij goede resultaten bij verschillende grote klanten die het voorgaande boekjaar al voor Solucious gekozen hadden. De bedrijfscatering ten slotte had nog wat te lijden onder het wijdverspreide thuiswerk. Culinoa van zijn kant kon enkele nieuwe zorgcentra aan zijn klantenportefeuille toevoegen.
- Solucious hield zijn kosten onder controle en investeerde verder in toekomstige groei. De supply chain werd versterkt met extra opslagruimte en de aanwerving van nieuwe medewerkers. Het bedrijf bleef ook onverminderd inzetten op digitalisering van de interne bedrijfsprocessen en de verdere uitbouw van het e-commerce platform.
- Gemiddeld is zowat 96% van de bestelde artikelen op voorraad beschikbaar. Daardoor kan Solucious zijn leverbetrouwbaarheid op hoog niveau handhaven, een belangrijke troef in de foodservice business.



Gekoelde opslagruimte verdubbeld

Solucious bedient steeds meer grote klanten met verse producten en wil bovendien ruimere keuze bieden in vers. Daartoe werd het gekoelde magazijn in Bornem uitgebreid van 3.600 naar 7.900 m², gebruikmakend van vrijgekomen ruimte na het vertrek van exportdienst Colex. De bestaande ruimtes werden anders ingedeeld en ingericht, wat resulteerde in efficiënter, veiliger én aangenamer werken én een verhoogde leverbetrouwbaarheid.

- Koelruimtes van 12 °C voor groenten en fruit en 4 °C voor zuivel en vlees.
- Picking van goederen en transport naar 5 regionale hubs. Bornem fungeert zelf ook als hub.
- Dagelijks gemiddeld 28.000 picks of 900 orders.
- Duurzaamheid: 640 zonnepanelen en koeling met warmterecuperatie die 80% van de verwarmingsnood in de kantoren dekt.

Duurzamer transport

- Eén op de tien leveringen in Gent en Brussel centrum gebeurt al per **cargofiets**. De fietsbezorging is sinds augustus 2022 ook beschikbaar in Antwerpen en Luik. In maart 2023 vonden er in totaal 700 leveringen plaats, goed voor een gemiddelde waarde van 280 euro.
- Solucious voegde nabij Luik een zesde **hub** toe aan zijn transportnetwerk, dat ook drie distributiecentra telt. Het hubmodel beperkt het aantal kilometers dat de bezorgers afleggen. Met Luik erbij sparen ze dagelijks nog eens 900 km uit.
- Ingebruikname van de eerste twee van vijf **elektrische vrachtwagens**. Deze gekoelde voertuigen met een rijbereik van 300 km worden vooral getest voor stadsdistributie.
- Test met het ombouwen van tweewandige **rolcontainers** naar vierwandige, gesloten modellen, waardoor er geen wikkelfolie meer nodig is. Een volledige uitrol zou jaarlijks ruim 700 km folie besparen.

Nog meer gemak voor de klant dankzij interne synergie

Door de krachten te bundelen met partners binnen de groep, creëert Solucious oplossingen die inspelen op de constant evoluerende noden van professionele klanten.



Horeca klanten in het Brusselse kunnen hun online bestellingen nu ook afhalen bij de cash&carry **Colruyt for Professionals** Meiser. Zo sparen ze leverkosten uit en kunnen ze kiezen uit een ruim assortiment voor horeca.



Ontwikkeling van specifieke assortimenten voor de onbemande bedrijfskantineconcepten van **Spar For You**.



Levering van evenwichtige voeding en dranken van de slimme koelkasten in de **Jims**-fitnessclubs.

INCLUSIEVE ONDERNEMING AWARD 2022

Kansen bieden op de arbeidsmarkt

Solucious werd door werkplek-architect JES vzw bekroond tot 'Inclusieve Onderneming 2022', voor de manier waarop het kansen geeft aan mensen die moeilijker de weg vinden naar de arbeidsmarkt. Dat gaat over aandacht voor diversiteit bij aanwerving en over initiatieven als werkplekieren, job- en taalcoaching. Samen met JES en Future@Work werden er ook succesvolle jobdagen voor jongeren georganiseerd.



Logistieke partner van Week van de Zorg

In mei 2022 bezorgde Solucious 3.000 geschenkbboxen aan medewerkers van Vlaamse zorg- en welzijnsinstellingen. Die openden tijdens de Week van de Zorg hun deuren voor het brede publiek en maakten van de overhandiging telkens een feestelijk moment.



Het in april 2021 overgenomen bedrijf Culinoa begeleidt zorginstellingen bij de uitbating van hun grootkeuken. Zo kunnen de chefs zich focussen op het bereiden van lekkere, gezonde en kwalitatieve maaltijden tegen een gecontroleerde foodcost.

- Afgelopen boekjaar werd een brede waaier **services** gedefinieerd. Klanten en prospecten kunnen bij Culinoa terecht voor audits en advies rond o.a. menu- en voedingsplannen, personeelsbeheer, duurzaamheid, hygiëne, optimaliseren van keukenprocessen en beheersen van de foodcost. De nieuwe Culinoa Academy voorziet opleidingen rond deze thema's, op sites van Colruyt Group Academy.



- Zorginstellingen blijven de voornaamste doelgroep, maar Culinoa richt de blik ook stilaan op verblijfcentra voor mensen met een beperking. Het bereidt zich tevens voor om de stap te zetten richting **Vlaanderen**, waar het de komende jaren stevige groei wil bewerkstelligen. Zo werd tweetaligheid geïntroduceerd in het verkoopteam, het contactcenter en de communicatiekanalen.
- Het eigen salesteam wordt geïntegreerd in dat van Solucious, zodat klanten één contactpersoon hebben voor alle services, van louter levering tot ondersteuning van de keukenprocessen.



DATS 24

DATS 24 biedt in België alle courante en alternatieve energiebronnen aan, met naast benzine, diesel en AdBlue ook aardgas (CNG), elektriciteit en waterstof. De brandstofspecialist en energieleverancier van Colruyt Group werkt aan een groenere mobiliteit en blijft investeren in de uitbouw van zijn netwerk, met focus op elektrische laadinfrastructuur en publieke waterstofstations. DATS 24 informeert en inspireert particulieren en bedrijven om hun mobiliteit te verduurzamen via o.a. workshops, lezingen en webinars. Het beschikt over een ISO 14001-certificaat voor het ecologisch beheer van zijn stations.

DATS 24 pionierde ruim 50 jaar terug als Discount Automatic Tanking Service met de eerste onbemande 24/24 tankstations.

1972



EUR 886 miljoen omzet (+11,0%)



145 tankstations waarvan 92 met CNG



208 winkelsites met laadpalen



Meer dan 70 medewerkers in VTE



Energie voor onderweg, thuis en op het werk



dats24.be

Uitzonderlijke volatiliteit

- DATS 24 beleefde in alle opzichten een uitzonderlijk boekjaar, waarin de brandstoffenmarkt een hoge mate van volatiliteit kende. De omzet steeg parallel met de inflatie doorheen het boekjaar, gerealiseerd via de verkoop van traditionele brandstoffen, terwijl het volume CNG met ruim een kwart terugviel. Gezien de doorlopend uitzonderlijk hoge aardgasprijzen, schakelden klanten over op klassieke brandstoffen. Het totale verkoopvolume daalde licht, eveneens in verhouding met de krimp in de markt.
- Het aantal **klanten** bleef min of meer stabiel, terwijl het volume per tankbeurt licht terugviel. Dat laatste was wellicht te wijten aan het scherpere prijsbewustzijn en strikter budgetteren van de consument, aan het blijvende telewerk en de toename van het aandeel hybride wagens die kleinere volumes tanken.
- De **marges** bleven op niveau, hoewel de markt-systematiek DATS 24 een tijdje quasi met verlies deed verkopen. Reden daarvoor was dat de officiële maximumprijzen pas met vertraging de aldoor stijgende inkooprijzen volgden. Vervolgens gingen alle brandstofmerken de maximumprijzen toepassen, wat de promoties van de concurrentie goeddeels liet stilvallen en de marges ten goede kwam.
- DATS 24 versnelde de uitrol van pompen met **AdBlue**, een additief dat de NOx-uitstoot van dieselmotoren sterk vermindert. Einde boekjaar was het product beschikbaar in 85 stations, terwijl de omzet meer dan verdubbelde.



- 4 nieuwe tankstations
- 2 extra CNG-tankpunten
- 270 extra laadpunten



Focus op elektrische mobiliteit



Laadpalen op 230 locaties

- DATS 24 investeerde verder in de uitbouw van zijn laadnetwerk, zowel bij winkels en kantoren van Colruyt Group als bij externe klanten. Einde boekjaar was er groene stroom beschikbaar aan 735 laadpunten op 230 locaties, waarvan 13 punten waar klanten kunnen laden aan een vermogen tot 60 kW. Meer dan een derde van de winkels van Colruyt, Okay, Bio-Planet, Dreamland en Dreambaby beschikt al over een of meerdere laadpalen, zodat klanten er gemakkelijk winkelen en laden kunnen combineren.
- Op een aantal geselecteerde winkelparkings komen er geleidelijk aan laadpleinen, waar tot tien gebruikers tegelijk kunnen laden. Bovendien zal DATS 24 daar ook inspelen op de groeiende vraag naar snelladen, met drie snelladers van 150 kW in combinatie met twee reguliere laders van 22 kW.
- Het voorbije boekjaar was het verbruik in kWh op de DATS 24-laadpalen meer dan verdubbeld, deels vanwege de uitbreiding van het netwerk, deels door het groeiende aandeel elektrisch aangedreven wagens.
- De DATS 24-**laadpas** geeft abonnees toegang tot ruim 23.000 Belgische en 222.000 internationale laadpalen.

