



Activiteiten

Food

**Gezondheid
en Welzijn**

**Non-
food**

Energie

p69

p75

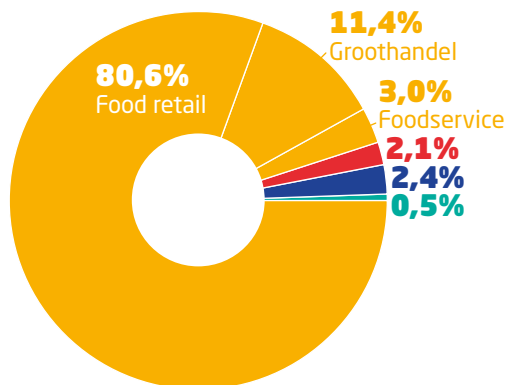
p80

- p39 **Food retail**
- p57 **Groothandel**
- p63 **Foodservice**
- p66 **Food production**

p84 **Ondersteunende diensten**

Omzetverdeling

Omzet per vakgebied



De operationele activiteiten van Colruyt Group zijn opgedeeld in meerdere vakgebieden. Alle vakgebieden kunnen rekenen op ondersteunende of corporate diensten zoals IT, Technics, HR enz.

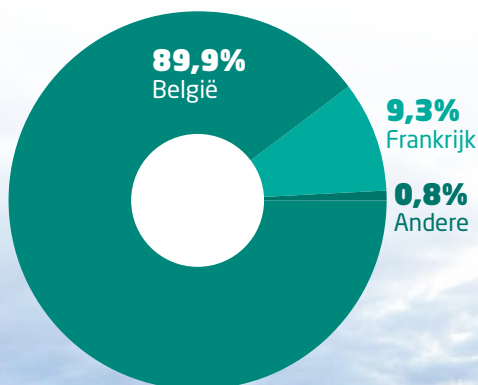
Food omvat al onze activiteiten in de fooddetailhandel en -groothandel en in foodservice

Gezondheid & Welzijn omvat de activiteiten Newpharma en Jims

Non-food omvat voornamelijk de activiteiten Bike Republic en The Fashion Society

Overige omvat de externe omzet van Symeta Hybrid en Food production

Omzet per geografische opdeling



Food

Food retail



Colruyt Group realiseert zowat vier vijfde van zijn omzet in de food retail, voornamelijk via fysieke winkels in België, maar ook in Frankrijk en Luxemburg. In België is de groep ook marktleider in de online food retail.

colruyt  laagste prijzen

CoMarkt 

 **Collect&Go**

BOIR.


FOODBAG


OKay


BIO-
planet


CRU

colruyt 
prix · qualité


BON


ROBI
PROFESSIONAL

(bedrijven waarin Colruyt Group participeert)

Colruyt Laagste Prijzen 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 6.952 miljoen
omzet (+0,1%)
(incl. omzet van de Comarkt-winkels)

270 winkels
(264 in België en
6 in Groothertogdom
Luxemburg)

1.700 m² gemiddelde
winkeloppervlakte

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

Meer dan 15.400
medewerkers in VTE

Laagste prijzen

colruyt.be / colruyt.lu



Geringe omzetzdaling in stagnerende markt, klant behoudt laagsteprijsgarantie

Colruyt Laagste Prijzen zag zijn omzet afgelopen boekjaar in geringe mate teruglopen. De eerste jaarhelft werd negatief geïmpacteerd door de slechte weersomstandigheden tot ver in juli, nefast voor de verkoop van zomertoppers zoals dranken en BBQ-artikelen. In de tweede jaarhelft kende Colruyt een doorsnee eindejaarperiode. Na het wegebben van de sociale onrust in de verzelfstandigde Delhaize-winkels, zag Colruyt een aantal van hun klanten weer minder frequent langskomen.

De omzet werd evenmin gestimuleerd door de aanhoudende onrust wereldwijd, het blijvend lage consumentenvertrouwen en een toenemend aantal zelfstandigen die op zondag open zijn. In een stagnerende voedingsmarkt kromp de klantenportefeuille en daalden de winkelfrequentie en gemiddelde besteding, waardoor finaal het marktaandeel onder druk kwam te staan. Deze trend stabiliseerde in de eerste drie maanden van 2025.

Colruyt ondervond doorlopend vrij hoge promodruk en bleef zoals altijd de laagste prijzen garanderen, wat enige druk op de marges teweegbracht. De rentabiliteit had ook te lijden onder de overwegend lagere voedingsinflatie die een stuk onder de gemiddelde inflatie bleef. Daardoor konden bepaalde operationele kosten onvoldoende in de verkoopprijzen doorgerekend worden.

Vanaf het najaar van 2024 openden er enkele nieuwe winkels in voormalige vestigingen van Match in Wallonië. Colruyt is tevreden dat deze winkels vrij snel op kruissnelheid kwamen.

› **Nieuwe winkels** in Chimay, Florennes, Grâce-Hollogne, Jumet, Wandre, Aarschot, 's Gravenbrakel, Lessines en Tienen

› **Heropeningen** na renovatie: Wavre, Chênée, Temse, Kalmthout, Geel, Molenbeek, Waremmes, Lochristi, Virton, Schoten, Anderlues, Marbais, Hooglede, Tertre en Mersch (Lux.)

Een halve eeuw laagste prijzen

Colruyt garandeert al meer dan 50 jaar de laagste prijs, wat jaar na jaar bevestigd wordt door consumentenorganisatie Testaankoop. Ook in uitdagende omstandigheden blijft Colruyt zijn belofte nakomen, mede door consequent te blijven inzetten op de **laagste kosten**. Denk aan de sobere winkelrichting, het permanente streven naar eenvoud en efficiëntie, het gebruik van innovatieve technologie, de constructieve relaties met de leveranciers en de internationale samenwerking rond aankoopvoorwaarden.

Colruyt nam afgelopen boekjaar een nieuwe prijsvergelijkingstool in gebruik en optimaliseerde de frequentie van de prijsopnames bij concurrenten. Zo worden de prijzen met behulp van AI nog **sneller, correcter** en **kostenefficiënter** aangepast en is de keten nog beter gewapend om zijn laagsteprijsgarantie hard te maken.



All-in one folder

Sinds begin 2025 krijgen klanten in hun tweewekelijkse omslag nog maar één enkele, dunnere en meer overzichtelijke folder, in plaats van de vroegere themafolders zoals 'Actie' en 'Inspiratie'.

- **Relevantie.** De folder focust op prijs en opent met 8 sterke TOP promo's, waar de klanten volgens onderzoek vooral naar uitkijken.
- **Efficiëntie.** Het inspiratieluik is beknopter dan vroeger en bevat bijvoorbeeld iets minder recepten. Voor inspiratie rond koken of bewust consumeren verwijst Colruyt sneller door naar zijn digitale platformen.
- **Besparing.** De oplage van de gedrukte folder werd verlaagd, tegelijk werd er meer ingezet op communicatie via digitale kanalen.

TOP promo's, topresultaten

Bij het begin van het boekjaar lanceerde Colruyt de TOP promo's: sterke en duidelijk herkenbare aanbiedingen zoals 2+1 of 1+1 gratis op breed gekochte producten. De promo's zijn prominent zichtbaar in de folders, online, in de winkels én op het kasticket en versterken het vertrouwen van de klanten in de laagste prijzen.

Inzetten op nieuwe technologie

Colruyt blijft investeren in technologie die meer eenvoud en efficiëntie in de organisatie brengt en meer ergonomie in het dagelijks werk.

- Sinds maart 2024 testten medewerkers een **slimme winkelkar** met een tablet om producten zelf te scannen én af te rekenen. De testers zijn overwegend enthousiast over de tijdsbesparing, het vermijden van de wachtrij aan de kassa en het scherm met een overzicht van de boodschappen en kortingen en het totaalbedrag. Eind 2025 zal de kar voor het eerst op beperkte schaal door klanten getest worden.
- Tijdens meer dan een jaar praktijktesten in een twintigtal winkels werd de **Easy check-out** verder verfijnd. Het slimme kassasysteem dat producten automatisch scant, geeft een aanzienlijke productiviteitswinst, verkort de wachtrijen aan de kassa en is meer ergonomisch voor de medewerkers. Tegen september 2025 is het geïnstalleerd in een vijftigtal winkels, tegen eind 2026 in alle winkels.
- Er loopt een test van een **slimme kassaweegschaal** die groenten en fruit in bulk herkent, zelfs in een herbruikbaar netje. Daardoor hoeft de kassamedewerker geen codes meer in te geven noch in de zakjes te kijken, wat veel tijdswinst oplevert.

Bekroonde palletautomatisatie

Colruyt test een automatisatie met robots die volle palletten stockeren op een extra verdieping boven het gelijkvloerse magazijn. Het systeem creëert extra opslag- én winkelruimte en spaart werkuren uit. Meegenomen, want het is kostenefficiënter om de winkels te bevelen met volle palletten en boven op de rayons mag er almaar minder gestockeerd worden. De automatisatie kan meerwaarde opleveren voor een vijftigtal winkels met voldoende hoogte voor een bijkomende mezzanine. Ze kreeg in 2025 een RETA Award voor innovatieve technologieën in retail.



Van 2 naar 4 Colruyt Professionals

Colruyt Professionals opende nieuwe winkels in een overgenomen Match-winkel nabij Charleroi en in een voormalig Newpharmamagazijn bij Luik. De winkels zijn enkel toegankelijk voor professionele klanten zoals kruideniers, nachtwinkels en horecazaken. Ze vinden er specifieke assortimenten met meer grootverpakkingen en een dienstverlening afgestemd op aankopen in het groot.

Colruyt heeft in totaal nu 4 cash&carry winkels en wil groeien naar een tiental in België. Ook de andere Colruyt-winkels draaien heel wat b2b-omzet.



Kiezen voor Belgische oorsprong

Als Belgische retailer biedt Colruyt maximaal binnenlandse producten aan. De winkelketen zet sterk in op lokale verankering en kwaliteit, in combinatie met de laagste prijzen voor de consument.

- Voor het tweede jaar op rij organiseerden Belgische **rundveehouders** samen met de Colruyt-beenhouders twee degustatieweekends in een vijftigtal winkels. De kwekers zijn aangesloten bij drie producentenorganisaties waarmee Colruyt al lang rechtstreeks samenwerkt en leveren onder meer exclusief vrouwelijk rundvlees.
- Colruyt is fier op zijn ruime assortiment van bijna 300 **bieren**, waarvan 90% in België geproduceerd wordt. Ruim een derde van alle Colruyt-klanten koopt geregeld alcoholvrij. Colruyt biedt dan ook meer dan 30 alcoholvrije bieren aan en lanceerde in augustus 2024 de Cara 0.0, de alcoholvrije versie van de bekende Cara-pils.
- Colruyt verkoopt de **premiumaardbeien** van de Coöperatie Hoogstraten, die het vakmanschap bundelt van meer dan 120 familiebedrijven.



Assortiment in beweging

Colruyt sleutelt continu aan zijn assortimenten. Zo blijft het aanbod **alcoholvrije** dranken sterk groeien, net als de rayon **parafarmacie**, samengesteld met advies van Newpharma. Ook de premium **dierenvoeding** doet het goed en helpt heel het assortiment naar een hoger niveau tillen. De verkoop van **snijbloemen** en **magazines** genereert ondertussen al bijna evenveel bijdrage als die van de stopgezette tabaksverkoop.

- Colruyt stopte in maart 2025 met de verkoop van **tabak** aan particulieren, een maand voor het verbod officieel inging. Medewerkers werden grondig gebriefd om de klanten correct te kunnen informeren over de stopzetting. Voortaan verkopen de winkels alleen nog rookwaren aan geregistreerde professionele klanten die ze via het kassasysteem herkennen.
- Sinds het najaar van 2024 vinden klanten aan de kassa een vijftal populaire **magazines** en enkele boeketten **snijbloemen**. Daarnaast komen er in de loop van 2025 grotere meubels met bloemen en planten in de check-outzones en ook in de Collect&Go-afhaalpunten.
- Sinds begin 2025 hebben alle winkels een **Trending online** rayon met een twintigtal drankjes en snacks die in trek zijn bij tieners, zoals Dubai-chocolade. De rayon is een groot succes en brengt jongere doelgroepen binnen het bereik van Colruyt, wat zich vertaalt in meer volgers op TikTok.
- Het makkelijk herkenbare nieuwe huismerk **Boni Plan't** kreeg een prominente plaats in de rayons. Het telt meer dan 100 betaalbare en kwaliteitsvolle plantaardige producten, waaronder vleesvervangers, peulvruchten, dips, desserts en zuivelalternatieven.
- Verspreid over verschillende winkels lopen er een dertigtal testen met nieuwe producten en categorieën.
 - Plantaardig assortiment van **Bio-Planet**. Zo bouwt Colruyt meer expertise in bio op en krijgen klanten een voorsmaakje van het assortiment van de biosupermarkt.
 - Een tweehonderdtal horecaproducten van onze foodservicespecialist **Solucious**, een bijkomende service voor de vele horekazaken die bij Colruyt winkelen. In de beenhouwerij kunnen ze ook vlees laten versnijden en verpakken op maat.



Comarkt is al jarenlang een tijdelijk uithangbord voor overgenomen winkels, in afwachting van hun ombouw naar een vaste winkelformule van de groep. De formule heeft een ruim aanbod kwaliteitsvolle producten aan voordelige prijzen en pakt regelmatig uit met sterke promo's. Klanten krijgen een wekelijkse folder en pakken via Xtra automatisch alle promo's en kortingen van het moment mee.



Van Match naar Comarkt naar Okay, Colruyt, Spar ...

In april 2024 rondde Colruyt Group zijn grootste overname ooit af, met 54 Match- en Smatch-winkels van Louis Delhaize nv. Na een lichte ombouw van amper één week heropende een veertigtal winkels onder de tijdelijke vlag van Comarkt of Comarché, kwestie van maximale continuïteit te verzekeren. Zeven franchisewinkels sloten aan bij Retail Partners Colruyt Group en worden als zelfstandige Spar-winkel uitgebaat. De overige winkels gingen onmiddellijk dicht voor grondige verbouwingen. Een aantal daarvan is ondertussen heropend in hun definitieve formule.

Doel is om alle Comarkt-winkels op termijn om te bouwen naar een permanente formule. Voor elke site werd grondig geëvalueerd welke formule het meest geschikt is om de buurt een aanbod op maat te bezorgen. Indien nodig wordt de omschakeling nog bijgestuurd om zo goed mogelijk tegemoet te komen aan de lokale klantennoden.

Dankzij de overname van Match en Smatch zal Colruyt Group in België tegen eind 2027 naar verwachting uitbreiden met 21 winkels van Spar Colruyt Group, 14 van Okay, 8 van Colruyt Laagste Prijzen, 6 van Bio-Planet en 2 van Colruyt Professionals. Met deze uitbreiding is de groep voortaan ook sterker vertegenwoordigd in Wallonië en Brussel.

Overgenomen Match- en Smatch-winkels die tegen einde boekjaar waren omgebouwd naar hun definitieve formule

- › **2 Colruyt**
- › **1 Colruyt Professional**
- › **7 Spar** of andere zelfstandige winkel
- › **4 Bio-Planet**

Sterke springplank

- De meeste overgenomen winkels die heropenden als Comarkt en Comarché presteerden al snel naar behoren. Zeker de kleinere verkooppunten realiseerden mede dankzij sterke prijsdalingen gemakkelijk volumestijgingen van 30% en tot een vijfde meer omzet.
- In een achttal grotere winkels kwam de verkoop de eerste maanden minder snel op gang. Na analyse van de klantenfeedback besloten we het assortiment verse producten beter af te stemmen op de klantenbehoeften. Daartoe werden de winkels opgenomen in de logistieke keten van Retail Partners Colruyt Group, dat ook de zelfstandige Spar-winkels bevoorraadt.
- Tegen april 2025 waren er een vijftal Comarkten overgegaan naar hun definitieve bestemming. Die presteren naar verwachting en versterken het marktaandeel van hun formule. Voor nagenoeg alle andere sites was het einddoel vastgelegd.
- Na de overname maakten alle 950 **medewerkers** mee de overstap naar Colruyt Group. Speciaal voor leidinggevendenden lopen er sinds het najaar van 2024 diverse ontwikkeltrajecten, gefocust op de typische rollen, functies en cultuur van de groep.

 **EUR 154 miljoen** omzet

 **35 winkels**
per 31/03/2025

 **1.200 m²** gemiddelde
winkeloppervlakte

 **Meer dan 500**
medewerkers in VTE

 **comarkt.be**



Collect&Go

Collect&Go is al 25 jaar marktleider op de Belgische online voedingsmarkt. Klanten reserveren hun boodschappen via de website of de Xtra-app en kiezen uit 15.000 producten van Colruyt en Bio-Planet. Ruim twee derde van de bestellingen wordt klaargemaakt in de winkels, een derde in de e-distributiecentra van Londerzeel en Erpe-Mere. Klanten die voor middernacht reserveren, kunnen hun boodschappen de dag nadien afhalen in 246 afhaalpunten.

Collect&Go levert ook aan huis, deels met eigen medewerkers, deels met particuliere bezorgers. De boodschappenservice staat voor kwaliteit, betrouwbaarheid, vakmanschap en persoonlijke service.

° 2000



246 afhaalpunten
(242 in België en
4 in Luxemburg)



Meer dan 600
medewerkers in VTE



Leef vollenbak.
Je boodschappen
makkelijk online.



collectandgo.be



Stabiele omzet in geconsolideerde markt

De omzet van de online boodschappendienst stabiliseerde op het niveau van het voorgaande boekjaar. De resultaten zijn in lijn met een geconsolideerde e-commerce foodmarkt die status-quo is gebleven.

Sinds eind 2023 biedt Collect&Go de maaltijdboxen van **Foodbag** aan, sinds eind 2024 ook de premium dranken van de nieuwe webshop **Boir**.

Er lopen ook partnerships met onze online apotheek **Newpharma** en fitnessclub **Jims**, volgens het principe *recipe-to-basket*. Daarbij kunnen klanten de ingrediënten van recepten die passen bij hun gezondheids- of sportprofiel in één klik toevoegen aan hun Collect&Go-boodschappenlijstje. Ook een vijftal culinaire websites van externe partners hebben een Collect&Go-knop.

Thuislevering wint aan belang

Afhalen is nog steeds de meest courante leveringswijze, maar aanhuislevering wint gestaag aan belang, zeker in de grootsteden, waar de service de gemiddelde populariteit sterk overstijgt. Collect&Go kan al ruim de helft van alle Belgische huishoudens thuis beleveren en is klaar om verdere groei te realiseren.

