



Brussel, 28 november 2007

COOPERNIC versterkt zijn positie op de Europese markt en verovert nieuwe afzetgebieden

18 maanden na de lancering van het eerste verbond voor onafhankelijke handelaars in Europa, onderstreept COOPERNIC zijn meerwaarde en consolideert het vandaag zijn positie via een meerderheidsparticipatie in de Baltische groep PALINK. Deze strategische keuze laat COOPERNIC toe om meer aantrekkingskracht uit te oefenen op leveranciers, de invloedzone van de partnermerken uit te breiden en nieuwe afzetmogelijkheden te creëren voor de distributiemerken.

Als reactie op de toenemende concentratie in de consumptiegoederen-industrie, richtten vijf onafhankelijke groepen – de Groep Colruyt (België), CONAD (Italië), COOP (Zwitserland), E.LECLERC (Frankrijk) en de REWE Groep (Duitsland) – in februari 2006 COOPERNIC op. Doelstellingen: een uitbreiding van het aanbod, het op elkaar afstemmen van het aankoopbeleid, een uitwisseling van knowhow en de mogelijkheid om snel te investeren op groeimarkten. Tot op vandaag sloot de alliantie multinationale handels-akkoorden af met meer dan 100 leveranciers aan wie ze in ruil de mogelijkheid boden nieuwe markten te verkennen en een distributienetwerk uit te bouwen.

1) De Groep IKI: nieuwe ontwikkelingsperspectieven

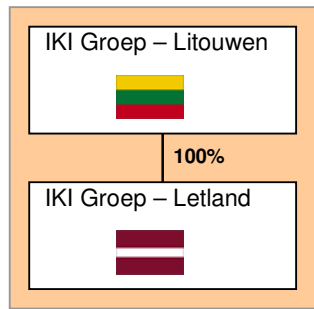
De groep IKI is sterk aanwezig in Litouwen (nummer 2 met een marktaandeel van 18%) en maakt opgang in Letland. De 209 winkels van de groep halen jaarlijks een omzet van 635 miljoen euro. Hiermee is de groep de nummer 3 van de Baltische staten.

Via een meerderheidsparticipatie (80%) in het kapitaal van de groep IKI (de overige 20% blijven in het bezit van de familie Ortiz) verwezenlijkt COOPERNIC zijn strategisch objectief om nieuwe afzetmogelijkheden te creëren op groeimarkten, waar de consumptie en de koopkracht aanzienlijk toenemen.

Deze strategische operatie laat COOPERNIC toe:

- > meer aantrekkingskracht uit te oefenen op internationale leveranciers
- > nieuwe afzetmogelijkheden te creëren voor de distributiemerken van de alliantie
- > de positie van COOPERNIC in het noordoosten van Europa te versterken
- > de invloedzone van de partnermerken uit te breiden.

De 5 partners van COOPERNIC kregen als volgt een plaats binnen de bedrijfsstructuur van IKI:



Deze participatie maakt de alliantie niet alleen sterker. Ze geeft alle leden van COOPERNIC ook de kans om hun internationale groei uit te breiden in functie van de eigen interesses op de nieuwe markt.

Jef Colruyt voegt hieraan toe: “Met onze participatie in IKI versterkt en verdiept de Groep Colruyt zijn samenwerking met de overige Coopernic-partners. Door onze deelname aan Coopernic kunnen wij ons beter opstellen ten opzichte van de concentratiebewegingen van zowel multinationale leveranciers als geïntegreerde distributeurs. Initiatieven zoals IKI bieden bovendien aanvullende mogelijkheden om met onze partners kennis en inzichten te delen op vlak van marktbenadering, formuleontwikkeling en logistieke know-how. Onze participatie in IKI vormt voor de Groep Colruyt ook een mooie investeringsopportunity in een toonaangevende retailer in de groeiende Baltische markt.”

2) Balans na 18 maanden: het visioen van onafhankelijke distributie krijgt vorm in Europa.

Met de oprichting van Coopernic wilden de vijf onafhankelijke groepen hun samenwerking binnen de sectoren food en non-food organiseren met een dubbel doel:

- > De uitbreiding van hun respectievelijk nationaal aanbod via een uitwisseling van knowhow en het hanteren van gemeenschappelijke handelspraktijken.
- > Een daling in de kosten om de consument de beste prijzen te kunnen aanbieden via gemeenschappelijke onderhandelingen.