Eerste laadpalen voor externe klanten

Op de b2b-markt richt DATS 24 zich in eerste instantie naar bedrijven gelinkt aan Colruyt Group. Zo waren er einde boekjaar al (snel)laadpalen geïnstalleerd bij een zevental zelfstandige Spar-winkels. De winkeliers kopen de laadpalen aan en ontvangen een deel van de opbrengsten. De laadpalen hebben een groot bereik omdat ze compatibel zijn met tal van laadpassen en meestal ook buiten de openingsuren van de winkels toegankelijk zijn.

De samenwerking is een win-win. De externe klant kan rekenen op het vakmanschap en de betrouwbaarheid van DATS 24, van de keuze van het type lader over installatie tot keuring en nazorg. Anderzijds kan onze energiespecialist duurzame mobiliteit toegankelijker maken, thuis, onderweg en op het werk.

Gebundelde expertise

DATS 24 bouwde op enkele jaren tijd heel wat expertise op in de installatie en exploitatie van laadinfrastructuur bij winkels van Colruyt Group, bij bedrijven en medewerkers thuis. Om de expansie nog te versnellen, ging onze energiespecialist in zee met het Antwerpse laadpalenbedrijf **Pluginvest**, dat de installatie en het onderhoud van het netwerk zal verzorgen. Met een investering van EUR 4 miljoen verwerf Colruyt Group medio mei 2022 een participatie van 25% in Pluginvest.



Energie voor thuis en op het werk

DATS 24 is een tweetal jaar actief als leverancier van 100% groene stroom en aardgas aan particuliere klanten en bedrijven. Zonder noemenswaardige investering in marketing en klantenwerving vonden al een vijftienduizendtal gezinnen de weg naar de energieleverancier. Zij waarderen het duidelijke en transparante aanbod, de bereikbaarheid van de dienst en de aantrekkelijke prijzen. DATS 24 maakt doorgaans een goede beurt in prijs simulaties van de officiële energiewaakhonden. Qua b2b-activiteiten focust DATS 24 op dienstverlening aan partners binnen de groep.



CNG: wachten op Europese regelgeving

- Als gevolg van de aanhoudende prijsstijgingen op de internationale energiemarkt, bleven ook de CNG-prijzen doorheen de eerste boekjaarhelft stijgen, tot een historisch record in augustus 2022. Vanaf september begonnen de prijzen te dalen, om einde boekjaar te stabiliseren op nog altijd het dubbele van de historische prijs van minder dan 1 euro. Deze inflatie deed het aantal inschrijvingen van nieuwe CNG-wagens nagenoeg stilvallen.
- Zoals voorzien opende DATS 24 in de loop van het boekjaar nog twee CNG-stations. Het ziet nog steeds potentieel in zijn aardgasnetwerk, omdat er perfect (hernieuwbaar) biogas geïnjecteerd kan worden. Dat levert een duurzamer mengsel op, dat geen enkele aanpassing vereist aan de huidige CNG-wagens. DATS 24 kijkt dan ook uit naar een Europees regelgevend kader voor het gebruik van biobrandstoffen, eventueel geïnspireerd op de certificatiesystemen in Nederland en Duitsland.



Waterstof als duurzame brandstof

DATS 24 blijft een voorloper in het commercialiseren van waterstof als duurzame brandstof voor voertuigen. Elektrisch rijden op waterstof biedt enkele unieke voordelen: een snelle tankbeurt, geen uitstoot van CO₂, roet of fijnstof tijdens het rijden en een gegarandeerde elektrische actieradius van 650 tot 700 km, zonder winterimpact.

DATS 24 is ervan overtuigd dat rijden op waterstof complementair wordt aan batterij-elektrisch rijden en schat dat een op de vijf elektrische wagens uitgerust zal zijn met een H₂-brandstofcel. Waterstof kan interessant zijn op plaatsen met een koud klimaat en onvoldoende elektrische laadinfrastructuur, alsook voor chauffeurs die geen eigen laadpaal kunnen laten installeren, die zware lasten trekken of veel kilometers doen en snel moeten kunnen bijtanken.

- Er openden nieuwe waterstofstations in Wilrijk en Haasrode, wat het totaal op drie bracht, die samen 10 ton waterstof verkochten. In Wilrijk tanken onder meer de waterstofvuilniswagens van de stad Antwerpen. Het publieke waterstofstation in Haasrode kwam er mede dankzij de steun van het H₂Benelux-programma. In de loop van 2023 volgen er nog openingen in Ollignies, Herve en Erpe-Mere.
- Samen met waterstofpioniers als Toyota, Hyundai en ALD Automotive helpt DATS 24 bedrijven de stap naar waterstofmobiliteit zetten, onder meer via interessante leasingformules en workshops met testritten.

Adverteren op het tankstation

De tankstations worden stilaan meer ingezet voor onsite mediaselling, via schermen op de pompen en gedrukte affiches in alle 145 stations. Daarnaast zijn een dertigtal stations uitgerust met grote digitale schermen, uitgerust in samenwerking met Clear Channel Belgium. DATS 24 toont er zowel eigen boodschappen rond kwaliteit of duurzaamheid maar ook campagnes van interne partners zoals Newpharma en van externe adverteerders.



Nieuwe betaalterminals

Tegen einde boekjaar waren alle tankstations uitgerust met nieuwe betaalterminals die uitblinken in gebruiksgemak: goed verlicht, duidelijk afleesbaar, geschikt voor alle kaarten en contactloos betalen. De papierrol van 400 meter hoeft minder snel vervangen te worden en de werking van de terminal is perfect vanop afstand te monitoren.



Energie besparen

Klanten van DATS 24 kunnen rekenen op heel wat tips & tricks om brandstof en energie te besparen, zowel thuis als onderweg. Naast de frequente nieuwsbrieven worden er via Colruyt Group Academy twee gesmaakte workshops aangeboden: 'Groener de baan op' en 'Bespaar energie'. Ook de online tool brandstofwijzer.be doet het goed.

Integratie in Virya Energy

Colruyt Group kondigde in oktober 2022 de intentie aan om de activiteiten van DATS 24 in België te integreren in de energieholding Virya Energy, waarvan de groep meerderheidsaandeelhouder is. Op 1 juni 2023 was de integratie een feit.

De krachtenbundeling is nodig om relevant te blijven in een snel veranderende energiemarkt. Werken binnen een ruimer energie-ecosysteem geeft DATS 24 meer mogelijkheden, flexibiliteit, snelheid en focus om zijn ambities en plannen te realiseren: één van de belangrijkste aanbieders worden op het vlak van **elektrificatie** en de **transitie** richting hernieuwbare energie succesvol realiseren.

De integratie van alle energie-expertise doorheen de hele waardeketen creëert grote meerwaarde en **synergie**, aangezien DATS 24 en Virya Energy complementair zijn in de volledige energiewaardeketen, van ontwikkeling, financiering, bouw, exploitatie en onderhoud tot levering en dienstenaanbod.

DATS 24 blijft bestaan als merk en baat verder zijn tankstations en laadpalennetwerk uit, waarbij er voor de eindklanten amper iets verandert.

Het bedrijf blijft ook bijdragen aan de realisatie van de strategische doelstellingen van Colruyt Group.

virya

energy

De energieholding Virya Energy is actief in de ontwikkeling, financiering, bouw, exploitatie en onderhoud van hernieuwbare energieproductiefaciliteiten, met een belangrijke focus op offshore en onshore windenergie.

Virya Energy werd eind 2019 opgericht door Colruyt Group en haar meerderheidsaandeelhouder Korys. De holding participeert in bedrijven die zich toelagen op de productie van groene stroom uit wind en waterkracht, en op de ontwikkeling van installaties voor de productie en opslag van groene waterstof. De overkoepelende holding faciliteert uitwisseling van kennis en technologie tussen de bedrijven onderling en investeert fors in ondersteunende services, research & development.

1.548 GWh groene energie

Virya Energy was in 2022 goed voor de productie van ruim 1.548 GWh groene energie, equivalent van het jaarverbruik van ruim 440.000 gezinnen.

° 2019: oprichting door Colruyt Group en Korys

Participatie: 59,94%



Het Belgische bedrijf Parkwind is actief in de productie van offshore windenergie in diverse landen. Het ontwikkelt activiteiten doorheen de volledige waardeketen en werkt samen met universiteiten en overheidsinstellingen in diverse onderzoeksprogramma's.