- In de regio's Brussel en Antwerpen zijn het vooral **eigen medewerkers** die boodschappen vanuit het distributiecentrum in Londerzeel aan huis bezorgen. Sinds medio 2024 beschikken zij ook over elektrische bestelwagens.
- Voor de andere regio's doet Collect&Go een beroep op Drivers, zowat 5.000 **particuliere bezorgers** die in hun buurt boodschappen van een afhaalpunt tot bij de klant brengen, tegen een vergoeding van 7 euro.
In maart 2025 breidde het Drivers-netwerk uit met 78 gemeenten in Oost-Vlaanderen, waar al 80% van de gezinnen bereikt kan worden. Sinds april 2024 kunnen de Gentse bezorgers gratis een elektrische bakfiets gebruiken.



Test met gekoelde lockers

Collect&Go testte in 2024 een uiterst flexibele oplossing voor het afhalen van boodschappen tot ver buiten de doorsnee openingsuren, een primeur in België. Klanten konden verse boodschappen (uit het assortiment van Okay) online bestellen en dezelfde dag tot 23u. ophalen in gekoelde lockers op een Okay-winkelparking. De test werd goed onthaald en Collect&Go bekijkt mogelijkheden om de service op grotere schaal uit te rollen.

Efficiëntie en ergonomie in de logistiek

Sinds mei 2024 krijgen medewerkers in het distributiecentrum Londerzeel assistentie van slimme, zelfrijdende voertuigen. Die navigeren autonoom door het magazijn en leiden de medewerkers via de meest efficiënte route naar de plaats waar ze verse producten op te pikken hebben. Het werk verloopt 20% sneller dan voorheen en is fysiek een stuk minder belastend.

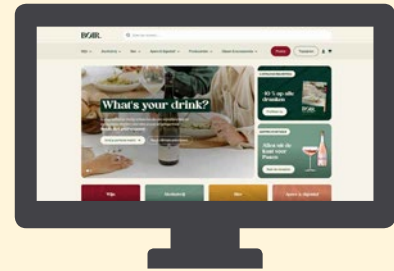
Collect&Go investeert in bijkomende automatisaties op de site, met het oog op verdere optimalisatie van de processen.

Drukke zomer 2024

- In juli en augustus waren de **afhaalpunten** aan de kust ook open op zondagochtend.
- Collect&Go verdeelde 450 gratis vip-tickets voor het **Beach Festival** in Nieuwpoort.
- De Collect&Go **Summer Roadshow** trok voor het derde jaar op rij langs de kust en door het binnenland, met animatie voor jong en oud.

BOIR.

De webshop Boir biedt sinds eind 2024 een unieke selectie van een duizendtal referenties in wijn, bier, aperitief, digestief en alcoholvrij, niet verkrijgbaar in de andere winkelformules van de groep.



- Boir is een gebruiksvriendelijke webshop met duidelijke productinfo, transparante prijzen, een eenvoudig bestelproces en levering in een Collect&Go-afhaalpunt of thuis.
- Als opvolger van de webshop Klassewijnen bouwt Boir verder op 80 jaar wijnvakmanschap binnen de groep. Met meer beleving en begeleiding wil het merk meer jongere en stedelijke doelgroepen aanspreken.
- Boir is sterk in wijn maar bijvoorbeeld ook in alcoholvrije dranken die een volwaardige plek kunnen innemen naast wijn of bier, en in exclusieve producten zoals gin van Ricky Gervais.





Foodbag levert in heel België verse, gevarieerde maaltijdboxen aan huis. Eigen chefs en bekende gastchefs stellen elke week meer dan 35 evenwichtige gerechten samen, in zes verschillende kookstijlen. Foodbag garandeert kwaliteit en smaak, door te kiezen voor duurzaamheid en seizoenproducten van Belgische leveranciers. De klanten stellen hun persoonlijke box samen met drie à zes gerechten, in porties voor één tot zes personen.

Uniek is de mogelijkheid om losse bestellingen te plaatsen of te kiezen voor een (eenvoudig te pauzeren) abonnement. Meer dan 220 enthousiaste chauffeurs leveren de boxen gekoeld aan huis, elke week van vrijdag tot en met dinsdag. Op maandag is Foodbag ook beschikbaar in een honderdtal afhaalpunten van Collect&Go.

° Sinds februari 2022



Participatie:
41,36% in Smartmat nv
op 31 maart 2025



Sterkste groei ooit

Foodbag presteerde sterk in 2024 en draaide nog eens 35% meer omzet dan in het vorige recordjaar 2023. Daarmee is Foodbag de jongste jaren stevast de sterkste groeier op de markt.

- Het concept van de maaltijdbox blijft grotendeels gelijk, al groeit het aanbod *hyperconvenience*, zoals voorgesneden en voorgekookte ingrediënten of *ready-to-heat* gerechten. Ideaal om op kortere tijd toch vers en gezond te koken.
- In 2024 werden succesvolle samenwerkingen opgestart met de gerenommeerde Slagerij Dierendonck en bekende chefs als Julien Lapraille en Piet Huysentruyt.
- Foodbag introduceerde als eerste in Europa een herbruikbare box, ontwikkeld met steun van de Vlaamse 'Green Deal Anders Verpakt'. Het alternatief voor de kartondoos werd goed ontvangen door de klanten en kan de eerste twee jaar tot 150 ton karton besparen.

10 jaar Foodbag, van 2014 tot 2025

2014

Oprichting in Gent door bezieler Stéphane Ronse.

2019

Foodbag fuseert met de Belgische maaltijdbox **Smartmat** en wordt een merk onder de gelijknamige nv.

2021

Smartmat nv neemt de kookbox **15gram** over en wordt het grootste fresh food e-commercebedrijf van België.

2022

Colruyt Group neemt een participatie van 41,36% in Smartmat nv.

2025

- Jessie Maras (ex Collect&Go) is de nieuwe Foodbag CEO, Ronse blijft lid van de Raad van Bestuur van Smartmat.
- Overname van **Foodprepper**, Belgische specialist in ready-to-eat foodboxen.
- Colruyt Group verhoogt zijn participatie tot 100% in april 2025.



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

Okay City is dé **stadssupermarkt**, met een compleet aanbod op minder dan 400 m², 7 op 7 open en vlot bereikbaar te voet of per fiets.

Okay Direct is de **24/7 supermarkt** waar klanten volledig autonoom winkelen.

° 1998

 **EUR 1.168 miljoen** gezamenlijke omzet Okay, Bio-Planet en Cru (+1,9%)

 **170 winkels**, (waarvan 145 Okay, 22 Okay City en 3 Okay Direct)

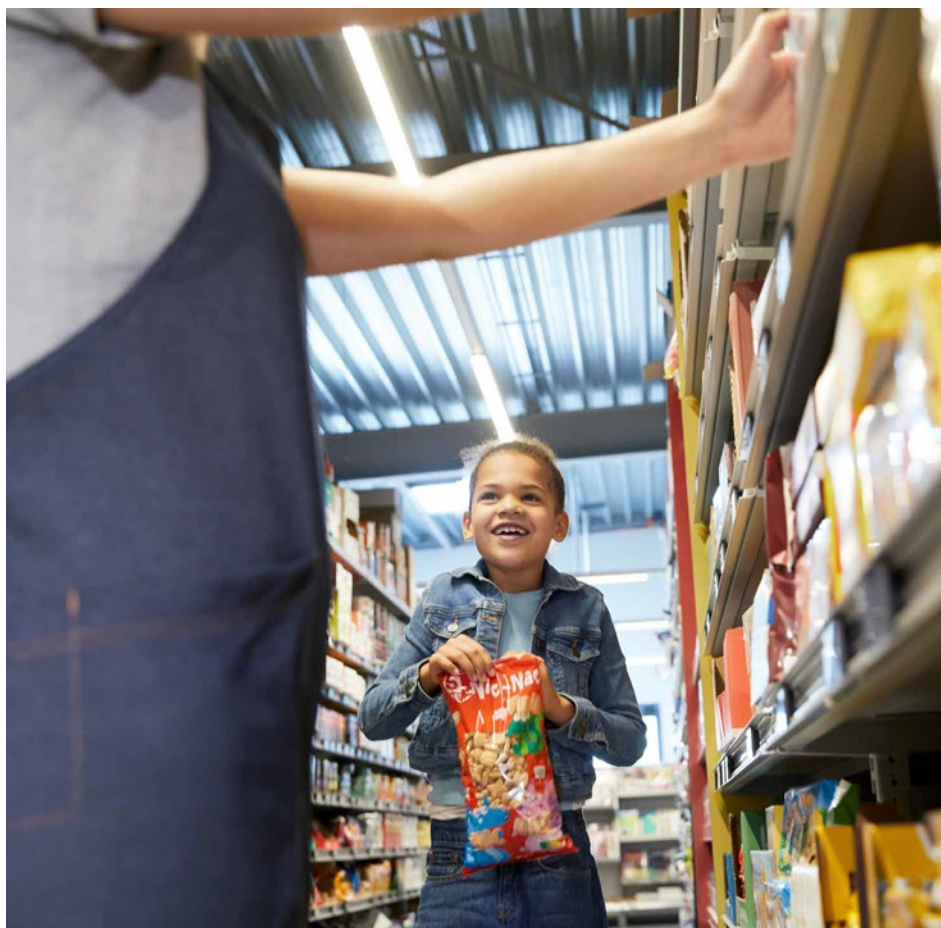
 **400-650 m²** gemiddelde winkeloppervlakte

 **+ 4.700 referenties**, **+ 3.000** in Okay City

 **Meer dan 2.500** medewerkers in VTE

 **Makkelijk mag.**

 **okay.be**



Geslaagde investeringen in prijs, promo en assortiment

Okay is tevreden over het voorbije boekjaar: de omzet kende een geringe stijging, ondanks de beperkte expansie en de lagere inflatie. De winkelfrequentie steeg en het gemiddelde winkelmandje werd lichter, wat finaal wel resulteerde in hogere bestedingen per klant. Het derde kwartaal was goed, vooral door een sterker promotioneel aanbod met o.a. 1+1 gratis aanbiedingen. Toch werd het positieve effect van investeringen in prijs, promo en assortiment beperkt getemperd door onder meer de zondagsopeningen van de concurrentie. De marges bleven stabiel en het resultaat evolueerde positief, mede dankzij lagere energiekosten alsook productiviteitswinsten in de winkels én de logistieke keten. Zo worden bepaalde producten nu per stuk gepickt in plaats van per colli. Dat reduceert de afvalvolumes en finaal ook de totale distributiekost.

Volgend boekjaar zullen er naar verwachting vier nieuwe winkels van Okay City en tien van Okay openen, waaronder 4 omgebouwde Comarkt-filialen. Zo knoopt de keten na enkele jaren van tragere expansie weer aan met sterke groei. Het streefdoel blijft 250 vestigingen in België. Om verdere groei mogelijk te maken, krijgt het distributiecentrum Laekebeek er begin 2026 een nieuwe hal bij, met voldoende ruimte voor een automatisatie. Om de complexiteit beheersbaar te houden, worden de aparte types transportkarren voor gekoelde en niet-gekoelde producten geleidelijk aan vervangen door uniforme rolcontainers.

> 2 nieuwe Okay City-winkels

> 1 sluiting in Eghezée (ombouw naar Colruyt)

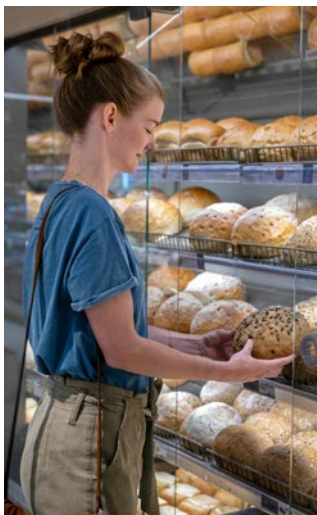
Open op zondag

Okay kondigde eind februari 2025 zijn plan aan om alle winkels op zondagochtend te openen. Dat speelt in op de groeiende vraag van klanten om elke dag van de week boodschappen te kunnen doen. Met zijn focus op snelheid en gemak is Okay daarvoor de uitgelezen formule. Bovendien zijn klanten op zondagochtend vaak op zoek naar brood, koffiekoeken en verse producten, assortimenten waar Okay sterk in is. Okay gaat in nauw overleg met alle betrokken partijen om de zondagsregeling verder uit te werken. De **Okay City**-winkels waren al langer open op zondagochtend, een aantal ervan ook op zondagnamiddag en feestdagen. Die ruimere openingstijden werden einde boekjaar al uitgebreid naar alle City-winkels.

Slim winkelen met de zelfscankassa

In oktober 2024 begon Okay met de installatie van zijn *assisted self-checkout*, waar klanten hun boodschappen zelf kunnen afrekenen. De gemiddelde winkel combineert een drietal klassieke, bemande kassa's met twee à drie zelfscankassa's. Tegen einde boekjaar was het systeem geïnstalleerd in alle vestigingen van Okay City en was de uitrol bezig in de overige Okay-winkels. Bij Okay rekent gemiddeld een derde van de klanten zijn boodschappen zelf af, bij Okay City is dat drie op de vijf.

- **Snelheid.** Zelf afrekenen past bij het veranderende winkelgedrag, waarbij mensen vaker kleinere boodschappen doen en snel weer buiten willen zijn.
- **Klantencontact.** Er is altijd een medewerker in de buurt voor ondersteuning en om op drukke momenten de klanten te verdelen over de beschikbare kassa's.
- **Efficiëntie.** Kortere wachtrijen aan de bemande kassa's geeft de medewerkers meer tijd om de klanten in de winkel te bedienen.



Meer en beter afbakken

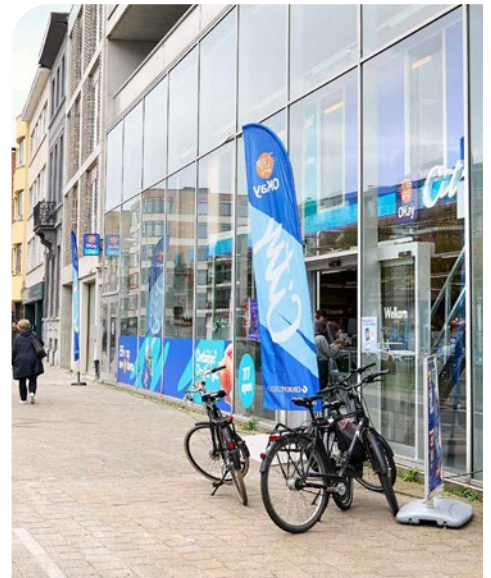
De Okay-winkels bakken 40% van al het brood zelf af. Gezien de positieve klantenreacties wil Okay dat aandeel tegen eind 2025 opdrijven tot 90%. Daartoe komen er in de grotere winkels bijkomende ovens.

Colruyt Group Fine Food levert afbakbrood van een stabiele kwaliteit en in almaar meer varianten. Exclusief voor Okay is er sinds maart 2025 rustiek brood op basis van zuurdesem en Belgische tarwe.

Okay testte een nieuwe tool voor broodverkoopprognose die het afvalvolume met meer dan een derde vermindert.

Bankkaart volstaat bij Okay Direct

De onbemande selfservicewinkel Okay Direct vereenvoudigde in februari 2025 het winkel- en betaalproces. Klanten kunnen er nu boodschappen doen en afrekenen met hun bankkaart in plaats van met de Xtra-kaart. Dat verlaagt de drempel voor nieuwe klanten, beperkt onbetaalde rekeningen en zorgt voor vlotter winkelen.



Okay City, stadsformule bij uitstek

Okay City is de nieuwe vlag voor dé stadsformule van de groep en vervangt het vroegere merk Okay Compact. In het laatste kwartaal van 2024 werden alle Compact-winkels omgeschakeld.

- De oude naam 'Compact' dekte niet helemaal de lading. Met tot 400 m² winkeloppervlakte en 3.000 referenties gaat het om **volwaardige supermarkten** voor dagelijkse boodschappen. Het nieuwe logo toont duidelijk de link met de Okay-familie maar onderscheidt zich met andere kleuren.
- De formule werd nog meer afgestemd op de stadsklant. Zo kwamen de verse producten vooraan in de winkel en steekt er nog meer *on-the-go*, *ready-to-eat*, *-heat* en *-cook* in de rekken. Ook zijn er specifieke promo's, zoals kortingen vanaf één stuk.
- Okay City is het speerpunt in het strategisch plan van Colruyt Group voor groei in de stad. Streefdoel is om jaarlijks tot acht winkels te openen, prioritair in de grootsteden Brussel, Antwerpen en Gent.
- Alle nieuwe winkels krijgen een meer gestandaardiseerde inrichting, goed voor 25% kostenbesparing zonder impact op het winkelbeeld.



Bio-Planet is een duurzame, biologische supermarkt, waar klanten alles vinden voor een gezonde en evenwichtige levensstijl, met tal van lekkere en originele ontdekkingen. Alle producten worden met zorg gekozen en zijn gegarandeerd gemaakt op basis van natuurlijke, pure ingrediënten, met respect voor mens en milieu. Het uitgebreide assortiment natuurlijke verzorging en cosmetica is 100% ecologisch, zonder hormoonverstoorders of andere vervelende stoffen.

Bio-Planet is er voor iedereen die evenwichtiger door het leven wil gaan, die nieuwsgierig is en wil ontdekken hoe consumeren anders kan. Bio-Planet is er voor foodies, voor sporters, voor iedereen die goed in zijn vel wil zitten en zich energiek en vitaal voelen. Bio-Planet is er ook voor mensen met specifieke noden, zoals gluten- of lactose-intoleranties of diabetes.

° 2001



EUR 1.168 miljoen
gezamenlijke omzet Okay,
Bio-Planet en Cru (+1,9%)



39 winkels
in België en
1 in Luxemburg



650 m² gemiddelde
winkeloppervlakte



5.500 referenties



Meer dan 450
medewerkers in VTE



Gezond begint hier



bioplanet.be



Gestaag verder groeien

Bio-Planet tekende een lichte omzetgroei op, deels gedreven door de opening van vier nieuwe winkels in de tweede helft van 2024, deels door inflatie en een lichte volumestijging in de bestaande winkels. Op vergelijkbare basis bleven zowel de winkelfrequentie als het winkelmandje ongeveer stabiel.

De vier nieuwe winkels zijn omgebouwde Match- en Smatch-vestigingen die eerder door Colruyt Group werden overgenomen, om versnelde groei mogelijk te maken. Ze werden op relatief korte tijd omgebouwd, voor een aanzienlijk deel met recuperatiematerialen. Vanaf 2026 volgen er nog renovaties in Puurs en Waremmе.