COOPERNIC wil de eigen marketingstrategieën van de verschillende leden niet overbodig maken. Elk merk behoudt zijn autonomie inzake bevoorrading en ieder- een blijft samenwerken met zijn nationale, regionale en plaatselijke leveranciers. Het partnership maakte het mogelijk om het nationale aanbod in de lidstaten uit te breiden, dankzij een uitwisseling van kennis omtrent voedingsmiddelen en non-food producten.

COOPERNIC schept ruimte voor gezamenlijke onderhandelingen met multinationals:

- > In 18 maanden tijd optimaliseerde de alliantie de aankopen van vooraanstaande merken, zodat de klanten van de verschillende merken konden genieten van gunstigere prijzen. In 2007 leidde 100% van de gesprekken met de industriëlen tot een multinationaal handelsakkoord. De handelsakkoorden werden mogelijk gemaakt door het dynamisme van de vijf groepen, die op hun eigen markt nog steeds groeien.
- > De industriëlen van hun kant halen voordeel uit gecoördineerde transnationale prestaties in de vorm van: plannen voor marketing en merchandising én kansen vanuit gerichte promotionele events die gezamenlijk worden georganiseerd in de 18 COOPERNIC-landen. Een voorbeeld: Unilever lanceerde in alle landen van de alliantie een promotieactie rond al zijn voedingsmerken en DPH in het kader van een strategie voor duurzame ontwikkeling.
- > COOPERNIC biedt de industriëlen trouwens de mogelijkheid om zich te profileren op nieuwe markten en binnen de nieuwe distributienetwerken: tot nu toe kregen 5 Italiaanse en 5 Franse leveranciers toegang tot nieuwe markten.

Voor de merken van de voedingsdistributeurs werden in 2007 zowat 60 projecten opgezet met het oog op:

- > Een verlaging van de aankooprijzen
- > Het snel opsporen van nieuwe bevoorradingskanalen: E.Leclerc benutte een bestaande bevoorradingsroute voor maïs in blik van REWE, wat een tijdswinst van 12 maanden opleverde bij de verdere uitbouw van de route
- > Een verrijking van de respectievelijke gamma's van de 5 leden van de alliantie: COOPERNIC geeft heel wat regionale producenten en kmo's de kans hun producten aan te bieden in de winkels van de andere leden en zo hun Europese verkoop op te vijzelen.
- > Tot slot heeft COOPERNIC bijgedragen tot een harmonisering en een versterking van de kwaliteitscriteria die bij aanbestedingen voor voedingsmiddelen worden gehanteerd.

Voor de merken van de non-fooddistributeurs heeft het partnership ervoor gezorgd dat de consumenten konden genieten van de beste selecties van de andere leden, ook in sterke groeisectoren, omdat werd gestreefd naar evenwichtige handel:

- > De Naturaline-producten werden door COOP exclusief in Zwitserland op de markt gebracht. In de zomer van 2008 zullen ze ook in de textielafdeling van E.LECLERC te vinden zijn.
- > Toepassing van een gemeenschappelijk charter rond het gebruik van pesticiden door 3 partners van de alliantie met het oog op de invoering van rozen uit Kenia.
- > Tot slot schiep COOPERNIC ruimte voor de gezamenlijke aanpak van kwalitatieve en sociale audits van producten, met name op de speelgoedmarkt.

BIJLAGE

INHOUD

- > COOPERNIC in cijfers
- > IKI in cijfers
- > De geografische inplanting van de partners is complementair

COOPERNIC in cijfers

5 groepen van distributiepartners: de Groep Colruyt, CONAD, COOP, de vestigingen van E.Leclerc en de REWE Groep

17.559 verkooppunten in Europa

7.498 onafhankelijke handelaars zijn bij het project betrokken

101.8 miljard euro aan gezamenlijke omzet

10% marktaandeel in Europa

18 landen met partnervestigingen

De groep IKI

Opgericht in 1992 door de 3 broers Ortiz

Aanwezigheid in Litouwen en Letland

209 verkooppunten

Verkoopoppervlakten tussen 300 m² en 2850 m²

7700 medewerkers

Totale omzet 2006 : 492 mio. €

Totale omzet 2007 : 635 mio. € (+29%)

Nummer 3 in de Baltische staten en nummer 2 in Litouwen met een marktaandeel van 18%

Een continue expansie: uitbreidingsplannen in Litouwen en Letland, inplantingsproject in Estland

Performante logistieke structuren

Sterke competenties in de sectoren Bakkerij / Beenhouwerij / Traiteur