Windparken in België	Belang Parkwind	Vermogen	Productie 2022
Belwind (2010)	78,5%	171 MW	423 GWh
Northwind (2014)	30%	216 MW	506 GWh
Nobelwind (2017)	41%	165 MW	599 GWh
Northwester 2 (2020)	70%	219 MW	599 GWh
TOTAAL		771 MW	2.127 GWh

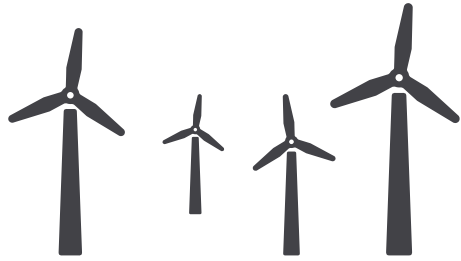
Windparken op zee in België

Parkwind participeert in vier operationele windparken gelegen in de Noordzee voor de Belgische kust. In 2022 produceerden deze windparken samen 2.127 GWh groene stroom, of het equivalent jaarverbruik van ruim 607.000 gezinnen. Daarmee behoort Parkwind tot de grootste elektriciteitsproducenten van België. Het bedrijf is ook van plan om in 2024 deel te nemen aan de tenders voor de bouw van windparken in de Prinses Elisabethzone voor de Belgische kust.

- 2022 was door de zwakke wind, zowel offshore als onshore een pover windjaar, een van de slechtste ooit in Noord-Europa.
- Deze zwakke windopbrengst werd in kleine mate gecompenseerd door de historische hogere energieprijzen, als gevolg van de internationale energiecrisis. Slechts op een beperkt deel van de energieproductie konden er prijsverhogingen gerealiseerd worden, aangezien de verkoopprijzen doorgaans vastgeklikt zijn in langetermijncontracten.
- De algemene inflatie stuwde over 2022 de exploitatiekosten omhoog.
- Met gemiddeld ruim 95% bleef de beschikbaarheid van de installaties alweer op hoog niveau. Ook de operationele continuïteit bleef het hele jaar door verzekerd.

Virya Energy draagt actief bij aan een duurzame energievoorziening en een beter milieu, alsook aan meer energieonafhankelijkheid. De holding staat mee in voor de energiebevoorrading en bouwt al jaren mee aan een duurzame energie-industrie in België en Europa. Mede daardoor is de Belgische offshore windindustrie uitgegroeid tot een belangrijke, internationaal gerenommeerde economische sector. Virya Energy engageert zich om de opgebouwde Europese expertise te consolideren en verder te versterken.

Virya Energy pleit voor een fair en transparant systeem dat enkel de werkelijke overwinsten op een correcte manier taxeert. Jammer genoeg vinden we die voorwaarden niet helemaal terug in de uitwerking van de bijkomende belastingen op zogenaamde overwinsten in 2022 geboekt door energieproducenten. Virya Energy wil wel constructief blijven meedenken met de overheid over mogelijkheden om de energiesteuemaatregelen te financieren, zonder de gehele hernieuwbare energie-industrie schade toe te brengen en het investeringsklimaat te ondermijnen.



Windparken op zee in het buitenland

Parkwind zet verder in op de ontwikkeling van internationale windprojecten, met focus op Europa, maar ook in Australië en Nieuw-Zeeland.

Arcadis Ost I. Zoals voorzien begon het windpark in het Duitse deel van de Baltische Zee in het voorjaar van 2023 met een beperkt aantal turbines stroom te produceren. Het project verliep voorspoedig maar liep vertraging op door uitgestelde leveringen van onderdelen. Mede door het afsluiten van nieuwe overeenkomsten met toeleveranciers en banken zal het park toch zoals gepland volledig operationeel zijn tegen eind 2023. Met een vermogen van 256 MW zullen 27 turbines tot 290.000 Duitse gezinnen van groene stroom kunnen voorzien.

Oriel. Parkwind en het Ierse elektriciteitsbedrijf ESB haalden de nodige erkenningen binnen om in mei 2023 mee te dingen naar de aanbesteding voor het toekomstige windpark in de Ierse Zee. Indien ze het dossier winnen, zouden vanaf het najaar van 2023 de eerste stappen kunnen volgen in de ontwikkeling van een windpark met een geïnstalleerd vermogen van 375 MW.

Beide partners werken samen aan een toekomstig Iers windpark **Clogherhead**.

Noorwegen. Parkwind bereidt zich samen met twee lokale partners voor om in 2023 mee te doen aan de tenders voor twee offshore windparken in de Noorse wateren.

Griekenland. Parkwind heeft een overeenkomst gesloten met het lokale conglomeraat Intrakat om mee te dingen naar een aanbesteding voor een 300 MW onshore windpark.



JERA Green neemt Parkwind over

In maart 2023 bereikte Virya Energy een akkoord met JERA Green, een dochteronderneming van de Japanse wereldwijde energiespeler JERA, voor de overname van 100% van de aandelen in Parkwind. Er wordt verwacht dat de transactie afgerond zal worden later dit jaar. Dat wordt een belangrijke mijlpaal voor de verdere ontwikkeling van Parkwind als toonaangevende, internationale energiespeler.

- JERA is de grootste energiemaatschappij van Japan, actief in 18 landen en in de volledige energieketen.
- JERA zal de verdere expansieplannen van Parkwind ondersteunen. Het bedrijf zal zijn offshore windactiviteiten sneller kunnen uitbreiden in markten waarin JERA al actief is of een goede uitgangspositie heeft. Tegelijk is het JERA's bedoeling verder te investeren in België en hierbij Parkwind's team en haar aanwezigheid wereldwijd uit te breiden vanuit Leuven.

Midden 2022 had Colruyt Group al gecommuniceerd dat Virya Energy strategische ontwikkelingsopties zou bekijken, waaronder een gehele of gedeeltelijke desinvestering van het belang van 100% in Parkwind. De laatste jaren is de offshore industrie immers in een stroomversnelling beland. De wereldwijde offshore-energiemarkt werd nog competitiever en nieuwe projecten blijven substantieel in omvang groeien, wat hogere financiële risico's voor investeerders met zich meebrengt. De overname door JERA biedt Parkwind alle mogelijkheden om een prominente rol te blijven spelen in de internationale offshore industrie.

Virya Energy van zijn kant heeft de ambitie om naast onshore windenergie verder te investeren in andere technologieën zoals zonne-energie en waterstof en zijn activiteiten en locaties uit te breiden.

Onshore hernieuwbare energie

In lijn met de ambitie om nog meer duurzame impact na te streven, werkt Virya aan het consolideren en verder uitbouwen van de interne knowhow en competenties. Daarom gaan de teams van Eurowatt en Eoly Energy steeds nauwer samenwerken op het vlak van onshore wind en zonne-energie.



EOLY

Eoly Energy is actief op de Belgische energiemarkt en beheert 21 onshore windturbines, waarvan 3 in eigendom van Eoly Coöperatie. Het bedrijf werkt ook aan de ontwikkeling van nog eens 19 nieuwe turbines op het Belgische vasteland. Er lopen ook diverse onderzoeksprogramma's voor de productie en toepassing van groene waterstof.

In 2022 produceerde Eoly Energy 71 GWh groene stroom, equivalent van het jaarverbruik van ruim 20.000 gezinnen. De beduidend lager dan verwachte resultaten waren te wijten aan frequent lage windsnelheden. De beschikbaarheid bedroeg 94,47%, lager dan gewoonlijk, maar te wijten aan technische problemen die opgelost werden door de leveranciers. In januari 2023 klom de beschikbaarheid alweer naar 96,57%.

- **Affligem.** Milieuvergunning aangevraagd voor 2 windturbines langs de E40-snelweg, samen met stroomproducent en -leverancier ENGIE. Via hun coöperatieve vennootschap CoGreen kunnen omwonenden mee investeren.
- Aanvraag ingediend voor een uitbreiding van het bestaande windpark op de site **Dassenveld** in Halle.



Eurowatt is actief in de productie van onshore windenergie en kleinschalige waterkrachtenergie. Het bedrijf telt 34 operationele windparken in Frankrijk, Portugal en Polen en 3 waterkrachtcentrales in Spanje en Portugal, goed voor een totaal geïnstalleerd vermogen van circa 400 MW. Alle sites samen produceerden in 2022 840 GWh stroom, equivalent van het jaarverbruik van 240.000 gezinnen.

Eurowatt zet in op expansie met de ontwikkeling en bouw van nieuwe wind- en zonneparken in Frankrijk en Polen, waar er nog veel potentieel is voor de ontwikkeling van hernieuwbare energie.

In Griekenland verwierf de Virya-groep de vergunning om de ontwikkeling te starten van een windpark met een vermogen van ca. 250 MW.

Eurowatt bestudeert diverse formules om burgers te laten participeren in de wind- en zonneprojecten in de geografische zones waar het actief is.

Sanchore

Het Indiase windpark Sanchore telt 20 turbines met een totaal vermogen van 40 MW en is sinds 2018 operationeel. Het park produceerde in 2022 94,5 GWh groene stroom, in lijn met de vorige jaren. Na een herfinanciering van de schulden beschikt Sanchore weer over voldoende eigen middelen.

Virya Services

De tak Virya Services bundelt een brede waaier diensten die de energie-producerende bedrijven ondersteunen, en waarmee Virya Energy een groter deel van de offshore waardeketen afdekt. In 2021 werden er participaties genomen in drie Belgische bedrijven, terwijl het eerste volledige werkjaar 2022 focuste op ondersteuning van de entiteiten binnen Virya Energy. In 2023 wil de serviceverstreker zich meer toeleggen op internationale expansie en de windparken ook na de ontwikkelingsfase diensten in onderhoud, herstelling en veiligheid gaan aanbieden.