De nieuwe winkel in hartje Sint-Gillis groeide in geen tijd uit tot een van de drukbezochteste van de keten. Dit succes sterkt Bio-Planet in zijn streven naar verdere expansie in de grootsteden Antwerpen, Brussel, Gent en Luik. Op termijn ziet de keten in België potentieel voor een vijftigtal winkels.

› **Nieuwe winkels
in Gembloux, Zottegem,
Sint-Gillis en Oudenaarde**

Verder doorpakken op rentabiliteit

Minder afval. Opstart van snelverkoop met 30% korting op ultra-verse producten die de vervaldatum naderen. Alle winkels zijn nu ook aangesloten bij 'Too good to go', platform voor onverkochte voeding tegen een kleine prijs.

Minder personeelskosten. Vanaf april 2025 sluiten de meeste winkels om 19u, een half uur vroeger dan voorheen, nagenoeg zonder impact op de verkoop. Enkele stadswinkels blijven wel open tot 19u30.

Innovatief en lokaal assortiment

Bio-Planet slaat de handen in elkaar met lokale partners voor de ontwikkeling van innovatieve producten. Zowat de helft van het winkelaanbod is plantaardig.

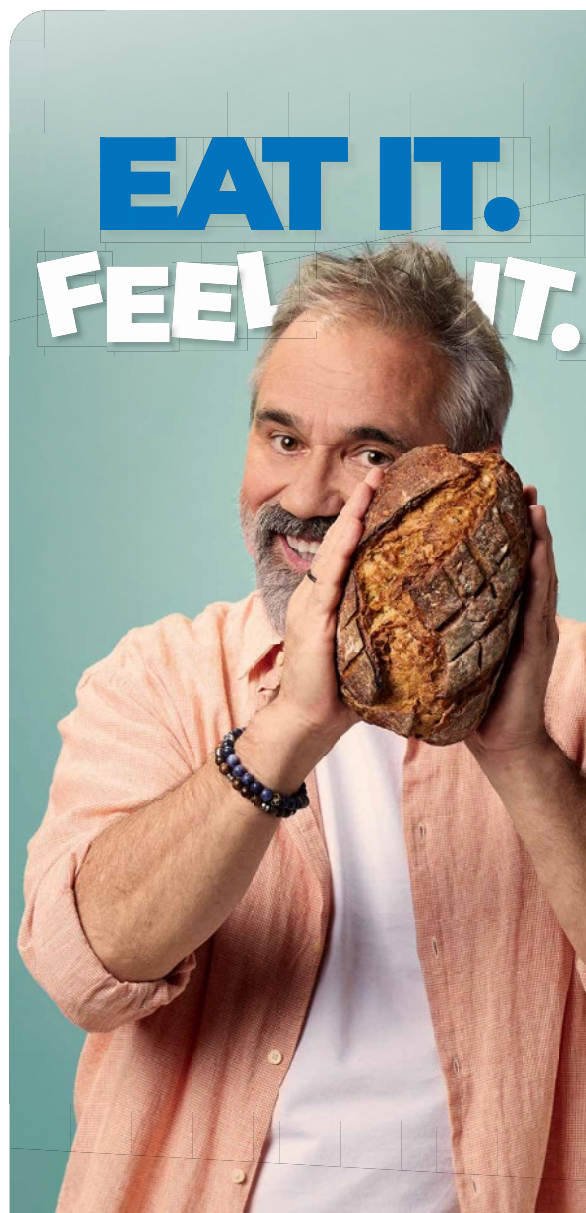
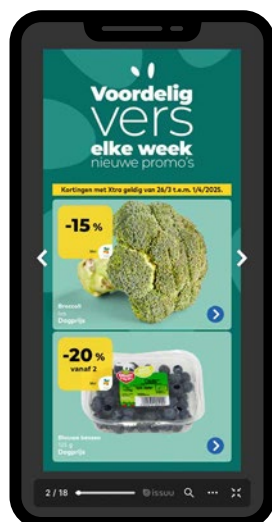
- Ontwikkeling van een tofoeburger en aperokroketjes op basis van bierdraf, samen met voedingspionier Abinda, brouwerij Brunehaut en Hogeschool Vives.
- Ontwikkeling van falafels op basis van lokaal geteelde spliterwten, samen met het Belgische La vie est belle.

En: sinds het najaar van 2024 bieden alle winkels een dozijn verschillende planten voor huis, tuin en terras aan, milieuvriendelijk geteeld in België en Nederland. De verkoop ging veelbelovend van start.

Op de radar blijven

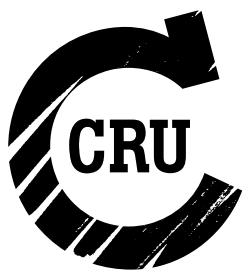
Naast de campagne rond gezondheid neemt Bio-Planet nog andere initiatieven die de notoriëteit ten goede komen.

- De **digitale folder** verschijnt tweewekelijks in plaats van maandelijks, en wekt zo regelmatig de aandacht van de klanten.
- Enkele Colruyt-winkels testen een duidelijk herkenbare Bio-Planet-rayon met een wisselend assortiment dranken en plantaardige voeding.
- Informatieverstrekking en degustaties tijdens events van onder meer Colruyt Group Academy en het lifestyleblad Libelle.



Gezond begint hier

Eind 2024 werd gezondheid hét speerpunt in de strategie van de supermarkt. De nieuwe slagzin 'Gezond begint hier' maakt duidelijk dat Bio-Planet dé referentie wil zijn voor een brede groep consumenten met interesse in gezond zijn, blijven of worden. Het richt zich ook tot specifieke doelgroepen zoals mensen met intoleranties, vegetariërs, veganisten en diabetici. In 2025 voert Bio-Planet drie keer een grootschalige campagne rond gezondheid, met telkens sterke promoties op gezonde voeding en volop inspiratie op een mini-website.



Cru is de versmarkt voor iedereen die van lekker eten houdt. Voor levensgenieters met een liefde voor authentieke, kwaliteitsvolle producten, nieuwsgierigheid naar buitengewone smaken en respect voor puur vakmanschap. Ze vinden er altijd echt goed desembrood, groenten en fruit van 't seizoen, vlees van topkwaliteit, bootverse vis, unieke kazen en veel meer. De medewerkers van de vier Cru-markten inspireren en adviseren de klanten vol trots over hun stiel, met kennis van zaken en vanuit pure passie voor het product.



Cru gaat door op elan

Cru kon de positieve evolutie van het voorgaande boekjaar doortrekken. Het realiseerde een behoorlijke omzetstijging, voor de helft gedreven door volumegroei dankzij een duidelijke toename van het aantal kastickets. In de tweede helft van december 2024 verbeterde Cru zijn recordomzet van het jaar voordien met nog eens ruim 15%.

In de omgeving van de markten is Cru dé referentie geworden voor de lekkerste, pure producten. De marktformule ziet heel wat opportuniteiten in de huidige consumententrends, die waarde hechten aan kwaliteit boven kwantiteit, aan pure producten van onbesproken origine en aan lekker eten om zich te verwennen of mensen samen te brengen.

° 2014



EUR 1.168 miljoen
gezamenlijke omzet Okay,
Bio-Planet en Cru (+1,9%)



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



650 m² gemiddelde
winkeloppervlakte



1.000 à 1.100 referenties



Meer dan 100
medewerkers in VTE



De smaak van echt



cru.be

Verder inzetten op rentabiliteit

Cru voerde met succes kostenbesparingen door zonder impact op de klant en de winkelbeleving.

- Geoptimaliseerde logistieke flow
- Lagere IT-kosten
- Goedkopere partners voor o.a. wasserij en afvalverwerking
- Betere personeelsplanning en verhoogde productiviteit
- Later openingsuur (9u i.p.v. 8u van maandag tot donderdag), zonder impact op de verkoop.

Focus op de versmarkt, eethuizen over te nemen

Na boekjaareinde kondigde Cru de intentie aan om te stoppen met de uitbating van de Cuit-eethuizen in de markten van Gent, Overijse en Dilbeek. Deze beslissing zal Cru toelaten om nog sterker te focussen op zijn kernactiviteit, de versmarkt.

Cru ging op zoek naar gepassioneerde horeca-ondernemers om de eethuizen over te nemen. In mei 2025 had er zich al een kandidaat gemeld voor Cuit Gent. Alle eethuizen blijven open tot er nieuwe ondernemers gevonden worden en alle medewerkers die willen kunnen aan de slag in de Cru-markten.



Acties voor meer omzet en nieuwe klanten

Het voorbije boekjaar kon Cru met diverse initiatieven een mooi aantal nieuwe klanten aantrekken, alsook de winkelfrequentie verhogen.

1. Langlopende **mediacampagne** rond de nieuwe slogan 'De Smaak van Echt' en PR-campagne met mooie resultaten in relevante magazines en bijlages.
2. Vernieuwd en uitgebreid **assortiment**, met sterke groei in de meest innovatieve métiers.
3. Meer **beleving** in de markten, met degustaties van sterproducten zoals de Belgische mosselen of de tomaat en events voor de lente, het tienjarig bestaan en eindejaar. Rond kerst waren er geslaagde speed dates in de markten tussen bekende chefs en Cru-partners als Hendrik Dierendonck, Sarah Renson en Benoit Dewitte.
4. Vernieuwd **getrouwheidsprogramma** met meer gerichte aanbiedingen naargelang de winkelfrequentie van de klant.
5. Meer **vakmanschap** in de markten via voortgezette vakopleidingen in samenwerking met de partners en trainingen in gastvrijheid en commercialiteit, om de klanten nog beter te kunnen bedienen.
6. Inzetten op **lokale verankering** rond de markten. Zo nam Cru Gent deel aan het event *Gand Gourmand*, een culinaire ontdekkingstoer voor Gentenaars.



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

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

° 1996



EUR 715 miljoen

omzet (-0,2%, inclusief brandstoffen)



103 winkels

met 102 Collect&Go-afhaalpunten en 45 DATS 24 tankstations



990 m² gemiddelde winkeloppervlakte



9.000 food en 2.500 non-food referenties



Meer dan 2.100 medewerkers in VTE



l'Essentiel, tout simplement



colruyt.fr



Omzet houdt stand in deflatoire markt

De omzet van de Franse Colruyt-winkels (zowel inclusief als exclusief brandstoffen) bleef ongeveer stabiel, ondanks lichte prijsdeflatie, na lange periodes van inflatie in Frankrijk. Het gemiddelde winkelmandje werd iets lichter, in lijn met de structureel dalende volumes in de markt. De winkelfrequentie en het aantal kastickets gingen evenwel in stijgende lijn, waardoor Colruyt het iets beter deed dan de markt in het algemeen, wat zich ook weerspiegelde in een fractionele toename van het marktaandeel.

De deflatie zette enige druk op de marges, zeker gezien de vrij scherpe prijspositionering van Colruyt ten opzichte van zijn concurrenten en de blijvende appetijt van de consument voor promoties. De Franse retailmarkt bleef heel concurrentieel en consolideerde verder na het verdwijnen van twee historische winkelformules.

Sinds begin 2025 zet Colruyt volop in op de verdere uitvoering van zijn rentabiliteits- en commercieel herstelplan. Dat focust enerzijds op hogere winkelomzet door het aantrekken van meer klanten via aanpassingen in het onthaal, de beschikbaarheid en het aanbod, alsook een herziening van de prijspositionering op de markt.

Anderzijds wil Colruyt de operationele kosten verder onder controle krijgen, door te werken op de productiviteit in de winkels en in de logistiek, onder meer door in te zetten op polyvalente medewerkers en ook door vertrokken medewerkers niet te vervangen. Los daarvan wordt ook de levensvatbaarheid van elke winkelligging onder de loep genomen.

› **2 nieuwe winkels**

› **1 totaalrenovatie**

Meer klanten aantrekken

Colruyt nam succesvolle initiatieven om bijkomende trafiek te genereren.

- Nieuw partnership met de organisatie **Too Good To Go**. De winkels stellen dagelijks scherp geprijsde pakketten samen met verse producten die de vervaldatum naderen, online te bestellen en de dag zelf af te halen. Sinds de start verkocht Colruyt al meer dan 250.000 pakketjes en kon het ook een nieuw doelpubliek aanboren. De voedingspakketten werden in de app van Too Good To Go als de beste op de Franse markt beoordeeld.
- Altijd-prijsactie *Gratt'itude* in het najaar van 2024, op basis van een **kraskaart** met zowel fysieke als digitale voordelen en spelelementen.
- Installatie van autonome **lockers** op de winkelparkings, als extra service voor de klanten.

Digitalisering

- In het najaar van 2025 introduceert Colruyt het Xtra-getrouwheidssysteem, op hetzelfde IT-platform als in België.
- De klantencommunicatie schakelt volop om van papier naar digitaal, met als streefdoel zero papier tegen begin 2026.

Colruyt Group onderzoekt verschillende strategische opties

In een erg concurrentiële Franse food retail markt wordt hard gewerkt aan het verbeteren van de rendabiliteit van de Franse geïntegreerde retailactiviteiten. Het gros van de winkels heeft een positieve bijdrage, maar de activiteiten missen schaalgrootte om voldoende aankoopkracht te bereiken en om overhead en logistieke kosten te dekken. Binnen deze context worden voor de Franse geïntegreerde retailactiviteiten (inclusief DATS 24) verschillende strategische opties onderzocht, zoals bijvoorbeeld een herstelplan of een desinvestering. Als mensgerichte werkgever zal Colruyt Group er alles aan doen om de continuïteit van de activiteiten en een maximale tewerkstelling te vrijwaren.





De gourmetbar BON bedient sinds 2015 stadsklanten met kwalitatieve, gezondere ontbijten en lunches, inclusief versgeperste sappen, soepen, slaatjes, sandwiches, warme maaltijden en desserts, om ter plaatse te consumeren of mee te nemen. Vanuit de centrale keuken in Brussel vertrekken er dagelijks hoogwaardige, versbereide gerechten naar de 11 geïntegreerde winkels in het centrum van Brussel, Antwerpen en Luik. BON levert ook aan huis en op kantoor. Sinds 2023 is er een selectie producten verkrijgbaar bij Okay City.

° Sinds **september 2024**

Participatie: **45,65%**

Op koers voor verdere expansie

Colruyt Group verwierf in september 2024 een belang van 45,65% in BON, passend in de strategie om te groeien in de steden en om meer in te zetten op convenience. Via de gourmetbar leren we de stedelijke consument beter kennen en detecteren we sneller de nieuwste foodtrends. Zo biedt BON onze andere retailformules waardevolle inzichten en inspiratie.

Sinds de instap van de groep blijft de verkoop goed lopen. Volgend boekjaar zijn er vier openingen gepland in het Brusselse. Het ruimere expansieplan blijft focussen op drukke commerciële liggingen, zoals winkelcentra en grotere kantoor sites. Vier vijfde van de omzet wordt gerealiseerd bij particuliere consumenten, een vijfde via b2b-klanten.



ROBI

PROFESSIONAL

Robi Professional installeert sinds 2018 professionele watertaps in bedrijven, scholen, horecazaken, sportclubs en op allerhande events. Meer dan 40 modellen taps leveren vers gefilterd kraantjeswater, al of niet gekoeld, plat of bruis. Het duurzame en goedkopere alternatief voor flessenwater bespaart heel wat transport en plastic afval. Sinds 2023 is er ook de Robi-waterfilter voor thuis, verkrijgbaar bij Colruyt Laagste Prijzen, Collect&Go en Bio-Planet.

° Sinds **2021**

Participatie: **99,5% in De Leiding**

Partner voor festival en events

Sinds 2018 voorziet Robi Professional water voor artiesten, medewerkers en publiek op tal van **festivals**, waaronder Tomorrowland, Sfinx en Dranouter. Het bedrijf is ook een trouwe partner van heel wat sportmanifestaties zoals de Gent Marathon, de Kevin De Bruyne Cup en de Antwerp 10 miles. Daar vulde het op minder dan twee uur liefst 280.000 bekertjes met 45.000 liter water.

Robi Professional verwacht zijn voordeel te doen met de verhoogde federale investeringsaftrek van 30 à 40% bij de aankoop van drinkwaterdispensers aangesloten op de waterleiding.

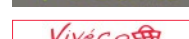


Food

Groothandel



Colruyt Group realiseert meer dan 10% van zijn omzet in de groothandel. Het gaat voornamelijk om leveringen aan zelfstandige voedingswinkels in België (hoofdzakelijk Spar-franchisehouders) en in Frankrijk, alsook om export naar Afrika.



Retail Partners Colruyt Group is licentiehouder van de Sparformule in België. Voor de aangesloten zelfstandige Spar-winkels verzorgt RPCG naast toelevering en assortimentsbeheer ook het commerciële beleid, van promoties en marketing tot verkoopondersteuning.

Samen met zijn zelfstandige ondernemers geeft RPCG 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

 **226** Spar-winkels
45 Alvo-winkels
61 vrije klanten, waarvan
16 Mini Markets

 **Meer dan 800**
medewerkers in VTE

 **Samen ondernemen**
is groeien

 **retailpartners-**
colruytgroup.be



Positief over de hele lijn

Retail Partners Colruyt Group heeft een sterk jaar achter de rug, met positief evoluerende verkoopvolumes, omzet en marktaandeel, mede dankzij een sterk eindejaar. De zes vroegere Match/Smatch-winkels die eind 2023 Spar-franchisenemer werden, kenden een geslaagde overstap.

In de tweede jaarhelft werd er veel werk verzet voor de ondersteuning van een aantal grotere **Comarkt**-winkels, eind 2023 door Colruyt Group overgenomen van Match/Smatch. De winkels worden tijdelijk uitgebaat onder de vlag van Comarkt en de komende jaren geleidelijk aan overgedragen aan zelfstandige (Spar-)uitbaters. RPCG stond in voor onder meer de installatie van het eigen kassasysteem met bijhorend automatisch voorraadbeheer en voor de herbevoorrading vanuit zijn distributiecentrum in Mechelen.

Voor genoemde Comarkt-winkels maakten een geslaagde transitie door en worden nu ondersteund om verder te groeien. Een belangrijke hefboom daarvoor is alvast de introductie van sterke Spar-categorieën met bediening, zoals kaas, vlees, vis, charcuterie, bakkerij en traiteur.

Het aantal winkels aangesloten bij de aankoopgroepering **Alvo** bleef stabiel, net als de omzet die RPCG realiseert via de Alvo-winkels. Sinds begin 2025 nemen die ook artikelen af uit al de diepvriesassortimenten van RPCG, wat de verkoop positief zal beïnvloeden.

