

## CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ

### NEUF PREMIERS MOIS 2008/2009

#### *Chiffre d'affaires des neuf premiers mois 2008/2009*

Au cours des neuf premiers mois de l'exercice 2008/2009 (période du 01/04/2008 au 31/12/2008), le Groupe Colruyt a réalisé une croissance de son chiffre d'affaires de 13,0%, soit 4.769,7 millions d'EUR contre 4.222,4 millions d'EUR pour la même période de l'exercice précédent. La contribution au chiffre d'affaires des différents secteurs du Groupe est détaillée dans le tableau ci-après.

Le commerce de détail, essentiellement porté par les magasins Colruyt, a connu une croissance de son chiffre d'affaires de 12,2% (3.657,7 millions d'EUR). Fin décembre 2008, le commerce de détail en Belgique comptait 209 magasins Colruyt, 55 magasins OKay, 5 magasins Bio-Planet pour le secteur de la distribution alimentaire et les 36 magasins non-alimentaires du Groupe Dreamland. Les activités de commerce de gros et de "food service" du Groupe Colruyt ont vu leur chiffre d'affaires augmenter de 13,0% pour atteindre 792,0 millions d'EUR, grâce à la bonne performance de SPAR Retail et à la croissance de nos activités sur le marché français. Les autres activités du groupe ont vu leur chiffre d'affaires augmenter de 22,9% (320,0 millions d'EUR). Cette dernière augmentation est en grande partie due aux stations-essence DATS 24 qui ont vu leur chiffre d'affaires augmenter de manière nette.

Eléments significatifs ayant eu une influence sur les ventes des neuf premiers mois 2008/2009:

- *Forte évolution du chiffre d'affaires pendant les vacances de Noël:* malgré le niveau élevé du chiffre d'affaires pour la période comparable et une augmentation des activités promotionnelles et des investissements prix chez nos concurrents, le chiffre d'affaires des magasins Colruyt a fortement progressé pendant les 15 jours des vacances de Noël. Pour les produits alimentaires, la baisse de confiance des consommateurs, combinée avec une inflation historiquement élevée, n'a pas eu d'impact significatif sur les volumes des ventes ou la fréquentation des magasins. Ceci peut être expliqué par le fait que les gens ont davantage passé les fêtes de fin d'année à la maison ou dans leur cercle familial. Qui plus est, le pouvoir d'achat a été soutenu grâce à l'indexation automatique des salaires au niveau de l'inflation. Enfin, notons également le fait que les magasins Colruyt occupent une position unique sur le marché du discount, en proposant des produits aux meilleurs prix, aussi bien sur les marques nationales que sur les marques propres.
- *L'augmentation des prix de matières premières sur les marchés mondiaux renforce l'attention pour les prix.* La hausse de l'inflation dans le secteur alimentaire a eu une influence positive sur le chiffre d'affaires du Groupe Colruyt. Ces derniers mois, les magasins Colruyt ont continué à gagner des parts de marché grâce à leur stratégie des meilleurs prix. Colruyt continue d'ailleurs à appliquer cette stratégie des meilleurs prix dans le contexte actuel de baisse des prix.

## Chiffres d'affaires par secteur

(en million d'EUR)	2008/2009	2007/2008	évolution
Commerce de détail (Retail)	3.657,7	3.261,3	12,2%
Commerce de gros et "Food service"	792,0	700,7	13,0%
Autres activités	320,0	260,4	22,9%
<b>TOTAL</b>	<b>4.769,7</b>	<b>4.222,4</b>	<b>13,0%</b>

### *Calendrier financier*

- Publication des résultats de l'exercice 2008/09 24 juin 2009
- Chiffres d'affaires du premier trimestre 2009/10 30 juillet 2009
- Assemblée générale des actionnaires 16 septembre 2009

### *Personnes à contacter*

Wim Biesemans +32 2 360 10 40  
François Van Leeuw +32 2 360 10 40

### **Risques inhérents aux prévisions**

*Les déclarations formulées par le Groupe Colruyt dans le présent communiqué de presse, de même que les références à ce communiqué dans toutes autres déclarations écrites ou orales du Groupe, portant sur les perspectives d'avenir en matière d'activités, sur les événements et les développements stratégiques du Groupe Colruyt, sont des prévisions et comportent à ce titre des risques et des incertitudes. Les informations communiquées reposent sur les données disponibles à ce moment ; ces informations sont susceptibles de différer du résultat final. Les facteurs pouvant induire une distorsion entre les prévisions et la réalité sont les suivants: changement de contexte microéconomique ou macroéconomique, circonstances de marché variables, climat concurrentiel changeant, décisions défavorables concernant la construction et/ou l'agrandissement de nouveaux magasins ou de magasins existants, problèmes d'approvisionnement avec les fournisseurs, sans oublier tous les autres facteurs pouvant avoir un impact sur le résultat du Groupe. Le Groupe Colruyt se décharge de toute obligation quant aux communications futures susceptibles d'avoir des répercussions sur le résultat du Groupe ou d'entraîner un écart par rapport aux prévisions fournies dans le présent communiqué de presse ou dans toute autre communication du Groupe, qu'elle soit orale ou écrite.*