Participatie van 60% in **GeoXYZ**, gespecialiseerd in voornamelijk onderzees bodemonderzoek en monitoring.



Participatie van 37% in **Fluves/Marlinks**, gespecialiseerd in systemen voor permanente monitoring van pijpleidingen, industriële installaties en onderzeese stroomkabels.



Participatie van 86% in **dotOcean**, dat geavanceerde locatiesoftware ontwikkelt en controlesystemen voor o.a. autonome navigatie van vaar- en voertuigen.

Inzetten op groene waterstof

Virya Energy blijft investeren in de ontwikkeling van projecten voor de productie van duurzame waterstof met hernieuwbare stroom. Het bedrijf gelooft in het potentieel van waterstof, in eerste instantie als duurzame brandstof voor zwaar transport en bussen en voor industriële toepassingen. In tweede instantie kan waterstof ook dienen als balanceringsmiddel voor het elektriciteitsnetwerk en kan het als groen gas geïnjecteerd worden in het aardgasnetwerk en het toekomstige waterstofnetwerk. Virya Energy is ervan overtuigd dat (groene) waterstof sowieso deel zal moeten uitmaken van de toekomstige energiemix en van de ruimere energietransitie. Het kijkt dan ook verwachtingsvol uit naar een Europees regulatorisch kader.

- Virya Energy werkt mee aan heel wat (proef)projecten met groene waterstof, bijvoorbeeld voor de aandrijving van bussen, rivierboten en zeeschepen. In Brussel werd samen met Taxis Verts een eenjarig proefproject gestart met de eerste groene waterstoftaxi.



- Ook in Nederland en Duitsland werkt Virya Energy mee aan industriële projecten die de productie van groene stroom combineren met die van groene waterstof. De projecten in Terneuzen en Vlissingen komen in aanmerking voor subsidies van de Nederlandse overheid.
- Virya trekt ook de ontwikkeling van een grootschalige waterstoffabriek in Zeebrugge.



Burgerparticipatie

Eoly Coöperatie laat particulieren mee investeren in onshore windturbines gebouwd door Eoly Energy. Omwonenden en medewerkers van Colruyt Group krijgen voorrang om in te tekenen op nieuwe kapitaalrondes. De ronde in mei 2022 om 2,75 miljoen euro op te halen voor een derde turbine kon net als de vorige op enkele weken afgesloten worden. De algemene vergadering van juni 2022 keurde over het boekjaar 2021 een mooi bruto dividend goed van EUR 13,75 per aandeel of 5,5% bruto jaarlijks rendement.

De coöperatie **North Sea Wind**, in 2018 opgericht door Parkwind, Colruyt Group en Korys Investments, bood het brede publiek de kans om mee te investeren in leningen aan de offshore windindustrie.

De algemene vergadering van mei 2022 keurde over het boekjaar 2021 een dividend goed van EUR 0,45 per aandeel of 3,9% bruto jaarlijks rendement.

De voortrekkersrol van North Sea Wind en de ervaring met het participatiemodel van Eoly Coöperatie kan toekomstige offshore projecten van Parkwind ten goede komen. De verwachting is immers dat burgerparticipatie een belangrijk criterium is om te mogen meedoen aan aanbestedingsprocedures voor nieuwe offshore windparken.



Symeta Hybrid

Symeta Hybrid is de Belgische marktleider in gepersonaliseerde marketingcommunicatie en administratieve documentstromen zoals facturen en loonstaten. Het bedrijf beschikt over de modernste printtechnologie en een performant informatiemanagementplatform en garandeert de hoogst mogelijke beveiliging van vertrouwelijke data zoals persoonsgegevens. Flexibele totaaloplossingen resulteren in efficiëntie voor bedrijven en gebruiksvriendelijkheid en keuzevrijheid voor de eindklant.

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 alle relevante ISO-certificaten: 14001 (milieu), 9001 (productie) en 27001 (informatieveiligheid).

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

° 2020: fusie Symeta en Joos Hybrid

 Meer dan 400 medewerkers in VTE

 symeta-hybrid.com



Orchestrator

Symeta Hybrid combineert fysieke en digitale documentstromen en werpt zich almaar meer op als orchestrator die ook externe platformen en tools zoals Doccle en ItsMe in de communicatie integreert. Voor digitale facturatie bekijkt het mogelijke samenwerkingen met de Belgische specialist **Digiteal**, waarin Colruyt Group participeert. Het bedrijf blijft daarom investeren in een veilige en wendbare IT-omgeving die toelaat om nieuwe datagedreven services uit te bouwen.

Minder papier, meer waarde



In een zeer concurrentiële markt produceerde Symeta Hybrid mooie volumes drukwerk voor partners binnen Colruyt Group en voor externe klanten. Mede door de sterke prijsstijgingen voor papier en energie viel de vraag naar drukwerk wel merkbaar terug.



Symeta Hybrid blijft veel waarde creëren dankzij zijn voorsprong in **gepersonaliseerd drukwerk**. Zo is het toonaangevend in de productie van papieren wikkels voor folders en tijdschriften, gesegmenteerd én gepersonaliseerd tot op individueel niveau. De wikkels zijn maar een van de manieren waarop papier als differentiator ingezet kan worden.



Symeta Hybrid is perfect klaar voor de versnellende shift van klassiek drukwerk naar meer gerichte communicatie, met het oog op duurzaamheid, kostenefficiëntie en relevantie.



Met langetermijncontracten in onder meer overheidsdiensten en telecom voor de productie en verzending van transactionele documenten toont Symeta Hybrid aan de geknipte partner te zijn voor organisaties die hun print- en mailingactiviteiten willen uitbesteden. Om toekomstige groei daarin op te vangen, werd 1,5 miljoen euro geïnvesteerd in bijkomende mailingmachines.



Door de boomende papier- en energieprijzen kwamen de marges onder druk te staan. Wegens contractueel vastgelegde voorwaarden kon de inflatie niet volledig of slechts met vertraging doorgerekend worden aan de klanten, enkele tussentijdse aanpassingen niet te na gesproken. Klanten overwogen ook vaker goedkopere papiersoorten.







Groepsondersteunende activiteiten

Van IT over techniek tot communicatie: 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.



Fine Food

Colruyt Group is de enige Belgische foodretailer die beschikt over eigen productieafdelingen op industriële schaal, gegroepeerd onder Colruyt Group Fine Food. Dankzij de productie in eigen beheer en onze jarenlange expertise kunnen we kostenefficiënt werken, constante kwaliteit garanderen en meerwaarde creëren voor onze eigen merken én de klanten.

Fine Food verwerkt vlees en maakt smeersalades, versnijdt en verpakt kaas, bottelt wijn, brandt koffie en bakt brood. De verkoopklare producten komen op de markt onder onze eigen merken zoals Colruyt Beenhouwerij, Boni Selection, Everyday en Spar. Fine Food telt meer dan 1.100 vaste medewerkers op negen productiesites.



41.195
ton vlees verwerkt



2.785
ton spreads geproduceerd



23,9
miljoen liter wijn gebotteld



17.290
ton kaas verpakt



6.265
ton koffie gebrand



35,75
miljoen broden gebakken

Minder vlees, meer brood

- In een krimpende retailmarkt zag ook Fine Food zijn productievolumes het voorbije boekjaar dalen en verschuiven. Die trend zette zich het sterkst door in rundvlees, iets milder in varkensvlees en het minst in gevogelte, charcuterie en smeersalades. De productie van vegetarische smeersalades verdubbelde. De inflatie deed de consument op zoek gaan naar goedkopere alternatieven, wat zich bijvoorbeeld vertaalde in een verschuiving van vers vlees naar bereidingen, of van Boni naar Everyday. Door de volumedalingen kon een groter aandeel vlees intern verwerkt worden, in plaats van uit te besteden.
- De productievolumes in kaas, koffie en wijn bleven min of meer stabiel, terwijl die van de bakkerijen licht toenamen, mede dankzij de heel competitieve prijzen en het succes van het afbakbrood voor Okay, van budgetproducten in het algemeen en sandwiches voor de internationale markt.
- De rentabiliteit kwam onder druk door aankooprijnflatie en de loonindexering in januari 2023, terwijl Fine Food zijn hogere kosten maar gedeeltelijk en vertraagd doorrekende.
- Fine Food verwacht dat categorieën zoals vlees ook het komende jaar duur zullen blijven, vanwege de aanhoudend hoge prijzen voor voeders, verpakkingsmaterialen en hulpstoffen zoals boter, melk en eieren.
- De productieafdelingen gaan nog meer investeren in de ontwikkeling van specifieke assortimenten voor onze winkelformules, met meer aandacht voor duurzaamheidsaspecten zoals de eiwitshift en recycleerbare verpakkingen. Zo produceert de site nu al een mooi assortiment humus en andere vegetarische producten.



Optimalisaties

Fine Food focuste op verdere **optimalisaties** en automatisaties van (productie)processen en systemen, waardoor het minder tijdelijke en interimkrachten moest inschakelen.