Betrouwbaarheid troef

- RPCG bleef doorlopend een betrouwbare partner en slaagde erin om de winkels tijdig te beleveren en de vooropgestelde servicegraden te behalen. Dat was vorig boekjaar extra uitdagend, onder meer door de volumegroei in de Comarkt-winkels en de moeilijke kalender in december, met de feestdagen telkens kort na een weekend.
- De groothandel is er ook trots op dat de vooropgestelde marges voor alle ondernemers en klantengroepen mooi op target bleven.
- RPCG bouwt verder aan goede overlegstructuren met zijn Spar-ondernemers, onder meer via diverse tastings en regioraden en via de sterk gewaardeerde jaarlijkse inspiratiebeurs en studiereis.



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



226 winkels, waarvan **176** in het merk Spar Colruyt Group



350-1.800 m² gemiddelde winkelopervlakte



mijnspar.be



85 formulewinkels

Tien winkels schakelden om naar de nieuwe Spar-formule, goed voor een totaal van 85 formulewinkels einde boekjaar. In de eerste helft van 2026 is het de bedoeling om richting 100 winkels te gaan.

Na remodeling hebben de winkels een sterke 'Spar Colruyt Group' uitstraling, met ruimte voor de specialiteit(en) van de ondernemer, zoals een afdeling kaas of verse vis. Alle winkels blijven goed presteren, zowel qua instroom van nieuwe klanten als qua winkelkorf en omzet. Voor de samenstelling van hun assortimenten kunnen de ondernemers rekenen op de nodige ondersteuning. Denk aan een vernieuwde kalender met sterkere schappenplannen of aan assistentie bij het toepassen van die plannen op de winkelvloer. Deze initiatieven leveren in deelnemende winkels bevredigende resultaten op.

> 4 nieuwe winkels

> 10 remodelings

> 2 sluitingen

> 9 nieuwe winkels (waarvan 6 ex-Comarkt) en 9 remodelings verwacht in boekjaar 2025/26

Een versnelling hoger

- De sterke resultaten van de omgeschakelde winkels zetten Spar Colruyt Group ertoe aan om de remodeling van het winkelpark te versnellen. Ondernemers die willen investeren in duurzame materialen en technieken kunnen bij de organisatie terecht voor deskundig advies en financiële ondersteuning.
- Spar is tevreden dat het in 2025/26 zijn positie in Wallonië aanzienlijk zal versterken met de opening van een zestal nieuwe winkels op voormalige Comarkt-sites.



Zo smaakt plezier

Spar introduceerde einde boekjaar zijn vernieuwde merkidentiteit met als baseline 'Zo smaakt plezier'. De bijbehorende imagocampagne benadrukte dat Spar staat voor een winkelervaring vol smaak en kwaliteit, goesting en plezier, waar boodschappen doen net dat tikkeltje leuker wordt. Herkenbaar Spar, maar dan nog intenser.

De website, de folders en het magazine Kook kregen al een nieuw jasje aangemeten. De nieuwe merkidentiteit wordt stapsgewijs ook in de Spar-winkels zichtbaar.



Convenience troef, 7 op 7

Bij Delitraiteur vinden klanten de hele dag door meer dan 200 versbereide gerechten, plus een ruim assortiment salades en sandwiches, om mee te nemen of ter plaatse te consumeren. Daarnaast bieden de winkels een breed voedingsassortiment, zoals groenten, fruit, brood, soep, gebraden kip, kaas en wijn en tal van exclusieve artikelen. Elke Delitraiteur beschikt over een eigen keuken en is 7 dagen op 7 open, van 7u30 tot 22u. Vandaag zijn er 40 winkels in België en één in Luxemburg, die bijna allemaal worden uitgebaat door zelfstandige ondernemers.

Delitraiteur werd opgericht in 1990 en maakt sinds eind mei 2025 integraal deel uit van Colruyt Group. De overname ervan kadert in onze ambitie om verder te groeien in stedelijke omgevingen en de klanten meer convenience te bieden, met gemakkelijke en gezonde maaltijden, ready-to-eat of ready-to-heat. Het unieke en sterk onderscheidende concept is perfect complementair met onze andere winkelformules.





Codifrance is al ruim 55 jaar een belangrijke speler in de distributie naar buurtwinkels verspreid over driekwart van Frankrijk. Codifrance levert droge voeding, vers en diepvries aan 740 geaffiliëerde winkels, van de eigen formules Panier Sympa, Épi Service en Vivéco en de licenties Coccinelle en Coccimarket. Daarnaast belevt Codifrance bijna 2.200 andere zelfstandige winkeliers. Het complete assortiment combineert grote nationale merken met huismerken (Belle France) en een brede selectie biologische en ecologische producten.

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

 **740** geaffiliëerde winkels:
239 Coccimarket
192 Panier Sympa
129 Vivéco
105 Épi Service
75 Coccinelle

 **80 à 750 m²**
winkeloppervlakte

 **Circa 8.000 referenties**
in de drie temperaturen

 **Meer dan 350**
medewerkers in VTE

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

 **codifrance.fr**



Sterke dynamiek in winkelopeningen

Codifrance heeft een uitzonderlijk goed jaar achter de rug met een mooie omzetstijging, mede mogelijk gemaakt door de overname van Degrenne Distribution en de uitbreiding van het netwerk met 74 nieuwe winkels. De Franse groothandel boekte ook een behoorlijke bedrijfswinst, onder meer dankzij volgehouden kostenbeheersing.

In het eerste kwartaal van 2025 openden er twaalf nieuwe winkels onder de vlag van **Coccinelle Supermarché**. Op een oppervlakte van 500 tot 750 m² vinden klanten er alles voor hun dagelijkse boodschappen. De moderne en gezellige winkels belichamen helemaal waar Codifrance voor staat: stevige lokale verankering, gepassioneerde uitbaters met vriendelijke en behulpzame teams dicht bij de klant, een breed aanbod producten en diensten en ruime openingstijden.

Essentieel voor de lokale samenhang

Codifrance bevoorraadt elke dag meer dan 3.000 zelfstandige buurtwinkels en helpt zo de lokale kleinhandel in stand houden, ook in afgelegen of dunbevolkte gebieden. De lokale superettes en kruideniers vervullen als ontmoetingsplaatsen een essentiële rol voor de samenhang in lokale gemeenschappen. De uitbaters leveren broodnodige diensten, zorgen voor lokale werkgelegenheid en dragen bij aan de levensvatbaarheid van wijken en dorpen.

Synergie met Degrenne Distribution

- In 2023 nam Codifrance de firma Degrenne Distribution integraal over, gevestigd in Villers-Bocage in Normandië. Deze belangrijke strategische stap liet Codifrance toe om te beginnen besparen op transportkosten en om zijn aantal verkooppunten en omzet te verdubbelen.
- Sindsdien is er hard gewerkt aan het bevorderen van synergieën tussen de sites in Villers-Bocage en die van Codifrance in Châteauneuf-sur-Loire. De focus ligt daarbij op eenvoud en efficiëntie in de logistieke processen en de het verder onder controle houden van de bedrijfskosten.
- Met twee logistieke platformen van 25.000 en 16.000 m² is Codifrance goed gewapend om alle klanten op een snelle en betrouwbare manier te bevoorraden.

Colex (Colruyt export) levert retail- en foodserviceproducten aan distributeurs, grossiers en supermarkten wereldwijd, met focus op het Afrikaanse continent, plus de Franse en Nederlandse overzeese gebieden. De exportafdeling doet het vooral goed in Centraal- en West-Afrika, met de Democratische Republiek Congo als grootste afzetmarkt.

Colex biedt een breed assortiment food en non-food, van kruidenierswaren en diepvries over huishoudproducten tot babyverzorging en personal care. De focus ligt op de eigen merken van Colruyt Group (Everyday, Boni Selection en Culino), aangevuld met een randassortiment A-merken, inclusief lange houdbare producten specifiek voor de export.

Het exportbedrijf heeft geen eigen winkels maar werkt nauw samen met lokale partners voor het gebruik van hun distributienetwerk. Colex onderscheidt zich ook met zijn unieke all-in exportservice en ondersteuning van de klant bij het commercialiseren van de producten.

° 1985

 Ongeveer 150 actieve klanten

 5.000 referenties

 Meer dan 40 medewerkers in VTE

 Bringing quality products to the world

 colex-export.com



Groei in West-Afrika

In een competitieve markt waar vooral Franse retailers actief zijn, slaagt Colex erin te groeien, in samenwerking met lokale superettes, grossisten en buurtwinkels. In West-Afrika ondersteunt het zijn klanten actief, via gerichte marketingacties in de verkooppunten die de Colruyt Group-merken op de kaart zetten.



Behoud van de grootste afzetmarkt

In Centraal-Afrika combineert Colex acties bij lokale partners met nationale campagnes voor Everyday en Boni Selection. In Congo zorgen grote billboards en populaire *social media* communities voor groeiende naamsbekendheid en permanente aandacht voor de twee huismerken.

Partners samenbrengen

Zowel in Centraal- als in West-Afrika vonden succesvolle b2b-events plaats, waaraan een groot aantal lokale partners deelnamen. De perfecte gelegenheid om waardevolle inzichten en *best practices* te delen, en een boost voor de groei van Colex en van de Colruyt Group-merken. Ten slotte werd de website in een nieuw jasje gestoken, met meer focus op prospectie.

Food

Foodservice



De foodservice-activiteiten van Colruyt Group in België omvatten de leveringen van voedingsartikelen aan de horeca, bedrijven, scholen, ziekenhuizen en zorginstellingen, alsook ondersteuning van grootkeukens.



Het foodservicebedrijf Solucious levert in heel België voedingsartikelen aan professionele klanten, vooral in de horeca, de sociale restauratie (scholen, ziekenhuizen, zorginstellingen, ...) en de bedrijfscatering.

Het assortiment omvat droge, verse en diepvriesproducten, zowel in kleine als in grote verpakkingen. De food-professionals kiezen uit nationale merken, de eigen merken 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 hoeveelheds-korting en een betrouwbare dienstverlening.

° 2013. Overname Culino in 2021, Valfrais en Délidis in 2024

 **EUR 332 miljoen** foodservice omzet (+21,6%)

 Meer dan **20.000** klanten

 Meer dan **13.000** referenties

 Meer dan **1.000** medewerkers in VTE

 **Making food service easy**

 **solucious.be**



Combinatie van organische groei en overnames

Solucious zette de groei van de jongste jaren verder, met een toename van zowat 10% in volume en bijna 12% in omzet, vooral gerealiseerd in de horeca en deels in de sociale restauratie. Mede door de overnames van Valfrais en Délidis realiseerde de gehele foodserviceactiviteit meer dan 330 miljoen euro omzet, een vijfde meer dan het jaar voordien. Zo kon de foodservice in een moeilijke, eerder stabiele markt verder marktaandeel winnen. De afdeling **Culino** nam nieuwe keukenbeheerssoftware in gebruik, een performante en toekomstgerichte oplossing die grootkeukens in de zorg nog beter ondersteunt. Daarmee wil Culino zijn actieterrein uitbreiden van hoofdzakelijk woonzorgcentra in Wallonië naar Brussel en Vlaanderen.

Sinds de overname in januari 2024 heeft **Valfrais** zich verder geprofessionaliseerd. Vernieuwingen van de website, het wagenpark, de machines en het pickingcircuit laten toe om de klanten nog beter te bedienen.

Solucious bereikte in oktober 2024 een akkoord met Groep Peeters-Govers voor de overname van 100% van de aandelen van **Délidis**. Sindsdien is er gewerkt aan de integratie en synergie in onder meer HR, Finance en IT. De klanten van Délidis kunnen blijven rekenen op hun vertrouwde service en assortiment.

Nog meer gemak voor klant en bezorger

- Een meer regionaal gestuurde planning maakt dat de bezorgers vaker bij dezelfde klanten langskomen. Zo zijn ze vertrouwd met de klantnoden en kunnen ze een meer **persoonlijke** en **efficiënte service** leveren.
- De bezorgers verwerken op hun PDA's naast bestellingen ook **Bancontact-betalingen**, wat heel het leveringsproces vereenvoudigt en versnelt.
- Solucious behaalde voor het tweede jaar op rij een **IFS Wholesale-certificaat**, met heel hoge scores voor kwaliteit en voedselveiligheid.

Uitgebreider assortiment voor de horeca

- Door de overname van Délidis versterkt Solucious zijn aanbod **verse producten** voor de horeca **in heel België**. Denk aan vlees uit de eigen beenhouwerij en aan groenten en fruit van de veiling of van lokale boeren.
- Nieuw, kwalitatief aanbod **mediterrane, halal-gecertificeerde** producten.
- Uitbreiding van het eigen **private label Culino** tot een vierhonderdtal producten. Herkenbaar, kwalitatief en competitief geprijsd, specifiek voor dagelijks gebruik in de horeca.
- Solucious verdeelt al twee jaar exclusief de **Belgische mosselen** uit de zeeboerderij van Colruyt Group. Die kregen op de Horecatel-beurs in 2025 de publieksprijs voor meest innovatieve product en versterken de naam van Solucious in de horeca.
- Test met een tweehonderdtal typische horecaproducten van Solucious in enkele specifiek gekozen winkels van **Colruyt Laagste Prijzen**, voor Colruyt Group een bijkomend kanaal om horecazaken te bereiken.

In trek bij Spar

In september 2024 was Solucious voor het eerst present op de jaarlijkse beurs van Retail Partners Colruyt Group. Doel was om de zelfstandige Spar-ondernemers te laten kennismaken met producten die ontbreken in het RPCG-assortiment, vooral grondstoffen voor hun traiteurafdelingen. De omzet gerealiseerd via RPCG steeg afgelopen boekjaar met 40%. Solucious neemt daarnaast vaker het voortouw om samen met andere interne partners de b2b-markt te benaderen. Denk aan gezamenlijke deelnames aan horecabeurzen in Vlaanderen en Wallonië.



Duurzaam ondernemen

- Het **transportmodel** van Solucious focust op het beperken van het aantal af te leggen kilometers en van de bijhorende uitstoot. De *last mile* vanuit de negen transporthubs tot bij de klant gebeurt per cargofiets of met elektrische vracht- en bestelwagens. Alle bezorgers krijgen een opleiding **eco-driving**.
- In 2024 verliep circa 15% van de leveringen in de grote steden **emissievrij**. De vijf elektrische gekoelde vrachtwagens waren goed voor 6.525 elektrische leveringen. In de distributiecentra zijn alle transporttoestellen al zuiver elektrisch.
- Na een eerste beoordeling ontving Solucious een **EcoVadis** bronzen medaille, waarmee het de top 35% van de beoordelingen haalt en hoger scoort dan gemiddeld in de sector.



Culinoa ontzorgt grootkeukens van zorginstellingen via een efficiënte aankoopcentrale, gebruiksvriendelijke keukenbeheerssoftware, opleidingen en advies voor keukenpersoneel. Zo kunnen chefs en hun teams zich maximaal focussen op het bereiden van maaltijden. Een veertigtal medewerkers bedient zowat **160** actieve klanten.



Valfrais bezorgt verse, ultraverse, droge en diepvriesproducten aan zowel horeca als grootkeukens in Wallonië en Luxemburg. Vanuit het distributiecentrum in Bastenaken beleveren een 35-tal medewerkers dagelijks ruim **800** actieve klanten.



Délidis uit de Antwerpse Kempen is een toonaangevende leverancier van (ultra)verse groenten, fruit en vlees aan professionele horecaklanten, grootkeukens en de detailhandel. De groothandel staat bekend om zijn vakmanschap en maatwerk, inclusief adviseren, portioneren, versnijden, verpakken, bereiden en rijpen. Meer dan 80 medewerkers beleveren 6 dagen op 7 ruim **800** actieve klanten.

Food

Food production



Colruyt Group is de enige Belgische foodretailer met industriële productieafdelingen en tientallen jaren ervaring in ontwikkeling, productie en verpakking van voedingswaren. Meer dan 1.300 medewerkers op negen productiesites verwerken vlees, maken smeersalades, versnijden en verpakken kaas, bottelen wijn, branden koffie en bakken brood. De productie in eigen beheer laat toe om kostenefficiënt te werken, constante kwaliteit te garanderen en meerwaarde te creëren voor de groep en de klanten. De producten gaan in verkoop onder eigen merken zoals Colruyt Beenhouwerij, Boni Selection, Everyday en Spar.



Fine Food

Productie- en landbouw onder één dak

Alle productieactiviteiten van de groep werden in 2014 gegroepeerd onder Fine Food, om in 2024 samen te gaan met de landbouwafdeling onder de directie **Food Production**. Beide activiteiten zijn van groot strategisch belang en hebben veel operationele gelijkenissen. Door ze beter op mekaar af te stemmen, kan de groep nog efficiënter inspelen op de noden van de markt en de winkelformules voorzien van gepaste, innovatieve oplossingen.

Fine Food vierde zijn tiende verjaardag met een reizende degustatiemarkt, een ideale gelegenheid om zijn vakmanschap te etaleren en de beroepsfierheid te versterken.



Lagere volumes

Fine Food zag de meeste productievolumes afgelopen boekjaar in geringe tot lichte mate dalen, mede door een verminderde vraag vanuit Colruyt Laagste Prijzen. De koffieproductie daalde licht als gevolg van sterke prijsinflatie op de wereldmarkt. De evoluerende consumptiegewoontes deden met name de volumes vlees en charcuterie teruglopen, al kenden klassiekers als gourmet en kalkoen een sterke verkoop met eindejaar.

Fine Food ving de negatieve impact op de rentabiliteit ondertussen op door ingrepen in de personeelsbezetting en andere productiviteitsmaatregelen. De vleesverwerkende afdeling speelt ook in op de groeiende vraag naar convenience, met de ontwikkeling van meer voorgedaarde en kant-en-klare producten.

Sterk in vers en afbakbrood

De bakkerij garandeert bijna 100% beschikbaarheid van de gevraagde volumes **dagvers brood**, evenredig verdeeld over alle Colruyt-winkels. Het dagverse assortiment blijft groeien, onder meer met een nieuw rustiek brood op basis van zuurdesem en tarwe uit de eigen Belgische productieketen. Deze

exclusiviteit voor Okay wordt gemaakt op een nieuwe lijn, ook geschikt voor producten zoals krentenbrood.

De broodafdeling levert almaar meer volume en variëteiten **afbakbrood** van een stabiele kwaliteit. Okay wil immers tegen eind 2025 zowat 90% van al zijn brood in de winkels zelf afbakken. De bakkerij investeerde ook in een nieuwe machine voor sandwiches en haalde nieuwe Europese klanten binnen voor hamburgerbroodjes.

Duurzaam innoveren

- Nieuwe, volautomatische productielijn voor duurzamere **koffiepads** uit industrieel composteerbaar papier zonder plastic ventiel. Dankzij de grotere capaciteit worden alle soorten pads voortaan in huis gemaakt.
- Ontwikkeling van **hybride vleesproducten** verrijkt met plantaardige eiwitten, wat bijdraagt aan de eiwitshift.
- Dun 'flow pack' zakje voor de spekblokjes, wat jaarlijks 50 ton **plastic verpakking** bespaart, een primeur voor België.
- Meer dan 99,7% van alle **verpakkingen** zijn al volledig **recycleerbaar**.

- Meer **binnenlandse** alternatieven voor typische buitenlandse producten, zoals Holstein rib-eye in plaats van lers vlees.

Inzetten op kwaliteit en efficiëntie

- Hertekende **organisatiestructuur** met drie divisies en toewijzing van nieuwe rollen en verantwoordelijkheden in elke productiesite. Zo heeft elke site voortaan een eigen kwaliteitsmanager en -team, wat de betrokkenheid en het eigenaarschap stimuleert.
- Nieuw, langlopend **leiderschapstraject**, waarbij teamleaders optimaal leren leidinggeven, communiceren en omgaan met verandering, weerstand en conflicten.
- **Digitale transformatie**: de kaasafdeling schakelde als eerste over naar een ERP-pakket dat alle processen integreert en ondersteunt. De andere sites volgen tegen eind 2027. Meer datagedreven werkprocessen zullen de efficiëntie verhogen en uiteindelijk het serviceniveau en de kwaliteit verbeteren.



Inzetten op lokale verankering

Als enige Belgische retailer kiest Colruyt Group waar mogelijk voor **Belgische landbouwproducten**. We vinden het immers belangrijk om de lokale landbouw en het vakmanschap te bewaren en ook onze autonomie. Via onze landbouwactiviteiten dragen we ook bij aan de duurzaamheidsdoelstellingen van de groep en die van de landbouwsector.

Onze winkels bieden producten aan van 6.000 landbouwbedrijven. Met zowat 600 daarvan werken we intensiever samen, bijvoorbeeld in coöperaties.

Vers vlees, melk en eieren zijn voor bijna 100% afkomstig uit eigen land, net als het overgrote deel groenten en fruit. Een win-win: enerzijds is de groep verzekerd van continue bevoorrading, de producenten anderzijds van afzet op de lange termijn, wat hen ruimte moet bieden om te investeren in bijvoorbeeld nieuwe teelten en duurzamere technieken. We willen de ketens waarin we opereren ook (kosten)efficiënter maken, wat finaal de producent én de klant ten goede komt.

Colruyt Group investeert ook in **eigen productiefaciliteiten**, waarbij we zoveel mogelijk zelf doen: van de aankoop van grondstoffen, over teelt, verwerking en verpakking tot verkoop in de winkel. Door zelf te produceren, hebben we alle controle over kwaliteit, traceerbaarheid en prijs. Tegelijk onderhouden we ons vakmanschap en versterken we de band met onze winkels. Mooie staaltjes van eigen productie zijn onder meer de zeeboerderij in de Noordzee en de wijngaard in Henegouwen, waar we naast de druiventeelt ook vinificatie, botteling en (toekomstige) commercialisering verzorgen.

Ten slotte beschikken we over een 700 hectare **landbouwgronden** waarvan de teelten deels bestemd zijn voor de eigen keten. Sommige gronden worden uitgebaat door zelfstandige landbouwers op basis van contracten van onbepaalde duur, andere stellen we via seizoencontracten ter beschikking van jonge landbouwers. De gronden worden ook ingezet voor innovatie, duurzame landbouw, natuur, biodiversiteit en vergroening.

Succesvol tweede mosselseizoen

In de zomer van 2024 kwam de tweede volwaardige oogst hangcultuurmosselen uit onze zeeboerderij op de markt, goed voor 30 ton of 30.000 klassieke porties. Zowat twee derde ervan werd bij Cru verkocht, de rest in de horeca. De allereerste Belgische mosselen kregen op de Horecatel-beurs in 2025 de publieksprijs voor meest innovatieve product. De zeeboerderij breidt sinds de opstart in 2022 stap voor stap uit, waardoor de oogst in de zomer van 2026 zou kunnen oplopen tot 300 ton. In het voorjaar van 2025 namen we een tweede, grotere boot in gebruik: de *Moules Frites* kan sneller en meer oogst binnenhalen, ook bij minder goed weer.

Nieuwe en vernieuwde partnerships

- In 2024 sloten we met het **biologische tuinbouwbedrijf De Lochting** in Roeselare een overeenkomst voor onbepaalde duur, uniek in de sector en een belangrijke stap in het borgen van het Belgische bio-aanbod. We werken al sinds 1999 samen met De Lochting, dat mensen tewerkstelt die moeilijk terecht kunnen in het reguliere arbeidscircuit.

Vandaag nemen we 85% van hun productie af, goed voor 35 soorten biogroenten bij Colruyt en Bio-Planet.

- In maart 2025 stond de groep mee aan de wieg van de nieuwe **coöperatie BE-AVICOP**. Daarbij werken we rechtstreeks met een vijftiental **Waalse kippenkwekers**, van wie we de volledige productie afnemen. Zij volgen de welzijnsstandaarden van het Better Chicken Commitment, wat gezondere kippen oplevert en het kweekproces minder arbeidsintensief maakt. De kipproducten krijgen op de verpakking de naam '**Kip van eigen bodem**'. Dit assortiment is al goed voor 30% van al het kippenvlees in onze winkels.
- We vernieuwden het unieke partnership dat al sinds 2020 loopt met zuivelbedrijf **Inex** en een driehonderdtal **melkveehouders**. De komende drie jaar zorgen we voor een marktconforme prijszetting, wat alle partijen stabiliteit oplevert. Samen zetten we de schouders onder een verduurzamingstraject met als voornaamste focus een lagere broeikasgasuitstoot. Eindresultaat: duurzamere Boni-melk voor onze klanten.

Gezondheid en Welzijn



Colruyt Group is in België actief in het vakgebied Gezondheid & Welzijn, met de fysieke fitnessclubs van Jims en het online gezondheidsplatform Yoboo. De online apotheek Newpharma bedient klanten in België en een zestal andere Europese landen.

 **jims**

newpharma 

Yoboo

bedrijf waarin Colruyt Group participeert

Jims baat in België en Luxemburg 83 fitnessclubs uit. Die bieden leden een comfortabele en veilige omgeving om aan conditie- of krachttraining te doen en een brede waaier groepslessen te volgen.

Jims stimuleert hen om een gezonde levensstijl aan te nemen, met oog voor gezondheid in de brede zin. De leden hebben toegang tot alle clubs en worden er begeleid door deskundige en enthousiaste trainers. Jims realiseert ook omzet op de zakelijke markt, via de verkoop van abonnementen, team-events en welzijnsplannen op maat van bedrijven en organisaties.

° Overname Jims in 2021
Overname NRG eind 2024

 **EUR 234 miljoen**
gezamenlijke omzet
Gezondheid & Welzijn (*)
(-3,9% en ongeveer +15%
op vergelijkbare basis)

 **83 fitnessclubs**
(77 in België en 6 in
Luxemburg)

 **Meer dan 300**
medewerkers in VTE

 **We move with you**

 **jims.be**
jims.lu

(*) Omvat Newpharma voor 12 maanden
in boekjaar 2024/25 tegenover
15 maanden in boekjaar 2023/24.



Omzet stijgt met een kwart

Voor het tweede boekjaar op rij zag Jims zijn omzet met bijna een kwart toenemen. Die stijging is mede te danken aan de toename van het ledenaantal met bijna een vijfde en aan de verdere stijging van de gemiddelde besteding per lid. Zo kiest ruim de helft van de nieuwe leden voor de twee ruimste abonnementsformules, die toegang geven tot groepslessen, een intakegesprek, een individueel trainingsplan enz. Nieuwe klanten vinden vlot de weg naar de nieuwe website en app, ruim een derde van de verkoop wordt online gerealiseerd. Het vlekkeloos geïntegreerde CRM-systeem biedt correctere en relevantere rapportering en laat Jims toe om meer data-gedreven te gaan werken. Jims opende een achttal nieuwe clubs en liet evenveel bestaande clubs verbouwen. In totaal zaten er einde boekjaar 21 clubs in het nieuwe Jims-kleedje. Komend boekjaar ligt de focus op de verdere verbouwing van bestaande Jims-clubs en overgenomen NRG-clubs. De combinatie van het nieuwe clubconcept met de commerciële slagkracht van de tandem Jims/NRG zal bijdragen tot een versnelde maturiteit van de nieuwe clubs.

Overname fitnessketen NRG maakt Jims dubbel zo groot

- Jims bereikte in december 2024 een akkoord met het management van fitnessketen NRG voor de overname van 40 fitnessclubs in België. Daarmee verdubbelde het aantal clubs en werd Jims de **tweede grootste fitnessspeler** op de Belgische markt. Alle 180 personeelsleden van NRG stapten mee over naar Jims.
- Met de overname maakt Jims zijn ambitieuze **groeiplannen versneld** waar. Ze brengt de nodige schaalgrootte met zich mee om diverse initiatieven breder uit te bouwen, zoals voedingscoaching, pre- en postnatale begeleiding, samenwerkingen met zorginstanties enz.
- Jims en NRG zijn **complementair**, zowel qua locaties als qua aanbod. Jims is vooral aanwezig in steden zoals Gent en Brussel, NRG is goed vertegenwoordigd in Antwerpen en Limburg. Jims blinkt uit in inspirerende groepslessen en gepersonaliseerde coaching, NRG is sterk in community building, lokale verankering en ledenwerving. Samen hebben ze alles in huis om uit te groeien tot een unieke speler in de fitnessmarkt.
- Tegen april 2025 waren alle overgenomen clubs **commercieel geïntegreerd**, met o.a. nieuwe gevelmarketing, gemeenschappelijke IT-systemen, online platformen, gezamenlijke abonnementen- en tarievenstructuren.

Aanvulling op het klassieke zorgsysteem

Vanuit de groepsmissie om preventieve gezondheid voor iedereen toegankelijker te maken, ontwikkelt Jims initiatieven als aanvulling op het klassieke zorgsysteem.

- Via het programma **Move for Health** formaliseerde Jims de goede samenwerking met diverse ziekenhuizen en zorginstellingen in o.a. Gent, Halle en Genk. Na doorverwijzing kunnen groepjes chronische cardio- en obesitaspatiënten bij Jims verder werken aan hun herstel en gezonde routines opbouwen. Via dit nazorgprogramma ontlast Jims de ziekenhuizen en krijgt het tegelijk nieuwe leden over de vloer.
- Jims versterkt zijn **aanwezigheid in de ziekenhuizen**. Zo stelde het al cardiotoestellen ter beschikking en zijn er plannen voor de uitbating van een volwaardige club op de campus van een ziekenhuis. Voorts worden er ter plaatse coaches opgeleid en is er ruimte voor uitwisseling met de artsen en wederzijdse doorverwijzing.
- In het najaar van 2024 opende **topsportkiné** SPRS vier behandelruimtes in Jims Kortrijk en Kuurne. Leden kunnen er terecht voor advies, behandeling of een aangepast programma, terwijl SPRS-patiënten die geen lid zijn toegang krijgen tot de moderne infrastructuur. Dit testproject biedt uiteraard ook ruimte voor een leerrijke wisselwerking tussen fitnesscoaches en kinesisten.

Meer dan fitness

Met de langlopende campagne "Kies voor meer dan fitness" toont Jims dat het mensen op diverse manieren wil ondersteunen bij het verbeteren van hun levensstijl.

- Sinds medio 2024 kunnen sporters via een online test hun voornaamste doelstellingen en bijhorend **sportprofiel** achterhalen. Naargelang hun profiel krijgen ze specifiek trainings- en voedingsadvies met bijpassende recepten. De ingrediënten ervan kunnen ze eenvoudig bestellen bij Collect&Go, een mooi voorbeeld van synergie met de foodactiviteit van de groep.
- In de maandelijkse **podcast** 'Jims on the move' duiken experts en coaches dieper in onderwerpen zoals mentale veerkracht, voeding en motivatie. De podcast wordt opgenomen in een mobiele studio, die ook inzetbaar is voor events op locatie.
- Vanaf augustus 2024 werden er in alle Jims clubs **AED-toestellen** geïnstalleerd en medewerkers opgeleid om bij een hartstilstand snel te kunnen ingrijpen. Tijdens de openingsuren zijn de toestellen ook toegankelijk voor voorbijgangers. Op termijn zullen ook alle overgenomen NRG-club met een toestel uitgerust zijn.



Newpharma is de grootste Belgische online apotheek, met meer dan 45.000 producten van 1.700 merken tegen voordelige prijzen, beschikbaar via de Xtra-app. Twee derde van de bestellingen wordt binnen de 24 uur aan huis geleverd, de overige in een van de 3.500 afhaalpunten.

Daarnaast levert Newpharma Group aan een tiental landen, waarvan er zes bediend worden met specifieke assortimenten: Frankrijk, Zwitserland, Nederland, Duitsland, Oostenrijk en Roemenië. De apotheek baat ook vier eigen fysieke apotheken uit in Antwerpen, Luik en Halle.

° Participatie sinds 2017, 100% geconsolideerd sinds oktober **2022**

 **EUR 234 miljoen** gezamenlijke omzet Gezondheid & Welzijn (*) (-3,9% en ongeveer +15% op vergelijkbare basis)

 **45.000 artikelen** voor de Belgische markt.

 **Meer dan 300** medewerkers in VTE

 **Jouw apotheek, altijd bij de hand**

 **Newpharma.be**

(*) Omvat Newpharma voor 12 maanden in boekjaar 2024/25 tegenover 15 maanden in boekjaar 2023/24.



Bestendige groei

Voor het tweede jaar op rij boekte Newpharma een duidelijke omzetgroei. In België piekte de verkoop in het derde kwartaal van het boekjaar, onder meer dankzij een record op Black Friday, met bijna 17.000 bestellingen. In december 2024 werden er 1,7 miljoen artikelen op stock genomen, het dubbele van een normale maand.

De tweede jaarhelft kende felle concurrentie en promodruk. De apotheek zet sindsdien nog meer in op efficiëntie, productiviteit en kostencontrole en slaagt erin om de goedkoopste op de Belgische markt te blijven.

De apotheek ziet de markt van online geneesmiddelen verder groeien, naarmate consumenten het meer gewoon worden om online te bestellen. Tegelijk worden ze almaar prijsgevoeliger, wat Newpharma ertoe noopt om zijn prijsvoordeel sterker uit te spelen.

Newpharma voorziet verdere groei in de verkoop van beauty, skincare en diervoeding. Via doelgerichte marketing en prijszetting zal het de klanten stimuleren om grotere bestellingen te plaatsen, eerder dan in te zetten op meer transacties.

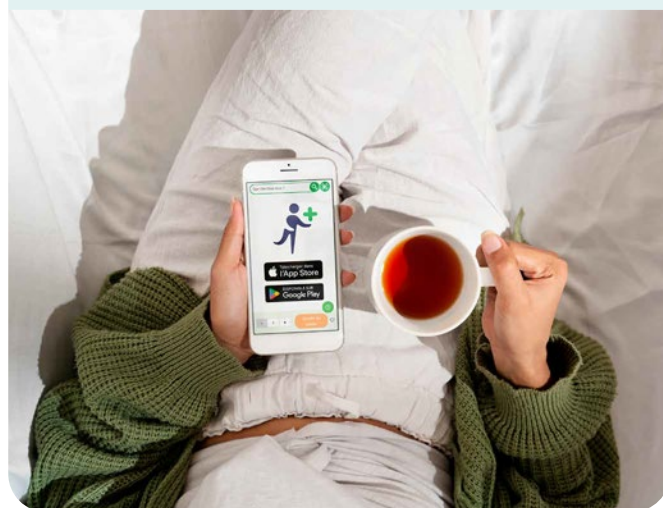
Newpharma adviseert de winkelformules zoals Colruyt Laagste Prijzen en Okay voor de samenstelling van hun parafarmacie-rayon. De apotheek ontwikkelt ook actief synergieën met interne partners zoals Xtra, de fitnessclub Jims en de online boodschappendienst Collect&Go.



Online verbinden

Newpharma investeert in digitale kanalen om de band met de klanten te versterken.

- Succesvolle live **webinars** sinds eind 2024. Apothekers delen hun expertise en beantwoorden vragen via de chat.
- De nieuwe **app** maakt het de klant gemakkelijker om de juiste producten te vinden en persoonlijk advies te krijgen. Hij maakt Newpharma ook minder afhankelijk van externe zoekmachines.
- Klanten uit alle lagen van de bevolking maken almaar vaker online een afspraak voor een **digitale consultatie** met een van de apothekers. Dat kan gaan over farmaceutische zorgen en apotheekproducten maar even goed over voeding, beweging, slaap enz.



Internationale expansie

- In **Frankrijk** bleef Newpharma de grootste online apotheek en boekte het een omzetstijging van ruim een kwart. Dat was ook zo in **Nederland**, waar de premium online drogist vooral scoort met de assortimenten verzorging en schoonheid.
- In **Zwitserland** is Newpharma qua omzet de tweede grootste speler op de online markt. Nabij Lausanne opende een eigen apotheek, die voortaan de bestellingen verzendt in plaats van de site in Luik. Dat verkort de levertijd van een week naar één dag.
- De activiteiten in **Duitsland** en **Oostenrijk** bleven relatief stabiel. Newpharma wil er vanaf 2025 groeien door meer landeigen producten in assortiment te nemen.
- In september 2024 ging de online apotheek van start in **Roemenië**. Mede dankzij zijn aanwezigheid ter plaatse mikt Newpharma er op snelle organische groei.

Slimmer prijzen aanpassen

Newpharma nam eind 2024 een nieuwe software voor prijsmanagement in gebruik. Daarmee is het bedrijf uitstekend gewapend om te opereren in een uiterst competitieve omgeving en om een beter evenwicht te vinden tussen concurrentieel zijn en de marges beschermen. De technologie laat toe om een coherent prijsbeleid te voeren voor clusters van producten. Ze houdt ook rekening met de mogelijke objectieven achter prijsaanpassingen (meer volume, omzet of marge ...) en voorspelt de mogelijke impact ervan. Tegen einde boekjaar was de tool in gebruik in de zes belangrijkste landen.

Ecologisch en slim verpakken

De nieuwe verpakkingsmachine maakt kartondozen op maat van het product, waardoor er veel minder karton en vulmateriaal nodig is. Goed voor een mooie besparing en een kleinere ecologische voetafdruk!