- Verhoging van de operationele efficiëntie van de productie- en verpakingslijnen, bijvoorbeeld door gericht ingrijpen op verliezen en stilstanden.
- Reductie van het aantal recepturen in de broodafdeling.
- Verschuivingen van volumes tussen de bakkerijsites, die zich specialiseren in courante broodsoorten, patisserie, bake-off voor externe klanten enz.
- Nieuwe installatie die automatisch verse klappkratten opent en heel wat manueel werk uitspaart.



Voortzetting verticale integratie

Colruyt Group blijft investeren in eigen productie en verticale integratie.

- Om onze efficiëntie en competitiviteit te verhogen, zullen we de **gevogelteproductie** gefaseerd weghalen van de site Wommelgem en uiterlijk in december 2023 volledig centraliseren op die van Fine Food Meat in Halle. De centralisatie maakt synergieën en efficiëntere transfers tussen onze productie- en distributiecentra mogelijk. De nieuwe locatie is ook beter afgestemd op de licht dalende volumes in de markt. Het aantal tewerkstellingsplaatsen blijft behouden, de betrokken medewerkers worden persoonlijk begeleid.
- De vergunningen zijn aangevraagd voor de bouw van een nieuwe hal voor **kaasversnijding en -verpakking**, eveneens op de site van Fine Food in Halle, die in de loop van 2025 operationeel zou worden.

Investeren in binnenlandse productie



Colruyt Group investeert al jaren bewust in de Belgische landbouw, om de productie in eigen land te verankeren, het lokale vakmanschap te borgen en duurzame samenwerkingsvormen op te zetten. Onder meer dankzij systemen voor gegarandeerde afname bieden we landbouwers inkomenszekerheid en perspectief op duurzame groei. Zo kunnen we als Belgische retailer de consument maximaal Belgische

producten blijven aanbieden, in voldoende volume, met een gegarandeerde kwaliteit en tegen een correcte prijs.

De jongste jaren hebben we verschillende **modellen voor directe samenwerking** opgezet met Belgische landbouwers, waar zij als zelfstandig ondernemer instappen, individueel of in coöperaties. Deze modellen bundelen onze expertise met die van de landbouwers en andere schakels in de agrovoedingsketen. Zo vormen we samen een belangrijke hefboom voor nog hechtere samenwerking.

Momenteel werken we direct samen met liefst **600 Belgische landbouwbedrijven**, waaronder aardappel- en fruittelers, melk- en rundveehouders, kippenkwekers enz. Samen met producenten en andere partners hebben we ook enkele volledig nieuwe ketens opgezet, bijvoorbeeld voor biologische baktarwe, welzijnkip en bio-varken.

We gebruiken ook onze financiële slagkracht om te investeren in **eigen productiefaciliteiten**, zoals het bio-landbouwbedrijf Het Zilverleen en onze zeeboerderij voor de kweek van mosselen. Voorts kochten we een 500-tal hectare landbouwgrond aan, die we ter beschikking stellen aan zelfstandige landbouwers en waarvan we de oogst aanbieden in onze winkels.

Deze samenwerking laat de landbouwers toe hun machines kostenefficiënter in te zetten en meer grond te bewerken, zonder zelf te hoeven investeren in de aankoop ervan. Met de partner-producenten **werken we structureel samen** en overleggen we over zaken als teeltplanning. Samen staan we ook sterker om stappen te zetten in productinnovatie en verduurzaming, denk aan biodiversiteit en bodemgezondheid. En doordat we als retailer al in het begin van de keten betrokken zijn, kunnen we sneller inspelen op de evoluerende vraag van onze klanten. Belangrijk hierbij is dat we gaan voor **duurzame partnerships** op lange termijn: zo engageren we ons dat aangekochte, kwalitatieve landbouwgrond, ook effectief landbouwgrond blijft.



Colruyt Group Academy heeft een breed vormingsaanbod voor particulieren en bedrijven, met fysieke en digitale workshops vol inspiratie en beleving. De Academy beschikt over 10 leerhuizen verspreid over het land en kan dankzij duurzame partnerships democratische prijzen aanbieden.



Feestelijke thema's in trek

- Na corona vonden klanten vrij vlot de weg naar de leerhuizen terug en waren ze al goed vertrouwd met het ondertussen structureel ingebede online aanbod. De Academy investeerde in nieuwe thema's en formats, individueel of in groep, fysiek of digitaal.
- Erg in trek bleven de culinaire thema's, met fysieke workshops in de Academy-keukens, digitale lezingen en demo-cookings om thuis te volgen. In de aanloop naar feestperiodes scoort de Academy altijd goed met inspiratie en tips om ontspannen te genieten van samen feesten. Met eindejaar bijvoorbeeld kon de Okay-sessie rond feestelijke hapjes op bijna 1.100 deelnemers rekenen.
- In 2022 versterkte Colruyt Group Academy zijn aanwezigheid op de zakelijke markt, met naast zaalverhuur een breed aanbod workshops, lezingen en teambuildingactiviteiten.

Meer duurzaamheidsthema's

De Academy verbreedt gestaag haar aanbod rond duurzaamheidsthema's waar Colruyt Group sterk op inzet, zoals milieu en gezondheid. Klassiekers onder de workshops zijn onder meer energie besparen thuis en onderweg (in samenwerking met DATS 24), glutenvrij en vegetarisch koken (met Colruyt en Bio-Planet) en draagtechnieken en slaaptips voor baby's (met Dreambaby).



- Boeiende sprekers, herkenbare verhalen en verrijkende tips, dat belooft het nieuwe digitale concept **Life talks**. De reeks lezingen met sterke focus op welzijn en gezondheid werd in maart 2023 afgetrapt door Jef Colruyt. Zijn webinar over een positief verschil maken in onzekere tijden trok ruim 2.000 deelnemers. Ook de volgende sessies konden op heel wat belangstelling rekenen.
- Sinds eind 2022 kunnen klanten met hun **Xtra-spaarpunten** gratis digitale sessies over groene thema's volgen, zoals koken met restjes, verpakkingsmythes en klimaatvriendelijk tuinieren.
- De Academy was mede-organisator van de **belevingsdag** bij appelteler Wolfcarius, waar liefst 550 mensen op afkwamen. Wolfcarius teelt exclusief voor onze groep de appelvariëteit Magic Star. In mei 2023 volgde een nieuwe belevingsdag rond klimaatbewust leven.



Dagkampen voor kinderen

Voor de tweede zomervakantie op rij organiseert de Academy in Melle, Grimbergen en Namen dagkampen voor kinderen van 6 tot 12 jaar. De dagopvang wordt zinnig en betaalbaar ingevuld met sportieve, spannende, creatieve of wetenschappelijke activiteiten, in samenwerking met Dreamland. Ouders kunnen in de Academy gratis telewerken en rekenen op opvang voor en na de activiteit. De campagne voor de zomer van 2023 startte al in februari, zodat er tegen eind juni al heel wat reservaties binnen waren.

Learning & Development

Learning & Development verzorgt alle vormingen en opleidingen voor de medewerkers, gericht op professionele en persoonlijke groei. Afgelopen boekjaar investeerde de groep circa EUR 37,7 miljoen in vorming en opleiding, goed voor 2,6% van de loonmassa.



Vakmanschap in leren

- L&D zette verdere stappen in zijn transitie van organisator naar facilitator van alle mogelijke leervormen binnen de groep, en ondersteuner van iedereen die met leren bezig is. Zo werd een netwerk opgestart waarin een tweehonderdtal learning professionals kennis en ervaring uitwisselen. Los van de inhoud versterken zij elkaar in vakmanschap en methodologieën van leren.
- De vroegere opleidingsteams werden omgeschakeld naar 'vakteams', die dicht bij de business staan en vertrouwd zijn met de noden ervan. Er kwam meer focus op het vlot en efficiënt integreren van nieuwe medewerkers, door hen de juiste middelen aan te reiken om te groeien in hun vak en als persoon.

Mix van fysiek en digitaal leren

- Sinds corona bestaat een vijfde van het opleidingsaanbod uit digitale trainingen, klassikaal of individueel te volgen. Zo gaan taallessen omwille van de efficiëntie grotendeels digitaal door. Winkelmedewerkers krijgen ook almaar meer tools, handleidingen en instructievideo's ter beschikking op hun smartphone, te bekijken wanneer het hen het beste uitkomt. Omwille van verbinding en betrokkenheid vinden andere opleidingen dan weer enkel fysiek plaats.
- Inspelend op de evoluerende noden van de medewerkers blijft de afdeling haar aanbod verrijken met nieuwe of vernieuwde trainingen in gebieden als persoonlijke groei, bedrijfscultuur, leiderschap of hulpverlening.
- Met meer dan 2.000 inschrijvingen werd de training rond waardenbeleving het drukst bijgewoond. Heel wat medewerkers namen ook deel aan workshops rond ongewenst grensoverschrijdend gedrag of programma's rond samenwerken en teamontwikkeling.