° Sinds 2023



Participatie op 31 maart 2025: **94,16%**

Colruyt Group heeft zijn participatie in het Belgische digitaal gezondheidsplatform Yoboo, kaderend in onze ambitie om gezondheid en welzijn toegankelijker te maken voor iedereen, verder verhoogd naar 94,16%.

Yoboo

Shift van curatief naar preventief

Yoboo begeleidt mensen op een persoonlijke en laagdrempelige manier bij het optimaliseren van hun leefstijl, met aandacht voor onder meer voeding, rust en beweging. De **gebruiker** kan rekenen op **digitale, interactieve ondersteuning** in de app, en op coaching door een aangesloten, zelfstandige apotheker. De apothekers krijgen op hun beurt de nodige ondersteuning om hun klanten persoonlijk en professioneel te adviseren, want vaak is dat nog een relatief nieuwe service.

Yoboo helpt de **apothekers** evolueren van curatieve productverstrekker naar dienstverlener die zich ook onderscheidt met **preventief gezondheidsadvies**. Die verschuiving dringt zich op, gezien de verzadigde Belgische apotheekmarkt en de groeiende druk van de online apotheken op de verkoopmarges.

Afgelopen boekjaar investeerde Yoboo extra in marketingmateriaal waarmee de apotheken klanten kunnen meenemen in het gezondheidsverhaal, zoals raamstickers, infozulen, medicatiedoosjes en kwartaalacties rond bepaalde producten.

Groeiend netwerk

Einde boekjaar telde Yoboo een veertigtal aangesloten zelfstandige apotheken. Het netwerk groeit traag maar gestaag en mag rekenen op opmerkelijke ledentrouw. Doorgaans gaat het om apotheken met minstens een drietal medewerkers en geschikte, aparte ruimtes met voldoende privacy. Daar kunnen klanten bijvoorbeeld rustig producten testen, zich individueel laten begeleiden of innovatieve metingen laten doen die in een handomdraai de belangrijkste gezondheidsparameters in kaart brengen.

Yoboo beschikt ook over enkele eigen apotheken, die helemaal ontworpen zijn met focus op interactie en bijvoorbeeld geen traditionele balie meer hebben.

Maatwerk voor bedrijven

Yoboo ontwikkelt leefstijltrajecten op maat van bedrijven. Die zetten gedurende 3 tot 12 maand welzijn hoog op de agenda en begeleiden de medewerkers naar een gezonder leven, individueel en als groep. Yoboo biedt ook producten aan van jims (dagtickets, teambuildings ...) en van Colruyt Group Academy, zoals webinars of fysieke workshops rond gezondheid.

Non-food



Colruyt Group is in België actief in de non-food retail met de fietsenwinkel Bike Republic en de modeketens Zeb, The Fashion Store en Pointcarré. Zeb heeft ook enkele winkels in Frankrijk. De groep participeert ook in de speelgoedwinkel Dreamland.



bedrijf waarin Colruyt Group participeert

The Fashion Society groepeer drie multimerken modeketens, voornamelijk actief in België maar ook in Luxemburg en Frankrijk. Het gaat om destinationwinkels buiten de stad, met focus op beleving en klantentevredenheid.

De drie merken mikken op brede maar duidelijk onderscheiden doelgroepen en dekken een groot stuk van de fashionmarkt af. Zeb is er voor zelfbewuste, jongere klanten die uitkijken naar inspiratie en een goede zaak willen doen. De familiewinkels PointCarré en The Fashion Store mikken eerder op trendvolgers van meerdere generaties en zijn sterk in persoonlijk onthaal en advies.



Aanknopen met groei in krimpende markt

In een licht krimpende fashionmarkt met beperkte inflatie knoopte The Fashion Society na een tweetal moeilijke seizoenen opnieuw aan met groei. De mooie omzetstijging werd mede gedreven door enkele winkelopeningen maar ook door instroom van nieuwe klanten in de bestaande winkels. De groep haalde zelfs de hoogste rentabiliteit in de Belgische modemarkt. Deze resultaten zijn enerzijds te danken aan de normalere weersomstandigheden tijdens het winterseizoen 2024/25 (vergeleken met het te warme najaar van 2023). Anderzijds deed de modegroep een aantal strategische ingrepen die hun vruchten afwierpen.

- De **inkopers** hielden nog meer rekening met de weersafhankelijkheid van de modemarkt en de impulsiviteit van de klanten. Een aantal collecties kwam iets later in de winkel maar ook op tijd om vroege klanten te kunnen bedienen.
- Zeb werkte een nieuw **promotiebeleid** uit, met straffe maar gerichtere kortingen op minder of kleinere productgroepen.
- Op **marketingvlak** schroefde Zeb het aantal geadresseerde papieren folders sterk terug. Bijkomende bus-aan-bus-folders en digitale campagnes brachten nieuwe klanten aan.

° Participatie sinds 2014 en volledig geconsolideerd sinds **2020**

EUR 265 miljoen gezamenlijke omzet Non-food retail ⁽¹⁾ (~12,6% en geringe daling op vergelijkbare basis)

133 winkels ⁽²⁾

1.000 m² gemiddelde winkelloppervlakte

Gemiddeld **39.000** referenties op jaarbasis

Meer dan 850 medewerkers in VTE

Zeb.be
thefashionstore.be
Pointcarre.be

(1) Omvat The Fashion Society voor 10 maanden in boekjaar 2024/25 tegenover 12 maanden in boekjaar 2023/24.

(2) Situatie op 31 januari 2025, einde boekjaar The Fashion Society.



Duurzamer ondernemen

- The Fashion Society is bezig met het in kaart brengen van de CO₂-uitstoot van zijn producten en activiteiten en verwerkt almaar meer biokatoen in de collecties.
- De leveranciers tekenen gedragscodes rond o.a. werkomstandigheden, dierenwelzijn en duurzame productieprocessen.
- Op het programma voor 2025 staan onder meer een grote kledinginzamelactie in samenwerking met de kringloopwinkels en de opstart van repair shops om gedragen kledij een langer leven te geven.



- 84 winkels, waarvan 3 in Frankrijk
- Potentieel van meer dan 100 winkels in België, waarvan 70 in Vlaanderen

Zeb opende in Frankrijk drie geïntegreerde winkels. Daarnaast heropende de Franse winkel die voorheen als PointCarré werd uitgebaat recent als Zeb, wat het totaal op vier brengt. De winkels draaien naar behoren en kunnen ook de Franse klanten bekoren met dezelfde topmerken als in België. Zeb gaat er zijn multimerkenconcept sterker promoten en zowel klanten als medewerkers vertrouwder maken met het verregaande Belgische servicemodel.

Divers en inclusief

Zeb lanceerde een warme campagne rond 'zelfliefde' bij jongeren, met bekende influencers als gezicht. Klanten kregen codes voor een peptalk en 20% korting, de jongerenorganisatie JAC kreeg financiële steun. Het opgemerkte initiatief werd genomineerd voor de Mercurius-prijs.

Zeb vierde diversiteit in een opvallende eindejaarscampagne, waarin ook een model met een beenprothese figureerde. Zeb investeert al jaren in toegankelijke winkels en in opleiding van de medewerkers rond winkelen met een fysieke beperking.

the fashion store

- 21 winkels
- 1 nieuwe winkel in mei 2025
- Potentieel van 50 winkels in Vlaanderen

Sinds de overname in 2018 verdrievoudigde het aantal winkels en ook de omzet. De winkel in Veerle presenteerde de **nieuwe merkidentiteit** en het bijhorende winkelconcept, goed voor meer sfeer, een aparte uitstraling en extra ruimte voor accessoires en een aantal artikelen homedecoratie. Komend boekjaar staan er een nieuwe winkel en een verbouwing gepland.

The Fashion Store nam in augustus 2024 de naam van het Belgische modemerken **Terre Bleue** over, al jaren een vaste waarde in het assortiment. In het najaar van 2025 wordt een volledig nieuwe Terre Bleue-collectie voorgesteld, trouw aan het merk maar iets jonger en betaalbaarder.

De winkelketen is fier op zijn exclusieve samenwerking met **Ellen Callebout**, van wie de stijlvolle collectie 'Ellen' in het voorjaar van 2025 in verkoop ging.



PointCarré

- 28 winkels, waarvan 23 in eigen beheer en nog 5 in franchise
- Potentieel van 30 winkels in Wallonië

Met zijn familiale sfeer en warm onthaal heeft de keten PointCarré in Wallonië zijn plek veroverd naast Zeb. De zes eerder overgenomen franchisewinkels zijn succesvol geïntegreerd en presteren volgens verwachting.

Afgelopen boekjaar voerde de keten tal van verbeteringen door in management, winkelorganisatie en klantenservice. Er werd beslist om het merk te restylen en in het voorjaar van 2026 een pilootwinkel te openen. PointCarré werkt voor het eerst ook samen met een ambassadrice, de alom bekende media-persoonlijkheid **Sara De Paduwa**.



Bike Republic is een toonaangevende speler in de verkoop van merkfietsen en e-bikes, fietskledij en accessoires. Als betrouwbare 'compagnon de route' voor elk moment wil de fietsspecialist zijn klanten puur fietsplezier bezorgen, of het nu pendelaars zijn, recreatieve fietsers of sportievelingen. Bike Republic munt uit in toegankelijkheid, via zijn sterk vertakte winkelnetwerk en ruime openingsuren. Klanten kunnen rekenen op een prima dienstverlening, met degelijk advies, een uitstekende service na verkoop, onderhoud en herstellingen in eigen ateliers. Zakelijke klanten kunnen fietsen aankopen of leasen en een fietsplan op maat laten uitwerken.

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

EUR 265 miljoen
gezamenlijke omzet
Non-food retail ^(*)
(-12,6% en geringe daling
op vergelijkbare basis)

29 winkels
en 3 Service Points

800 à 1.200 m²
gemiddelde
winkeloppervlakte

Meer dan 150
medewerkers in VTE

**Jouw compagnon de
route voor elk moment**

bikerepublic.be

(*) Omvat The Fashion Society voor 10 maanden
in boekjaar 2024/25 tegenover 12 maanden
in boekjaar 2023/24.



Bovengemiddelde prestaties in moeilijke markt

In een verder krimpende fietsenmarkt met dalende volumes zag Bike Republic zijn omzet in geringe mate dalen, maar presteerde nog altijd bovengemiddeld. Consumenten zijn nog altijd niet erg happig om investeringsgoederen aan te schaffen. De marges ondervonden sterke druk als gevolg van straffe promoties en de uitverkoop van voorraden, ook door andere spelers. Bike Republic kon zijn marktaandeel behouden en blijft de grootste fietsenwinkel met diverse kwaliteitsmerken van België. Op de nog altijd sterk versnipperde markt verdwenen er in 2024 enkele concurrenten en was er verder weinig consolidatie.

Het voorbije boekjaar werd de overvoorraad grotendeels weggewerkt, wat een positieve impact had op het werkkapitaal. Tevens werd de merkenportefeuille verder gerationaliseerd. De ateliers in de winkels zijn ondertussen rendabel.

Het merk focust in boekjaar 2025/26 verder op stabiliteit en rentabiliteit van het bestaande winkelpark en opent mogelijks enkele servicepunten.

› **2 nieuwe winkels,**
waaronder Chênée (Luik),
de eerste in Wallonië

› **3 nieuwe Service Points**

Complementaire servicepunten

Sinds eind 2024 opende Bike Republic drie **Service Points** in Leuven, Antwerpen en Kortrijk en voorziet vanaf het najaar van 2025 nog vestigingen in andere steden. Dit nieuwe format zonder verkoopactiviteit maakt onderhoud en herstellingen nog bereikbaarder voor stedelijke fietsers. Belangrijk, omdat voor velen van hen de fiets het primaire vervoermiddel is. De servicepunten werken **complementair** met een grotere Bike Republic-winkel in de stadsrand, bijvoorbeeld qua bezetting en openingsuren.

Hernieuwde focus op zorg en sport

Bike Republic bedient in hoofdzaak de eindconsument, ofwel via particuliere aankoop, ofwel via leasingformules van de werkgever. Het biedt alle types fietsen, van kinderfietsen over stadsfietsen tot cargobikes, en gaat meer inzetten op:

- **Zorgfietsen** voor mensen met een beperkte mobiliteit, zoals handbikes, revalidatiefietsen, tandems en driewielers, elektrische bakfietsen en duo-fietsen, inclusief aanpassingen en maatwerk. De winkel in Diest heeft het ruimste aanbod plus een indoor testparcours, een vijftal andere winkels hebben eveneens oplossingen in huis.
- **Sportfietsen** voor de weg, alle terrein en gravel. Winkels in populaire fietsgebieden krijgen een ruimer sportassortiment, bestemd voor een vrij breed doelpubliek.

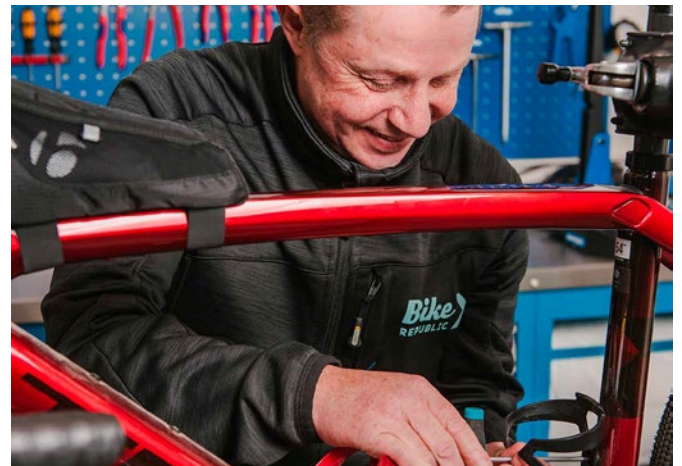
Sterk in leasing

Bike Republic realiseert ruim een derde van zijn omzet via leasingcontracten. Het ziet die business verder groeien, dankzij duurzame relaties met de leasemaatschappijen en een almaar bredere toegang tot leasing, onder meer voor de zorg en het onderwijs. Andere troeven zijn het uitgebreide en geografisch gespreide winkelnetwerk, het ruime service-aanbod en de portefeuille met populaire leasingmerken. Nu er stilaan meer leasefietsen afgeschreven worden, bekijkt Bike Republic verschillende opties om die een tweede leven te geven.

Minder merken, betere service

In 2024 definieerde Bike Republic een kleiner en meer evenwichtig assortiment (top)merken, inclusief een toegankelijk aanbod instapmodellen. Minder merken, technologieën, onderdelen en garanties leiden tot meer **eenvoud** en **efficiëntie**, betere service en **klantentevredenheid**.

- Degelijker advies en minder keuzestress bij aankoop
- Grotere beschikbaarheid van onderdelen
- Snellere service in onderhoud en herstelling
- Betere relaties met selecte groep leveranciers.



Ervaren techniekers

Kwalitatieve en toegankelijke service is een ideale hefboom voor klantenbinding en op termijn ook voor de verkoop. Bike Republic rekent daarvoor op techniekers met ruime expertise in alle types fietsen van alle merken, die ook klanten bedienen die elders aankochten.

De eigen **Bike Academy** leidt nieuwe techniekers op en de winkelateliers verzekeren permanente bijscholing. Meerdere winkels werken succesvol samen met scholen die fietstechniek aanbieden binnen een duaal leertraject.



° Sinds 2023



Participatie: 25%

Colruyt Group verkocht in oktober 2023 driekwart van de aandelen in Dreamland aan ToyChamp Holding nv van de familie Nolmans. Met ToyChamp als sterke partner kon Dreamland in een erg uitdagende speelgoedmarkt een gezonde toekomst tegemoetzien. Beide ketens samen werden de grootste speelgoedretailer van België, met ondertussen meer dan 90 winkels in België en Nederland. Sinds de overname heeft Dreamland sterk ingezet op rentabiliteit, onder meer door de winkelassortimenten en voorraden te reduceren.

ToyChamp nam in oktober 2024 ook de Nederlandse speelgoedketen Intertoys over en is zo de grootste speelgoedretailer in de Benelux, met meer dan 300 winkels en een jaaromzet van ruim 500 miljoen euro. Die expansie zette de holding ertoe aan om de merkarchitectuur te vernieuwen. Vanaf september 2025 gaan alle winkels van ToyChamp en Dreamland in België en Nederland door onder de vlag Dreamland. Het merk wordt behouden omwille van de notoriëteit, de merkwaarde en het sterke imago, maar krijgt wel een complete make-over. Er komt een nieuw logo, een nieuw verhaal en vanaf begin 2026 een nieuw winkelconcept dat focust op beleving en inspiratie.

Energie



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

Virya Energy is actief in de volledige waardeketen van duurzame energie, in een vijftiental landen in Europa en Azië. Dit omvat de onshore productie van groene energie via wind, zon en waterkracht, alsook de levering van 'fit for purpose' energieoplossingen.

Virya Energy is ook betrokken bij de ontwikkeling van projecten voor duurzame waterstof. Het bedrijf heeft ten slotte belangen in dienstverleners aan de offshore-industrie.

virya
energy

(bedrijf waarin Colruyt Group participeert)

Korys hoofdaandeelhouder

Als medeaandeelhouder en één van de grootste klanten van Virya Energy ondersteunt Colruyt Group de groeiplannen van de energieholding. Omgekeerd is Virya Energy een cruciale partner voor het realiseren van de groepsambities inzake energietransitie, zoals emissievrij transport. Vanaf de oprichting in 2019 hield Colruyt Group een belang aan van 59,94% in Virya Energy. Eind maart 2024 verkocht de groep een deel daarvan aan Korys, de investeringsmaatschappij van de familie Colruyt. Daardoor houdt de groep nog een participatie van 30% aan in Virya Energy, terwijl Korys met 70% de hoofdaandeelhouder is.

° 2019



Participatie in Virya Energy: **30,00%**



Sterkere commerciële focus

De bedrijven in de portfolio van Virya Energy produceren groene stroom uit diverse bronnen, deels voor het publieke net (voor de meter) of rechtstreeks voor grote corporate klanten (achter de meter).

Om meer corporate projecten binnen te halen, heeft Virya Energy het voorbije boekjaar zijn commerciële focus versterkt. De organisatiestructuur werd aangepast en omvat nu aparte pijlers voor publieke en corporate klanten.

Het energiebedrijf werkt aan expansie in Europa en in Azië, waar meerdere landen de liberalisering van de energiemarkt in gang hebben gezet. Het haalde in Maleisië een aanbesteding binnen voor een groot zonnepark en doet mee aan tenders in Thailand en Vietnam.

Pionieren met waterstofontwikkeling

Virya Energy pioniert al sinds 2007 met de productie, opslag, distributie en gebruik van groene waterstof, gemaakt op basis van water en groene stroom. Het bedrijf ontwikkelt, financiert en bouwt ook waterstofcentrales op industriële schaal. De waterstof is onder meer inzetbaar als grondstof voor de industrie, als brandstof voor zwaar transport en scheepvaart en als buffer voor groene stroom.