People & Organisation

People & Organisation coördineert en ondersteunt het medewerkersbeleid van Colruyt Group. De ruim 350 vaste medewerkers plus externe krachten zorgen ervoor dat de medewerkers uitgroeien tot de beste versie van zichzelf. De HR-partner biedt verschillende services: van loonverwerking en rekrutering over preventie en een medische dienst tot juridisch advies en relaties met sociale partners. Het HR-kenniscentrum werkt rond thema's als mens- en teamontwikkeling, remuneratie, persoonlijke groei, leiderschap, welzijn en vakmanschap.



Voorrang aan interne mobiliteit

Sinds eind 2022 zetten we maximaal in op interne mobiliteit om vacatures in te vullen. Dat laat ons toe om snel te schakelen en het vakmanschap binnen de groep te consolideren. Tegelijk bieden we als groot en divers bedrijf quasi alle profielen kansen om zich intern te heroriënteren.

- Nieuwe vacatures staan standaard twee maanden exclusief open voor interne medewerkers. Pas als er dan nog geen geschikte kandidaat is, wordt er extern gezocht.
- Het interne rekruteringsproces werd verkort tot maximaal één maand.
- Medewerkers die zich moeten of willen heroriënteren kunnen rekenen op extra begeleiding, naast tools als de interne jobsite, de jobmail met nieuwe, geschikte vacatures en toolboxes voor wie wil groeien in de huidige rol, evolueren naar een andere of nog zoekende is.

Bijgestuurd personeelsbeleid

Een aangepast rekruterings- en selectiebeleid droeg het voorbij boekjaar bij aan een betere kostenstructuur van de groep.

- Personeelsverloop werd niet automatisch opgevangen met aanwervingen, behalve voor essentiële profielen en knelpuntberoepen zoals verkoopmedewerkers, beenhouwers, informatici en ingenieurs.
- Er werd meer aandacht besteed aan het aanwezigheidsbeleid en het activeren van langdurig zieken. Leidinggevenden kregen een nieuw dashboard voor het opvolgen van hun teams.
- De vakcentra werkten hard op het gericht inzetten en ontwikkelen van vakmanschap bij de bestaande medewerkers.
- De ondersteunende diensten optimaliseerden hun werking door hun dienstverlening scherper af te lijnen en te focussen op efficiëntie en de essentie.

Loonstaten voortaan digitaal

Begin 2023 ontvingen al 12.500 medewerkers in België hun loonstaten digitaal via het externe platform Doccle. Ondertussen beslisten we om vanaf 1 juni 2023 alle Belgische loonstaten digitaal ter beschikking te stellen en standaard geen gedrukte versies meer te versturen.

- We willen onze administratieve documenten verder digitaliseren en mee evolueren met de wereld rondom ons. Doccle is het grootste en meest veelzijdige digitale platform in België om persoonlijke administratie te beheren.
- Kostenbewustzijn en duurzaamheid. Door de loonstaten niet meer af te drukken en per post te bezorgen, kunnen we jaarlijks tot 300.000 euro en 5 ton papier besparen.
- Gebruiksgemak. Alle digitale loonstaten sinds 2015 worden bewaard op één centrale plaats, altijd en overal te consulteren. Medewerkers die niet over digitale tools beschikken, kunnen hun loonstaat nog op papier aanvragen.



Samen slimmer werken

De bijna 70 medewerkers van Operate & Improve bieden structurele ondersteuning bij ons meer dan ooit relevante streven naar eenvoud en efficiëntie in het werk van alledag. De verbetering en vereenvoudiging van bestaande processen, systemen, werkposten en -methodes draagt bij tot een hogere productiviteit en rentabiliteit. Slimmer (samen)werken komt ook ieders betrokkenheid, ondernemerschap en arbeidsvreugde ten goede.

Optimalisatie en automatisatie

- Ondersteuning bij de inbedding van een nieuwe planningstool bij Colruyt, waardoor de winkels gemiddeld één full time equivalent uitsparen.
- Beginnende automatisatie van repetitief, volumegevoerd en tijdrovend administratief computerwerk. Deze procesautomatisatie is al toegepast bij onder meer financiën, de contactcenters en supply chain en biedt potentieel voor de toekomst.
- Realiseren van optimalisaties bij het retourproces voor defecte elektronische prijssetiketten, bij laad en los-activiteiten en bij het reinigen van opleggers, alsook in werkprocessen van factuurcontrole, studentenwerving ...



Customer Services behandelt alle vragen en opmerkingen van klanten, medewerkers, leveranciers en andere stakeholders. Gespecialiseerde contactcenters staan ten dienste van alle winkelformules en interne afdelingen zoals HR, winkelondersteuning en IT. De meer dan 200 medewerkers zijn bereikbaar via telefoon, mail, online platformen en sociale media. Samen handelen ze jaarlijks ruim 2 miljoen contacten af. De afdeling combineert intelligente technologie en gestandaardiseerde processen en systemen met vakbekwame en klantgerichte medewerkers. Customer Services geeft onze winkelformules gestructureerde feedback over wat er leeft bij hun klanten, zodat zij snel kunnen bijsturen waar nodig.



Investeren in kostenefficiëntie

Customer Services investeerde verder in systemen en processen, in training van de medewerkers en in de herinrichting van de organisatiestructuur. Dat alles samen resulteerde in mooie efficiëntiewinsten en een daling van de in te zetten medewerkers met 10%.

Flexibele organisatie. De verschillende teams voor food, non-food, energie, Xtra en social media werden samengevoegd in een groot, polyvalent team, dat klanten van meerdere winkelformules bedient. Dat vergt extra training, maar laat ook een evenwichtiger werkverdeling en lagere bezetting op dalmomenten toe. Alle teams werden ook fysiek op één site ondergebracht, wat de vastgoedkost sterk reduceerde.

Optimalisering bereikbaarheid. De afdeling verkleinde de openingsvensters, vooral in de daluren, maar blijft telefonisch nog altijd ruim bereikbaar: dagelijks van 8 tot 19 uur, op zondag vanaf 10 uur.

Vruchtbare wisselwerking. Customer Services informeert onze winkelformules systematisch over de vragen van hun klanten. Dat laat hen toe om hun processen klantgericht te maken, waardoor het contactcenter uiteindelijk minder klantenvragen binnenkrijgt. Klanten vinden almaar vlotter de weg naar de online FAQ's.

Nieuwe tools. De uitrol van nieuwe, gebruiksvriendelijke tooling en de bijhorende integratie van sociale media in het contactplatform werd afgerond. Later volgt integratie van AI-oplossingen zoals chatbots.



Best in class

Customer Services streeft ernaar om 'best in class' te zijn in de sector van de contactcenters.

- Medewerkers krijgen ruime opleidings- en doorgroeikansen, velen zijn goed tweetalig.
- Medewerkers kunnen veel voorkeuren voor hun uurrooster opgeven, werken maximaal één zondag per twee maand en kunnen per week tot drie dagen thuis of regionaal werken.
- Ook in volle energiecrisis bleef het contactcenter goed bereikbaar voor vragen rond energieleverancier DATS 24.



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 specifieke noden van de verschillende afdelingen en ondernemingen. De organisatie levert niet alleen tools, maar biedt 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 ruim duizend vaste medewerkers in België en 600 in India, aangevuld met externe krachten.



15 jaar actief in India

Colruyt Group richtte 15 jaar geleden een IT-afdeling op in de Indiase grootstad Hyderabad. Die telt ondertussen een zeshonderdtal medewerkers, zowel in loondienst als gedetacheerd door uitzendbedrijven. Colruyt India vangt de schaarste aan IT-talent in België op en draagt bij aan het beheersen van de kostenstructuur op groepsniveau.

De afdeling blijft groeien en wil de activiteiten in de toekomst diversifiëren in domeinen als HR, klantencontact of finance, om duurzame groei van de groep te ondersteunen. Zo wordt de centrale IT-helpdesk nu al ondersteund vanuit India.

Colruyt India beschikt over een eigen, modern kantoorgebouw in Hyderabad en zoekt een geschikte locatie voor een tweede vestiging in een andere deelstaat, op maximaal twee uur vliegen. Een tweede site laat toe om te groeien en een ruimere, meer diverse medewerkerspool aan te spreken. Het bedrijf ontving het certificaat '**Great Place to Work**', na een tevredenheidsonderzoek waar vier vijfde van de medewerkers aan deelnam. Het certificaat is een grote troef voor het werkgeversimago, in een land waar Colruyt Group minder bekend is en met talrijke internationale technologiebedrijven op de arbeidsmarkt.

Kostenreducties

De IT-afdeling deed haar duit in het zakje om de kostenstructuur op groepsniveau te verbeteren.

- Een aantal voorziene investeringen voor het voorbije en komende boekjaar werden middels creatieve ingrepen uitgesteld naar een later tijdstip. Daarnaast werd de scope van een aantal projecten tot de essentie herleid, zonder directe impact op de dagelijkse werking.
- De softwarelicenties en het aantal toegangen werden herbekeken in functie van de reële noden.
- De mainframes werden verkocht, om de laatste nieuwe mainframeversie via leasing terug binnen te halen.
- Reductie van het aantal consultants in België. Uitbreiding van de activiteiten in India en meer faciliteiten om thuis te werken.



Samen met maatwerkbedrijven

Ook afgelopen boekjaar deed IT voor de uitlevering van grote volumes nieuw en gerecupereerd IT-materiaal een beroep op een maatwerkbedrijf.

- 20.000 nieuwe IT-toestellen uitgepakt, gelabeld en geregistreerd.
- 21.000 kabels gesorteerd en getest, waarvan IT er 15.000 kon recupereren voor hergebruik.
- 65.000 elektronische prijsetiketten van Colruyt gecontroleerd, waarvan ruim 60% terug in omloop kwam.
- 3.000 laptops, workstations en dockingstations gesorteerd op 6 maand tijd.



Werken aan een meer wendbare groep

- De IT-afdeling zette verdere stappen in haar evolutie tot **Service-Oriented Organisatie**, een tweetal jaar terug ingezet met de creatie van ruim dertig Service Centers ten dienste van de interne partners. Ondertussen ontwikkelden ze werkwijzen en methodieken, documenteerden en definieerden ze hun serviceaanbod, om de komende twee jaar verder te werken aan het verbeteren van de dienstverlening.
- Er werd gestart met het opzetten van **IT-ecosystemen**, bijvoorbeeld voor Java en SAP. Deze virtuele teams stemmen technologieën en services op elkaar af, bieden een kader en een gemeenschappelijke taal.

Innovatie in logistiek

- Upgrade van de handenvrije **voice picking**-technologie in zeven food-distributiecentra, inclusief nieuwe toestellen, software, dialogen en functionaliteiten zoals track&trace voor tabakswaren. De operatie was gespreid over twee jaar en had geen impact op de operationele werking. Vandaag kunnen 1.200 orderpickers tegelijk met de futureproof technologie aan de slag.
- Uitrol van een **'goods-to-person'** automatisatie in het distributiecentrum Ollignies, die non-foodartikelen naar de orderpicker toe brengt.



Innovatie in verkoop

- Ontwikkeling van een nieuw **algoritme** voor de berekening van referentieprijzen en prijsverlagingen, en de aanduiding ervan bij alle winkelformules.
- Verdere ontwikkeling van het deeleconomieplatform en de app voor **Collect&Go Drivers**, waarbij particulieren online bestellingen aan huis bezorgen.
- Uitbreiding tot een dertigtal intuïtieve functionaliteiten op de **Digital Shop Assistant** van 22.000 winkelmedewerkers. Daarmee zijn ze perfect geconnecteerd met elkaar en met de centrale diensten en toegerust om klanten te helpen. Nu ze ook al hun post digitaal kunnen lezen, gaat er veel minder papieren post vanuit de hoofdzetel naar de winkels, wat een jaarlijkse besparing van 273.000 euro oplevert.
- Introductie van **scale computing** voor het onbemande winkelconcept Okay Direct, uiterst betrouwbare winkelservers met drie modules die mekaar back-up zijn in geval van storing of defect.



IT-talent gevraagd

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

- Inspiratiebeurs, jobastings en loopbaantrajecten om collega's te laten proeven van de diverse jobmogelijkheden.
- Ruim 40 mensen stapten in een traineeship. Het aanbod werd verbreed, zowel qua instapmomenten als qua functies, met nu ook trajecten in businessanalyse en data & informatie.
- Deelname aan jobbeurzen en het network- en coaching-event 'Young Potential Boostcamp'. Intensieve samenwerking met het hoger onderwijs via gastcolleges, stages, werkplekleren en thesisbegeleiding.
- Headhunting om professionals aan te trekken.





De technische dienst is met circa 1.600 medewerkers actief in België en Luxemburg en biedt 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 kiest voor innovatieve oplossingen en duurzame technieken, volgt de milieuhuishouding minutieus op en gaat vaak verder dan de wet.



Focus op energie-efficiëntie en -besparing

Afgelopen boekjaar werd bijzondere aandacht besteed aan de energie-efficiëntie van gebouwen, machines en processen. Campagnes spoorden medewerkers aan om ook in het werk van alledag eenvoudig energie te besparen. Met resultaat: een vijftigtal acties tussen oktober en december 2022 deden het energieverbruik fors dalen. Zo verbruikten de winkels 30% minder gas, de distributiecentra en kantoren zelfs ruim de helft minder.

- De **winkels** zitten op schema in het afbouwen van fossiele brandstoffen voor de verwarming. Alle nieuwe winkels zijn sowieso lage-energiegebouwen, de bestaande winkels worden verder energetisch gerenoveerd volgens beproefd recept. Dat gaat om de verbetering van de isolatie en de luchtdichtheid en de toepassing van duurzame technieken voor verwarming, ventilatie en koeling. Denk aan propaankoeling, warmterecuperatie en warmtepompen. Waar mogelijk wordt de plaatsing van zonnepanelen versneld.
- De winkels namen bijkomende tijdelijke maatregelen om energie te besparen, zoals een verlaging van de binnentemperatuur en van de lichtintensiteit, of het tijdelijk terughangen van de flappen aan de gekoelde versmarkt bij Colruyt.
- Ook in de **kantoren** werd de temperatuur verlaagd. De verwarming start 's ochtends later op en is in het weekend tot het minimum beperkt. Aangepaste bewegingsdetectie op de verlichting zorgt ervoor dat het licht sneller uitgaat.
- In verschillende **distributiecentra** werden de grote centrale stookketels vervangen door zuiniger systemen met meerdere kleinere verwarmingsunits.

Werven in 2022/23



- 13 nieuwe winkels
- 22 renovaties
- 13.400 m² extra winkelruimte



Energiezuinig distributiecentrum

Het nieuwe distributiecentrum voor verse producten van Solucious in Bornem blinkt uit in energie-efficiëntie.

- Twee gescheiden koelruimtes met aangepaste temperaturen: 12 °C voor groenten en fruit en 4 °C voor o.a. zuivel en vlees.
- Optimale isolatie, met o.a. opblaasbare dockshelters voor de afdichting tussen kaaiport en vrachtwagen.
- Warmterecuperatie: de restwarmte van de koeling dekt 80% van de verwarmingsnood in de kantoren.
- 640 zonnepanelen op het dak, laadplein voor 25 elektrische wagens ...



Naar emissievrij transport

In het voorjaar van 2023 zetten we een grote stap in de **elektrificatie** van ons vrachtwagenpark. Voor transporten tussen distributiecentra en winkels namen we een elektrische 44 ton-vrachtwagen in gebruik. Ons foodservicebedrijf Solucious stelde dan weer vijf elektrische koelwagens in dienst.

We gingen waardevolle partnerschappen aan met de constructeurs Volvo en Scania en bouwden gloednieuwe snellaadinfrastructuur.

Met elektrische vrachtwagens kunnen we op termijn emissievrij én stil leveren, mooi meegenomen voor leveringen in de stad. Deze investering past in de Brusselse Green Deal 'Emissiearme stadslogistiek' en in ons engagement om tegen 2035 de broeikasgasuitstoot van ons in- en uitgaande goederentransport tot nul te reduceren.



Hypermodern kantoor Zwijnaarde

In september 2022 namen we een nieuw regionaal kantoor in gebruik in Zwijnaarde, net buiten Gent. De site met ruim 9.500 m² kantoorruimte en 261 parkeerplaatsen verving de gehuurde kantoren in Deinze en Merelbeke. De sterk verouderde voormalige hoofdzetel van Thomas Cook werd grondig gerenoveerd tot een moderne, energiezuinige en aangename werkplek voor bijna 400 medewerkers van de informatica- en personeelsdienst, Bike Republic, SmartWithFood en Jims. Er is ook ruimte voor flexwerk en de rechtereulegel (2.000 m²) wordt verhuurd aan derden. In dit circulaire bouwproject werden er maximaal duurzame materialen en technieken toegepast:

- Ledverlichting, regenwaterrecuperatie, warmterecuperatie en warmtepompboiler, natuurlijke koelmiddelen, groendak ...
- 524 zonnepanelen en 48 laadpunten voor elektrische wagens.
- Goed bereikbaar met het openbaar vervoer en met de fiets. Shuttleservice van en naar het station Gent-Sint-Pieters.



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



Corporate Marketing

Corporate Marketing bepaalt de brand, marketing- en communicatiestrategie van Colruyt Group en van corporate submerken zoals Collibri Foundation. De afdeling verzorgt services in pers en PR, marketing en communicatie, marktonderzoek en trendwatching en ondersteunt ook onze winkelformules in hun brand- en marketingstrategie.



Vertrouwen handhaven

Corporate Marketing werkte het voorbije boekjaar hard om het maatschappelijk breed gedeelde vertrouwen in Colruyt Group op hoog niveau te handhaven.

- Intensievere **interne** communicatie, om meer verbinding tot stand te brengen tussen medewerkers in een groot en divers bedrijf, vooral tussen directie en medewerkers. Om hun noden en bezorgdheden te capteren, organiseerden we bijvoorbeeld meer dan twintig lunchsessies, waarbij telkens een vijftiental medewerkers van gedachten wisselde met directieleden.
- Nieuwe initiatieven om het Colruyt Group-verhaal te delen met de **business partners**. Op de allereerste businesspartnerdag eind mei, kregen een 150-tal directe leveranciers inzicht in het strategisch plan van de groep en in hoe we als innovatief, duurzaam en Belgisch bedrijf verder willen groeien. Vanaf medio 2023 informeren we diezelfde partners ook via mail over relevante evoluties en realisaties van de groep.
- In een uitdagende, competitieve **jobmarkt** zorgden we voor een update van onze employer branding propositie, met als doel ons imago als beste werkgever in de Belgische retail hoog te houden.