Eerste waterstofvallei nabij Luik

Virya Energy, John Cockerill en Novandi wonnen een aanbesteding en subsidies van het Waals Gewest voor de ontwikkeling van VALLHYÈGE, de eerste 'waterstofvallei' van Wallonië. Doel is een volwaardige waardeketen op te zetten, met een 15 MW productiefaciliteit en gegarandeerde afname door Colruyt Group en een zestal Belgische transporteurs. Virya Energy is ook actief betrokken bij de ontwikkeling van industriële waterstofprojecten in Nederland en Duitsland.

Eerste steen in Zeebrugge

Met Vlaamse en Europese steun werd in augustus 2024 in Zeebrugge de eerste steen gelegd van Hyoffwind, de eerste Belgische fabriek voor de industriële productie van groene waterstof. Het consortium Hyoffwind bundelt expertise van Virya Energy, Messer en Hyoffgreen en omspannt de hele energiewaardeketen. De fabriek met een startcapaciteit van 25 MegaWatt zal tegen eind 2026 operationeel zijn. Ze kan haar capaciteit op termijn verviervoudigen en een leidende rol spelen in de energietransitie van België.



30 jaar expertise in windenergie

Virya Energy bundelt meer dan 30 jaar expertise in de productie van windenergie, verworven via de vroegere offshore participaties in de Noordzee, en via de ondertussen geïntegreerde bedrijven **Eoly Energy** in België en **Eurowatt** in onder meer Frankrijk, Polen, Spanje en Portugal. Vandaag beheert het bedrijf meer dan 30 windparken in Europa, die zowel bedrijven als particulieren van groene stroom voorzien.

In **België** wordt er ondanks het moeilijke regelgevend kader verder gewerkt aan de ontwikkeling van een tiental nieuwe windprojecten op land. Er wordt ook volop ingezet op repowering van de oudste windparken: de turbines vervangen door nieuwe versies of de levensduur ervan verlengen met nieuwe onderdelen.

Voor de activiteiten in **Polen** kreeg het bedrijf Europese fondsen voor de ontwikkeling van een nieuw windpark van 31,5 MW en de ondersteuning van een bestaand windpark.



Meer corporate solarprojecten

Virya Energy heeft ruime expertise in de ontwikkeling van solar systemen, voortbouwend op de ervaring van o.a. **Constant Energy** in Azië en op die van het recent overgenomen Franse **Sunopée**. Het bedrijf ontwikkelt enerzijds grootschalige zonneparken die stroom leveren aan het net, en is anderzijds actief in het commercial & industrial segment (C&I). Dat gaat om solarinstallaties op maat van de energienoden van corporate klanten (*fit for purpose*), die hun energie-autonomie vergroten en de energiekosten aanzienlijk verminderen. Die installaties op industriële daken, parkeerterreinen en -gebouwen of braakliggend land kunnen geïntegreerd worden in een slim energiemanagementsysteem, inclusief opslag (in batterijen) en autoconsumptie, bijvoorbeeld via laadinfrastructuur. In België is Colruyt Group de grootste klant voor dit type oplossingen.

Virya Energy nam in oktober 2024 het Franse bedrijf **Sunopée** over, een dochteronderneming van de Léon Grosse Groep gespecialiseerd in decentrale solarsystemen. Daarmee verwerft Virya Energy bijna 100 MW aan vergevorderde projecten en ruim 300 MW in prospectiefase en versterkt het aanzienlijk zijn positie op de Franse solarmarkt.

Virya Energy houdt sinds juli 2023 een belang aan van 75% in **Constant Energy**, een gerenommeerd Singaporees platform voor hernieuwbare energieproductie, opslag en verdeling. Het bedrijf heeft heel wat expertise in de ontwikkeling, financiering, bouw en exploitatie van rooftop installaties voor industriële klanten in Zuid-Oost Azië.

Distributie van energie in België

Energieleverancier DATS 24 biedt zowel traditionele als alternatieve energiebronnen aan en zorgt er mee voor dat ook consumenten de transitie kunnen maken naar duurzamere energie. Het merk staat op het Xtra-getrouwheidsplatform van Colruyt Group, wat klanten bijkomende voordelen biedt.



• Elektrische mobiliteit

DATS 24 wil de komende jaren in België zowat 10.000 (semi-) publieke laadpunten installeren en de grootste aanbieder worden van elektrische laadinfrastructuur, inclusief stroomvoorziening, onderhoud enz. Op parkings van Colruyt-winkels zijn er al meer dan twintig laadpleinen met minstens tien laadpunten geplaatst, in samenwerking met Pluginvest en Colruyt Group Technics.

Eind 2024 werd het laadplein op de parking van de Colruyt Group-hoofdzetel in Halle uitgebreid tot maar liefst 326 laadpunten, waarmee het toen één van de grootste van Europa was.

• Klassieke brandstoffen en waterstof

Via een Belgisch netwerk van meer dan 150 tankstations verdeelt DATS 24 kwaliteitsbrandstoffen tegen competitieve prijzen, inclusief AdBlue en aardgas (CNG) en vanaf de zomer van 2025 ook HVO-biodiesel voor vrachtwagens. Er zijn ook zes publieke waterstofstations, die zowel zware vrachtwagens als personenwagens bedienen.

• Energie thuis en op het werk

DATS 24 levert 100% groene stroom en aardgas tegen voordelige tarieven aan particuliere en corporate klanten in Vlaanderen en Wallonië. Met zijn eenvoudige, transparante aanbod behoort het tot de beste energieleveranciers van België.

Diensten voor offshore energie-infrastructuur

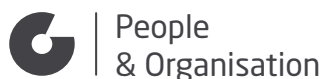
Virya Energy Services participeert in diverse dienstverleners voor de offshore energiesector. Die bieden met baanbrekende technologie en diepgaande expertise essentiële ondersteuning tijdens de hele levenscyclus van de energie-infrastructuur.

- **GEOxyz** is gespecialiseerd in marien bodemonderzoek en -monitoring. Het presteert prima in een boomende markt en kijkt uit naar derde partners om zich te versterken
- **Fluves** en **Marlinks** zijn gespecialiseerd in de permanente monitoring van onder- en bovengrondse pijpleidingen en stroomkabels, onder meer met optische-vezelsensoren.
- **dotOcean** ontwikkelt locatiesoftware en systemen voor o.a. autonome navigatie en monitoring.

Ondersteunende diensten



Van IT over techniek tot print & document management: de groep heeft heel wat expertise in huis ten dienste van de interne partners, medewerkers en klanten. Myreas en Symeta Hybrid bedienen ook externe klanten. Colruyt Group Academy en Colruyt Group Foundation beogen meerwaarde voor mens en samenleving.



People&Organisation coördineert en ondersteunt het medewerkersbeleid van Colruyt Group. Meer dan 400 medewerkers (in voltijdsequivalent) zijn actief in loonverwerking, rekrutering, preventie, medische dienst, juridisch advies, sociale relaties en het beheer van alle vormen en opleidingen. Het HR-kenniscentrum werkt rond thema's als mens- en teamontwikkeling, remuneratie, persoonlijke groei, leiderschap, welzijn en vakmanschap. P&O zet almaar meer in op data en digitalisering, bijvoorbeeld met selfservice applicaties die medewerkers meer autonomie geven om te werken en te ontwikkelen op hun eigen tempo.



Welkom, nieuwe collega's

Er werd gestart met het opmaken van een globaal werkkader voor de onboarding van nieuwe collega's na een overname. Doel is handvaten aanreiken om de nieuwe mensen vertrouwd te maken met onze missie, waarden en algemene bedrijfscultuur, alsook onze visie op onder meer leidinggeven, ontwikkeling en remuneratie. De nood aan een draaiboek werd imminent toen er in april 2024 zowat 950 medewerkers bijkwamen van 54 overgenomen Match- en Smatch-winkels. Vanaf het najaar werden er voor de leidinggevenden speciale ontwikkeltrajecten opgezet met focus op de typische rollen, functies en cultuur van de groep. Gelijkaardige trajecten zijn voorzien voor de integratie van nieuwe medewerkers van de fitnessketen NRG en de groothandel Délidis.

Groenere mobiliteit

- Het fietspeloton blijft groeien. Ruim een vijfde van de medewerkers neemt de fiets voor het woon-werkverkeer, goed voor meer dan 85.000 fietskilometers per dag.
- Het **mobilitetsbudget** werd breed uitgerold als duurzaam alternatief voor de bedrijfswagen. Einde boekjaar ontvingen al meer dan 120 medewerkers een voordelig mobiliteitsbudget, vrij te besteden aan huisvesting, openbaar vervoer, deelmobiliteit of fiets.
- De vloot firmawagens wordt in snel tempo **geëlektrificeerd**. Het aandeel zuiver elektrische wagens bedraagt circa een vijfde van het totaal, om tegen 2030 toe te nemen tot 100%. Sinds begin 2025 kunnen er enkel nog volledig elektrische personenwagens besteld worden.

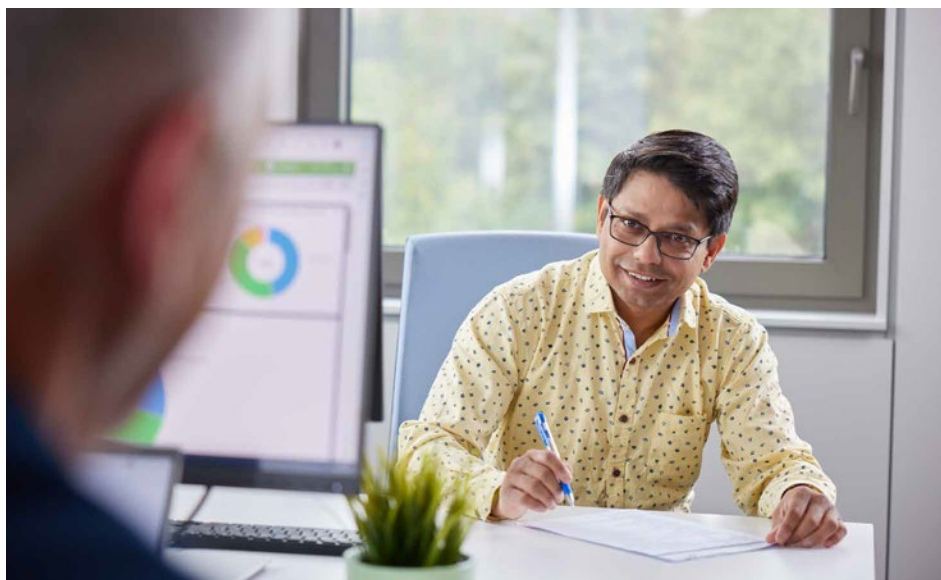
Jong talent aantrekken

Colruyt Group neemt heel wat initiatieven om jonge medewerkers aan te trekken en in de organisatie te houden. Met succes, want in het boekjaar werden er 155 jonge starters aangeworven. Een groot aantal onder hen sluit zich aan bij de Young Grads Community, die actief zorgt voor verbinding tussen

350 jonge medewerkers en hen helpt zich te integreren.

- Tussen september 2024 en april 2025 was de groep met een nieuwe stand present op een veertigtal **jobbeurzen** in heel Vlaanderen. Zo'n 25 daarvan waren gericht op recent afgestudeerden, de overige op jonge professionals op zoek naar een nieuwe uitdaging. De selectie van beurzen en de relevantie van de aanwezigen werden overwegend positief geëvalueerd.
- In diverse **webinars** tijdens het beursseizoen konden jongeren meer te weten komen over specifieke vakgebieden binnen de firma.
- Doorheen het jaar liep er op social media een **marketingcampagne** gericht naar bachelors en masters.
- In de blokperiodes bood het kantoor Zwijnaarde een twintigtal **studieplekken** aan voor blokkende studenten.
- Opvallend in de intensieve samenwerking met het onderwijs en de belangrijkste **studentenverenigingen**: de aanlevering van een business case voor de Leuven Case Competition van Ekonomika.

Colruyt Group IT ondersteunt de groep op het vlak van IT en procesoptimalisatie. Bij tal van businessprojecten zoals de zelfscankassa, neemt IT alle technologische facetten op zich en zorgt het voor de implementatie van een solide en veilige technologie. De organisatie verzorgt all-in services: van de bouw en implementatie van oplossingen op maat, over beheer, support en onderhoud tot updates. Ze volgt technologische en innovatieve ontwikkelingen op de voet en vertaalt die naar de noden van de interne partners. IT zet sterk in op duurzamere oplossingen, zoals energiezuinige datacenters en herstelling, hergebruik of recycling van materialen. Colruyt Group IT telt meer dan duizend medewerkers, aangevuld met een 200-tal externe krachten.



Verdere groei in India

Colruyt Group India is een aparte operating unit binnen de groep, die met een groeiend aantal medewerkers nauw samenwerkt met Colruyt Group IT. Ze staat onder meer in voor het onderhoud van alle hard- en software en garandeert zo de continuïteit van cruciale systemen en applicaties. Dankzij het grote tijdsverschil kunnen veel onderhoudstaken gebeuren buiten de kantooruren in België. Met meer dan 700 vaste medewerkers en een 150-tal externe consultants draagt de afdeling aanzienlijk bij aan de kostenbeheersing van de groep en aan de verdere duurzame groei. India neemt geleidelijk aan meer ondersteunende diensten op en verzorgt bijvoorbeeld al 15% van alle IT-helpdesktelefoontjes in het Engels.

Focus op Field services

Field Services levert, installeert en onderhoudt alle IT-materiaal, goed voor zowat 3.650 unieke artikelen, of meer dan 100.000 assets in de winkels alleen al. Hoewel het winkelpark continu groeit, blijft het aantal defecten en interventies afnemen en wordt meer dan 80% van de defecten in house hersteld.

- Dankzij de nieuwe **managementtool** voor aankoop en opslag van IT-materiaal kunnen de field engineers veel taken nu vlot op hun smartphone uitvoeren en makkelijk assets opsporen en volgen, wat op termijn voor minder verlies zorgt.
- De 450 winkels van Colruyt, Okay en Bio-Planet namen 1.900 nieuwe **barcodelezers** in gebruik, lichter, krachtiger en gebruiksvriendelijker dan de vorige. Daarnaast werden er 18.000 stuks van de tweede generatie **digital store assistants** uitgerold. De toestellen combineren smartphonefuncties met winkeltoepassingen zoals productinfo en werkinstructies opzoeken of elektronische prijssetiketten activeren. De toestellen zijn niet alleen robuuster maar bieden ook flink meer gebruiksgemak. Van de zowat vijftig apps werd de helft in house ontwikkeld.

Verfijnde Eco-score

De methodologie voor de berekening van de Eco-score werd verfijnd, op basis van de nieuwste inzichten en productinfo uit het internationale GDSN-netwerk. In het kader van efficiëntie werd ook het aangepaste algoritme voor de Nutri-Score meegenomen. Zo was Colruyt Group begin 2024 de eerste retailer in België die de nieuwe Nutri-Scores voor alle producten van nationale en eigen merken online kon tonen.

Sterke ambassadeurs

De IT-afdeling neemt heel wat initiatieven om nieuw talent aan te trekken en om medewerkers aan boord te houden. Zo werden er via traineeships zowat 45 mensen opgeleid tot analist. IT is samen met de data-afdeling binnen de groep ook een voortrekker in ambassadeurswerking. Meer dan 200 interne ambassadeurs delen op hun sociale media geregeld boodschappen die diensten, realisaties of vacatures in de kijker zetten, een boost voor de interne betrokkenheid en het werkgeversimago.

De vastgoedspecialist van Colruyt Group is actief in projectontwikkeling en bouw van onder meer winkelpanden, kantoren, logistieke sites en parkings voor de eigen activiteiten. Zowat 800 medewerkers zoeken geschikte sites, zorgen voor vergunningen, schrijven lastenboeken en verzorgen alle stappen tot de oplevering van een wind- en waterdicht gebouw, inclusief technieken, rekken, meubilair enz. Real Estate ontwikkelt daarnaast ook vastgoedoplossingen voor solvabele bedrijven uit de brede retailsector en verhuurt vastgoed aan particuliere en corporate klanten.

Om zijn ruime expertise in duurzaam bouwen ook meer extern te valoriseren, gaat Real Estate zich sterker profileren op de markt. Meer naamsbekendheid kan nieuwe klanten aantrekken, alsook vastgoedeigenaars die wensen te verkopen, partners zoals aannemers, installateurs en architectenbureaus én toekomstige medewerkers. Real Estate wil ook zijn groeiende portefeuille externe klanten maximaal ontzorgen met complete oplossingen voor betaalbaar en duurzaam vastgoed op de juiste locatie in België. De multidisciplinaire teams zijn vertrouwd met kapitaalsintensieve, complexe projecten en nieuwe uitdagingen zoals het almaar striktere wetgevend kader voor het bekomen van vergunningen.



Grootste laadplein van Europa

Met maar liefst 326 laadpunten werd het DATS 24-laadplein bij het hoofdkantoor in Halle eind 2024 meteen het één van de grootste van Europa, toegankelijk voor zowel medewerkers als stadsbewoners en -bezoekers. Een gemengd team van Technics en Real Estate begeleidde het hele project en ontwikkelde zelf een uniek energiebeheersysteem dat de toevoer van groene stroom naar elk laadpunt optimaliseert. De realisatie nam amper drie maanden in beslag. Het laadplein is een nieuwe mijlpaal in de evolutie naar een groenere mobiliteit.

Samen met de leveranciers duurzamer bouwen

Stap voor stap integreren we de duurzaamheidscriteria uit de EU-taxonomie in onze lastenboeken en werkwijzes. Het is daarbij essentieel dat we onze bouwpartners meenemen in onze doelstellingen. Daarom ontvingen we begin 2025 een 150-tal leveranciers op een duurzaamheidsevent waar we toelichting gaven bij de duurzaamheidscriteria en in gesprekken gingen over de impact ervan op onze bouwprojecten. Door de leveranciers mee te nemen in onze plannen en verwachtingen kunnen we samen sneller en efficiënter meer bereiken voor mens én milieu.

Overname van 11 Makro-Metro sites

Real Estate en de Belgische projectontwikkelaar LCV Real Estate bereikten eind januari 2025 een akkoord met Metro Properties Holding voor de overname van de 11 Makro-Metro sites in België. Deze strategisch uitstekend gelegen sites met een groot herontwikkelingspotentieel beslaan meer

dan 750.000 m² terrein, waarvan bijna 160.000 m² bebouwd. Doel is deze sites kwalitatief, architecturaal hoogstaand en duurzaam te herontwikkelen, met een mix van kmo, retail, ontspanning en kantoren.