- Met de verdere uitrol van de **Eco-score** maken we het onze **klanten** almaar makkelijker om bewust te consumeren. De eenvoudige kleur- en lettercode die de milieu-impact van producten weergeeft, prijkt op de verpakking van meer dan 500 eigenmerkproducten en op de elektronische prijsetiketten in onze winkels. Klanten kunnen de scores raadplegen op al onze digitale dragers. We stimuleren ook leveranciers van nationale merken om hun producten van een Eco-score te voorzien. In mei 2023 engageerde Danone zich als eerste om via de Eco-Score de klanten warm te maken voor milieubewuster aankopen.

Punten sparen voor het milieu

- Eind 2022 lanceerden we een programma waarmee klanten punten sparen telkens ze producten aankopen met Eco-score A of B. De punten kunnen ze inzetten voor het milieu en bijvoorbeeld een boom planten, een stuk bloemenweide aanleggen of een workshop volgen bij Colruyt Group Academy.
- We wonnen advies in van experts voor de selectie van enkele milieugerichte projecten en partners, waaronder BeeOdiversity, GoodPlanet en Nassonia. Later gaan we ook projecten kiezen die passen in onze andere duurzaamheidsthema's dierenwelzijn, gezondheid en samenleving.
- We zetten het spaarprogramma steviger in de markt, onder meer door producten met een goede milieuscore meer in de schijnwerpers te plaatsen en ze in de rayon beter zichtbaar te maken. We moedigen de klanten ook aan om hun punten effectief in te zetten, bijvoorbeeld via meldingen in hun Xtra-app.
- Corporate Marketing stroomlijnt de communicatie rond de Eco-score, in samenwerking met de winkelformules, tal van interne diensten en Collibri Foundation, onze stichting die op termijn alle projecten uit het duurzame spaarprogramma zal beheren.





Marketing Communication Services

Marketing Communication Services vertaalt de marketingstrategie van de groep en haar verschillende merken in doelgerichte online en offline marketingcommunicatie. De afdeling telt zowat 230 vaste medewerkers, van ontwerpers, copywriters, fotografen en videospecialisten tot communicatiestrategen. Voor de productie en verzending van communicaties wordt een beroep gedaan op onze print- en documentspecialist Symeta Hybrid.



Opmerkelijke creaties

- Nieuwe inspiratiefolder voor **Colruyt Laagste Prijzen**, met de weekplanner als rode draad.
- Nieuwe **Spar**-promofolder met maximale focus op de promo's, nieuwe mascotte, vereenvoudigd opmaakproces en goedkoper formaat.
- Nieuw driemaandelijks inspiratiemagazine 'Helemaal **Okay**', in samenwerking met een externe partner gespecialiseerd in content marketing.
- Campagne met gedrukte jobkrant voor werving van winkelmedewerkers in het Antwerpse, een boost voor het aantal kandidaturen en aanwervingen in de regio.
- Brievencampagne om slapende klanten van **Colruyt Group Academy** te activeren, resulterend in een uitstekende conversie van 4,5%.



Flexibele organisatie

- Het voorbije boekjaar zag Marketing Communication Services zijn productievolumes merkelijk dalen, wegens de verminderde vraag van onze winkelformules naar folders en andere marketingcommunicatie. De afdeling legde de nodige flexibiliteit aan de dag om de fluctuerende werk volumes op te vangen, onder meer door het inschakelen van freelancers. Een aantal communicaties die specifieke knowhow vereisen werd voor langere tijd uitbesteed aan externe communicatiebureaus.
- Er werden mooie besparingen gerealiseerd, bijvoorbeeld in de kosten voor de digitale opslag van foto's en video's. In globo worden beelden voortaan sneller automatisch van de servers verwijderd.

Efficiënter creëren en samenwerken

De afdeling en alle marketingdiensten van de groep nemen in de loop van 2023 een omvattend programma in gebruik, wat voor ruim 400 medewerkers een grote efficiëntieslag zal opleveren. Het programma zal de creatieprocessen ondersteunen, van briefing over correctierondes tot finale goedkeuring en archivering. Ook het hergebruik van bestaande content wordt een stuk makkelijker, onder meer via een toegankelijke beeldbank en vaste templates voor terugkerende communicaties.



Onze stichting van openbaar nut Collibri Foundation wil binnen- en buitenlandse jongeren in een maatschappelijk kwetsbare context meer kansen bieden op een geslaagde toekomst. Daartoe steunen we vormingsprojecten die de jongeren een goede opleiding bieden (*educate*), helpen groeien als persoon (*develop*) en hun zin voor initiatief, samenwerking en ondernemerschap stimuleren (*empower*). Collibri Foundation zorgt voor verbinding en uitwisseling tussen de jongeren, bouwt een lerend netwerk uit en betreft maximaal medewerkers en klanten.

Colruyt Group financiert alle werkingskosten en een groot deel van de projectuitgaven. De groep verdubbelt de opbrengst van de fundraisingacties in de winkels en de donaties van particulieren (begrensd tot een bepaald bedrag). De fiscale attesten voor donateurs worden uitgereikt door de Koning Boudewijnstichting.

“We geloven in een wereld waarin elke jongere de kans krijgt om ondernemer van zijn leven te worden.”

Nieuwe projecten in België

In 2023 werden er nieuwe partnerships opgestart met vier Belgische organisaties, telkens voor de duur van vijf jaar. De vier werden zorgvuldig geselecteerd na een projectoproep waarvoor een zestigtal aanvragen binnenkwamen.

- **Story-me** begeleidt Brusselse jongeren uit het technisch en beroepsonderwijs met een vernieuwend educatief programma in hun leertraject en beroepskeuze.
- **Make it Work** begeleidt jaarlijks 132 Belgische jongeren met een feitenverleden, via individuele coaching richting tewerkstelling of het (her)starten van hun opleiding.
- **Sport2Be** bevordert via regelmatige sportactiviteiten de sociale en professionele integratie van jongeren uit kansarme wijken in Brussel.
- **Rising You** organiseert programma's voor jonge, anderstalige vluchtelingen, gefocust op taalverwerving en oriëntatie naar diverse (technische) beroepen.



Buitenland: auditeren voor meer impact

- In de loop van 2022 liet de stichting een aantal buitenlandse projecten na hun derde werkingsjaar door externe partijen doorlichten. Na grondige evaluaties van de gerealiseerde impact en bereikte doelen werd één partnership in Burundi tijdelijk stopgezet. Drie andere werden verlengd, met een vernieuwd contract en aangepaste inhoudelijke voorwaarden op basis van de opgedane inzichten.
- Audits leveren heel wat data en inzichten op, nuttig om de lopende projecten bij te sturen maar ook om goede praktijken op te stellen voor andere projecten.

18 vormingsprojecten
in 8 landen



Vruchtbare wisselwerking

Collibri Foundation wil systematisch een vormingsproject koppelen aan elk duurzaam landbouwketenproject van de groep in het buitenland. Een ketenproject genereert op relatief korte termijn al lokale economische impact, terwijl het vormingsinitiatief in dezelfde regio op langere termijn sociaal-economische impact oplevert. Tussen de beide initiatieven kan er een verrijkende, duurzame wisselwerking ontstaan. Vandaag zijn er negen vormingsprojecten gekoppeld aan ketenprojecten, bijvoorbeeld voor de productie van koffie, honing en quinoa.

EUR 1.152.935
Donaties aan projecten, waarvan 74.665 euro afkomstig van wervingsacties en particuliere giften



Meer betrokkenheid

Collibri Foundation brengt verbinding en uitwisseling tot stand tussen partnerorganisaties, de deelnemende jongeren en medewerkers. Zo verleent de stichting meer en meer **niet-financiële support** aan haar partners of direct aan de jongeren. Voor partners kan het gaan om het delen van expertise, voor jongeren om toegang tot het netwerk van Colruyt Group of de organisatie van bezoeken, stages en studentenjobs in de centrale diensten, de distributie of de logistiek. Heel wat medewerkers zijn op diverse manieren betrokken bij de werking:

- Collega's nemen vrijwillig de rol van **mentor** op, waarbij ze jongeren uit Belgische projecten begeleiden en helpen een taal oefenen, hun eindwerk schrijven of zich oriënteren naar de jobmarkt.
- Jaarlijks zijn er medewerkers die **gastgezin** zijn voor Indonesische studenten die een maand stage komen lopen in de firma, een unieke ervaring voor iedereen.
- Collega's van Finance organiseerden een tweede sportchallenge, waarbij de groep elke afgelegde kilometer sponsort ten voordele van Collibri Foundation.

www.collibrifoundation.org

11.200
jongeren direct bereikt

Netwerken

- Na twee digitale edities bracht het netwerkevent Tomorrow's Voices opnieuw een veertigtal jongeren fysiek samen met medewerkers en partnerorganisaties.
- Collibri is lid van de Belgische Federatie van Filantropische Stichtingen, die een honderdtal leden telt, en van het European Venture Philanthropy Network. Dat telt ruim 300 organisaties en bundelt expertise, data en inzichten rond impactinvesteringen.