Nieuwe standaard voor duurzaamheid

De 37 jaar oude Colruyt-winkel in Temse werd bijzonder grondig en duurzaam herontwikkeld en volledig herbouwd. De afbraakwerken verliepen volgens een nieuw stramien, waarbij elk materiaal ter plaatse werd gesorteerd en op kwaliteit getest, om het zoveel mogelijk hoogwaardig te recyclen. Zo werd het beton ter plaatse vermalen tot grind voor nieuw funderingsbeton. Voor het eerst maakten we gebruik van CO₂-negatieve gevelstenen, gemaakt van 80% reststromen, naast tal van energiezuinige technieken zoals warmterecuperatie. De nieuwe winkel heeft een grote overdekte parking, waardoor de buitenparking verkleind kon worden. Dat creëerde meer ruimte voor groen, goed voor een betere waterinfiltratie en een kleiner hitte-eiland-effect.

Colruyt Group Technics is in België en Luxemburg verantwoordelijk voor fleet, voor automatisaties en voor industriële machines zoals de koffiebranderij en de bakkenwas. Daarnaast huisvest Technics ook diverse ondersteunende diensten voor de gehele groep zoals Facility en Diefstalpreventie. Ruim 800 medewerkers in voltijdsequivalent bieden een complete service, van studie en ontwerp, over aankoop, bouw en installatie tot onderhoud. Technics kiest voor innovatieve oplossingen en duurzame technieken, volgt de milieuhuishouding minutieus op en gaat vaak verder dan de wet.



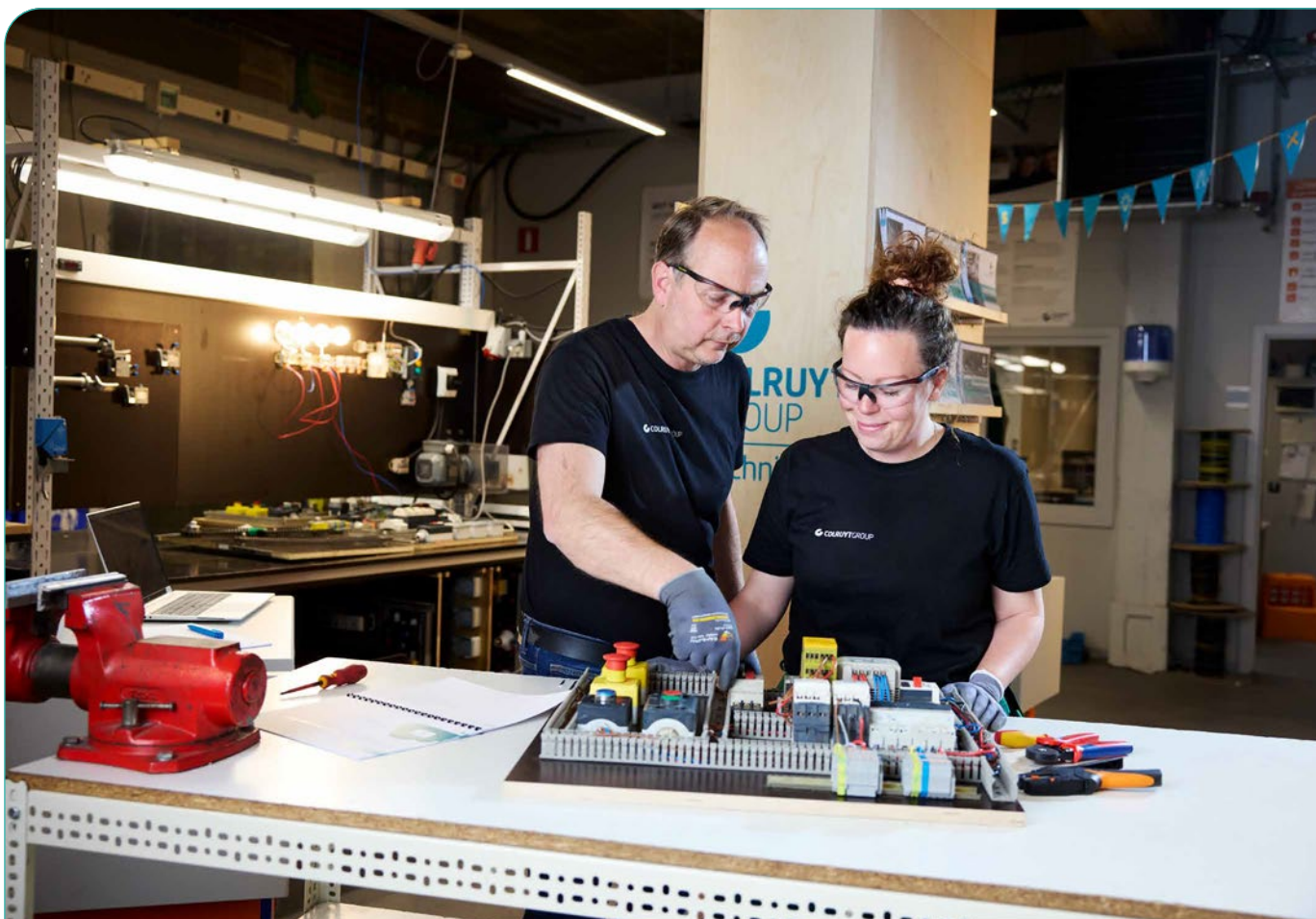
Stappen naar zero emissie

Technics begeleidt de transitie van de groep naar zero-emissietransport. Naast het volledig elektrificeren van de vloot firmawagens werkt de groep ook verder aan de ambitie om de broeikasgasuitstoot van het goederentransport tegen 2030 naar nul te reduceren. Zo werden er al twintig batterij-elektrische en twee waterstof-elektrische vrachtwagens in dienst genomen. De logistieke centra beschikken over twee waterstoftankstations voor zwaar vervoer en krijgen er vanaf 2025 ook krachtige laadstations bij. Ten slotte zullen vanaf medio 2025 meer dan 400 diesellovertuigen overschakelen op de biobrandstof HVO100, een hernieuwbaar, fossielvrij en CO₂-emissiearm alternatief voor diesel.

Medewerkers aantrekken

Technics en Real Estate nemen heel wat gerichte initiatieven om nieuwe medewerkers aan boord te halen.

- Tijdens twee **jobdagen** doorliepen 45 geïnteresseerden een uitgebreide rondleiding in de ateliers, een praktische proef en een motivatiegesprek. Uiteindelijk werden er tien nieuwe collega's aangeworven.
- Technics was in 2025 opnieuw host voor de finaledag van de **Solar Olympiade**, met liefst 600 leerlingen in 150 teams een van de grootste STEM-competities in België.
- Technics is al enkele jaren een vaste waarde op het wetenschapsfestival **Nerdland**. Bezoekers leren er Technics op een speelse manier kennen als een van de grootste technische organisaties van het land.



Sterk in vorming en opleiding

Technics en Real Estate runnen al ruim vijf jaar een eigen technische school, vooral gericht op eigen medewerkers maar ook op externen.

- ColTech is een nieuw **insourcing** traject voor mensen met weinig of geen technische achtergrond. Kandidaten krijgen een jaar de tijd om op hun eigen ritme een aantal technische vaardigheden in de vingers te krijgen. Na een tweetal maanden in de beschermde omgeving van de school gaan ze meedraaien in diverse afdelingen. In de loop van 2025 wil ColTech een tiental kandidaten klaarstomen tot volwaardige techniek, op termijn het dubbele.
- Leerkrachten en leerlingen zijn regelmatig te gast in de technische school. Zo werd er structurele ondersteuning verleend aan een **middelbare school** om ondanks het lerarentekort toch alle leerdoelen te kunnen aanbieden.



° Sinds 2020



Participatie: 90%

Strategische partner in enterprise architectuur

Myreas werd in 2020 opgericht als spin-off binnen Colruyt Group om het vakmanschap in enterprise architectuur en strategisch programmamanagement verder uit te bouwen. In het begin was het de missie van Myreas om sterke enterprise architects en programmamanagers aan te trekken en ze te trainen in de methodologie van Colruyt Group. Het bedrijf telt intussen een tachtigtal specialisten, onder wie businessarchitecten, IT-architecten en programmamanagers. Myreas speelt een essentiële rol als strategische partner voor de ontwikkeling van Colruyt Group op de lange termijn. Inspelend op de grote vraag in de markt, wordt sinds september 2024 zowat 15% van de profielen ingezet in een tiental externe bedrijven.

Symeta Hybrid is de Belgische marktleider in de creatie en verzending van gepersonaliseerde marketingcommunicatie en transactionele communicatie (administratieve documentstromen zoals facturen en loonstaten). Het bedrijf beschikt over de modernste printtechnologie en een performant dataplatform met de hoogst mogelijke beveiliging. Een sterke troef voor de continuïteit en dataveiligheid zijn bovendien de twee fysieke sites in Sint-Pieters-Leeuw en Leuven, die als back-up dienstdoen.

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

(1) De externe omzet is opgenomen onder 'Groepsactiviteiten, Real Estate en Energie'

° 2020: fusie Symeta en Joos Hybrid

 Meer dan 200 medewerkers in VTE

 symeta-hybrid.com



Lagere volumes

In het afgelopen boekjaar zag Symeta Hybrid de volumes commercieel drukwerk van de interne partners verder teruglopen, onder meer om papier- en portkosten onder controle te houden. Marketingcommunicaties verminderden in oplage of frequentie, ten voordele van digitale kanalen.

De externe omzet bleef ongeveer stabiel, waarbij het vertrek van een aantal klanten werd gecompenseerd door de instroom van nieuwe klanten. Zo print en verzendt Symeta Hybrid sinds eind 2024 aangetekende brieven voor de Franse en Duitse afdelingen van kredietmanager Intrum, in navolging van de Belgische en Nederlandse vestigingen. De omzetverdeling evolueert verder richting 50% intern en 50% extern. Op middellange termijn wil het bedrijf groeien naar 60% omzet van externe klanten.

Met het oog op de rentabiliteit werd er gewerkt aan nog meer transparantie in de kostenstructuur. Om de operationele excellentie te verbeteren, werd onder meer de productiviteit van het machinepark verder geoptimaliseerd.

Meer externe focus

- Symeta Hybrid blijft een aanzienlijk aantal aanbestedingen voor grote volumes transactionele communicatie binnenhalen, en wil daarnaast zijn bredere dienstenaanbod beter in de markt zetten. Zo zal er bij klanten die (al) transactionele communicatie afnemen meer ingezet worden op cross-selling van andere services, waaronder direct marketing, signalisatie en betaaloplossingen zoals QR-codes op facturen.

- Symeta Hybrid gaat meer actief prospecteren en versterkte zijn salesteam met drie ervaren krachten. Een vernieuwde website en presentatiematerialen stellen het productportfolio nog duidelijker voor.

Slim van data naar brief

De virtuele postdienst **Mail-IT-Wize** is een interessant alternatief voor organisaties die regelmatig brieven versturen. De klant laadt zijn brief en adressenlijst op, Symeta Hybrid staat in voor het printen, envelopperen, frankeren, sorteren en verzenden van de post. Gebruiksvriendelijk, inzetbaar voor een enkele brief of grote volumes en voor amper de prijs van een postzegel.

Colruyt Group Academy inspireert mensen om bewuster en gezonder in het leven te staan, met een heel divers aanbod workshops, lezingen en webinars in ruim 100 thema's, alsook wandelingen, belevingsactiviteiten, feestjes en dagkampen voor kinderen. Alles draait rond inspireren, leren en verbinden, op een laagdrempelige manier en doorgaans met een link naar een van de merken van de groep. Experts delen kennis, inzichten en praktische tips waarmee mensen dagelijks kleine stapjes kunnen zetten. De deelnemers kunnen als gelijkgestemden ervaringen uitwisselen en zich in elkaars verhaal inleven. De Academy heeft 9 leerhuizen verspreid over het land, die ook verhuurd worden aan bedrijven voor teamactiviteiten. Jaarlijks wonen er ook zowat 16.000 medewerkers van de groep vergaderen of opleidingen bij.

› **Digitaal aanbod**
27.000 deelnemers

› **Fysiek aanbod**
23.700 deelnemers

› **Dagkampen zomer**
3.350 kinderen

› **931 kidsfeestjes**
10.000 deelnemers

› **B2B**
220 teamactiviteiten
met 4.650 deelnemers

 colruytgroupacademy.be



Bewust en gezond door het leven

Bij de oprichting in 2014 had Colruyt Group Academy als doel klanten inspireren en verbinden, via leerzame activiteiten rond voeding, concreet via een hele reeks kookworkshops. De Academy bouwt daarop verder met haar ruimere missie 'mensen inspireren om elke dag opnieuw bewust en gezond te leven'. Daarom kwam er de jongste jaren meer focus op gezonde voeding en eetgewoonten en werd het aanbod verbreed met andere thema's rond gezondheid en welzijn, budget en duurzaamheid. Thema's die de mensen echt bezighouden en waar ook de groep sterk op inzet. Thema's die vaak onderling verbonden zijn, want plantaardig eten bijvoorbeeld kan zowel de gezondheid als het milieu ten goede komen. De Academy blijft een mix van leervormen aanbieden, zowel fysiek in één van de 9 leerhuizen als digitaal of een combinatie van beide. Het digitale aanbod is sterk gegroeid, met naast live webinars ook vrij te bekijken content en blogs. Ten slotte bieden ook de vernieuwde website en het gratis magazine *Stay inspired* heel wat interessante content.

Gezond genieten

De Academy blijft sterk in voedingsthema's, vaak met een impliciete of expliciete link naar gezondheid.

- Ruim en divers aanbod kookworkshops, want zelf leren koken (ook met kinderen) draagt bij tot gezondere eetgewoonten.
- De workshops focussen niet alleen op lekker eten maar ook op de voedingswaarden.
- Elke workshop telt minstens één vegetarisch of alcoholvrij recept.
- Meer aanbod rond mindful eten, soorten vetten, voedingsetiketten, voedselbewaring ...

Live webinars boomen

In 2024 organiseerde de Academy een 75-tal live webinars, met tal van nieuwe thema's rond gezondheid, mentaal welzijn, opvoeding

en duurzaamheid. Experts geven uitleg en praktische tips, terwijl deelnemers via chat vragen stellen, tips en persoonlijke ervaringen delen. De meest succesvolle digitale sessies halen tot 1.500 inschrijvingen en worden nadien nog gretig herbekeken.

Interactie en verbinding troef

Nieuw zijn de maandelijkse **fysieke lezingen** van circa anderhalf uur over gezondheid en welzijn, in de Academy van Melle. Experts en ervaringsdeskundigen delen inzichten en tips met maximaal honderd mensen. De leerrijke sessies staan in het teken van interactie, met de mogelijkheid om vragen te stellen en gezellig na te praten.

Het **Babbelforé** is een nieuw format waarin mensen op een heel laagdrempelige en veilige manier van elkaar leren en ervaringen uitwisselen, begeleid door een expert of een moderator. De eerste testsessies rond het thema menopauze kregen heel wat positieve weerklank.

De stichting Colruyt Group Foundation werkt aan positieve verandering voor mens en milieu, zowel in België als in landen waar de groep zich bevoorraadt. Daarom steunt de stichting mensgerichte projecten van organisaties met gelijklopende waarden en ambities. De focus ligt op drie gebieden: de ontwikkeling van kwetsbare jongeren, de verduurzaming van de landbouw en het breed toegankelijk maken van gezonde voeding. Colruyt Group Foundation bouwt verder op ruim 20 jaar expertise en is met 29 actieve projecten, vijf vaste medewerkers en een jaarbudget van 2,5 miljoen euro één van de grootste bedrijfsstichtingen van het land.

> **EUR 2.475.633**
steun aan 29 actieve
projecten in 2024

> **98.758**
begunstigden

 colruytgroupfoundation.org



Meer ambitie, meer inzet

Colruyt Group Foundation steunt **vormingsprojecten** voor **jongeren** in een maatschappelijk kwetsbare context, met focus op professionele integratie en burgerschap. In 2024 heeft de stichting haar maatschappelijke bijdrage verbreed naar projecten die **evenwichtige voeding** toegankelijk maken voor iedereen en die landbouwers begeleiden naar **duurzamere landbouwpraktijken**. Dit zijn niet toevallig thema's waarmee ook Colruyt Group als retailer een zinvol verschil wil maken. Door doelgericht in te zetten op diezelfde thema's, wil de stichting de positieve invloed van de retailer vergroten en meer maatschappelijke meerwaarde creëren.

Meer mensen betrekken

De stichting wil haar invloed vergroten door meer mensen actief te betrekken bij haar werking en projecten.

Klanten kunnen sinds medio 2024 Belgische projecten van de foundation steunen via het duurzame spaarprogramma in de Colruyt Group **Xtra-app**. Bij aankoop van producten met een goede Eco-score A of B, sparen ze automatisch punten, in te zetten voor een project naar keuze. Voor de groep een mooie manier om bewust consumeren te belonen én om samen met de klanten goede doelen te steunen. Ook Colruyt Group-**medewerkers** zijn bij de werking betrokken. Zo bieden collega's jaarlijks een warme thuis aan Indonesische stagiairs. Anderen zetten zich in als mentor voor jongeren uit Belgische projecten of nemen deel aan teamactiviteiten in samenwerking met een partnerorganisatie, zoals het planten van bomen en struiken.

Degelijk selectieproces

De foundation kiest haar partners via een degelijk selectieproces dat de voorbije jaren helemaal op punt gezet werd. In België gaat de voorkeur naar **opschaling** van initiatieven die hun meerwaarde al hebben bewezen en

waarvoor er jaarlijks een projectoproep wordt uitgeschreven. De stichting staat ook mee aan de wieg van **nieuwe vormingsprojecten** voor jongeren, bij voorkeur in buitenlandse regio's waar de groep samen met lokale landbouwcoöperatieven een duurzame productieketen heeft opgezet. Tussen de beide apart aangestuurde trajecten kan er dan een vruchtbare wisselwerking ontstaan.

Partnership op lange termijn

Colruyt Group Foundation verkiest actieve partnerships, gebaseerd op wederzijds vertrouwen en duidelijke doelstellingen. De stichting biedt haar partners financiële steun voor drie tot zes jaar, wat hen de ruimte en stabiliteit biedt om volledig op hun project te focussen. De partners kunnen rekenen op strategisch advies van vakmensen en coaching rond leiderschap of het behalen van hun doelstellingen. De stichting zorgt ook actief voor uitwisseling en verbinding tussen de organisaties en partners, om samen een groter verschil te kunnen maken.