



Activiteiten

Food

**Gezondheid
en Welzijn**

**Non-
food**

Energie

p71

p77

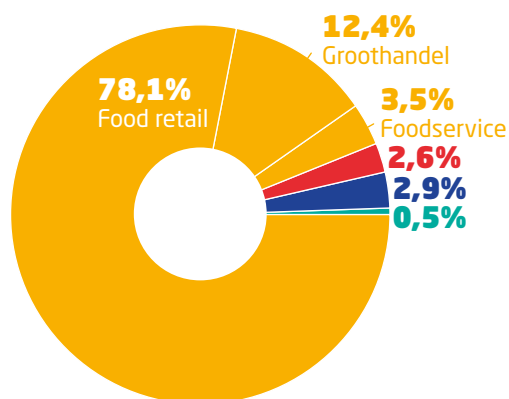
p82

- p39 **Food retail**
- p57 **Groothandel**
- p63 **Foodservice**
- p67 **Food production**

p86 **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.

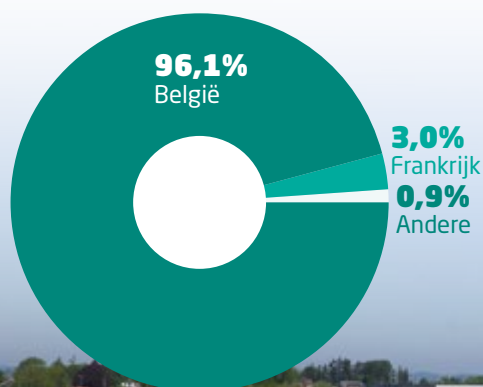
Food omvat al onze activiteiten in de fooddetailhandel en -groothandel en in foodservice

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 bijna vier vijfde van zijn omzet in de food retail, voornamelijk via fysieke winkels in België 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.



Omzet en marges onder druk

In een licht stijgende markt, vooral als gevolg van inflatie, kende Colruyt een uitdagend boekjaar. De omzet werd geïmpacteerd door het verbod op tabaksverkoop aan particulieren dat in voege trad begin april 2025. Daarnaast gingen er vanaf de zomer meer en meer winkels op zondag open en werd de wekelijkse sluitingsdag niet langer algemeen toegepast, hoewel dit wettelijk nog niet toegelaten was. Daardoor waren concurrenten *de facto* 7 op 7 open, wat vooral op maandag en dinsdag de omzet negatief beïnvloedde. De gemiddelde korf daalde, maar er was een lichte aangroei in het aantal klanten en in de winkelfrequentie. Ook de marges bleven onder druk staan, deels door de aanhoudend hoge promodruk in de retailmarkt. Een aantal discounters reageerde frequent met promo's op vlees en verse producten, als reactie op de toenemende zondagsopeningen. Colruyt bleef consequent zijn belofte nakomen en de laagste prijzen garanderen, voor elk product, op elk moment.

> 1976

EUR 6.994 miljoen
omzet (+0,7%)
(incl. omzet van de Comarkt-winkels)

278 winkels
(272 in België en
6 in Groothertogdom
Luxemburg)

1.700 m² gemiddelde
winkeloppervlakte

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

Meer dan 15.300
medewerkers in VTE

Laagste prijzen

colruyt.be / colruyt.lu

> **Nieuwe winkels** in Bouwel, Oostkamp, Saint-Servais, Herent, Vorst, Mechelen, Stockel Square en (Colruyt Professionals) in Anderlecht, Couvin en Eghezée

> **Heropeningen** na renovatie: Haacht, Diest, Wondelgem, Winterslag, Waregem, Hoogstraten, Bree, Hamme



Vroeger open

Sinds februari 2026 zijn alle Colruyt-winkels en Collect&Go-affhaalpunten al open om 8 uur 's morgens, een half uur vroeger dan voorheen. Daarmee was Colruyt de eerste discounter die zo vroeg opent. Doel is om gezinnen met kinderen, professionele klanten en doorverkopers extra comfort te bieden, nu ze vóór de start van de werkdag hun boodschappen kunnen doen.

Colruyt Professionals versnelt expansie

Colruyt blijft focussen op het aantrekken van professionele klanten, zoals horecazaken, vrije beroepen, kruideniers, nachtwinkels en verenigingen met een btw-nummer. De gerestylede Professionals-folder bevat minder maar beter gerichte promo's, die in de rayon beter aangeduid zijn.

- Ook in de **reguliere Colruyt-winkels** vinden professionele klanten heel wat grootverpakkingen en krijgen ze met hun klantenkaart extra kortingen boven op de laagste prijzen.
- In november 2025 opende in Anderlecht een vijfde **Colruyt Professionals-winkel**, met meer dan 120 producten speciaal voor frituren, pita- en broodjeszaken. Na einde boekjaar openden de eerste twee winkels in Vlaanderen (Machelen en Gent), wat het totaal op zeven bracht. De ambitie blijft om door te groeien naar een tiental.
- De groei van Colruyt Professionals-winkels komt ook de particuliere klanten ten goede, want ze ontlast de reguliere Colruyt-winkels van een deel volumeaankopen.

Colruyt Professionals = cash&carry

Enkel toegankelijk voor professionele klanten, volledig afgestemd op hun noden en garant voor snel en efficiënt winkelen.

- Producten in grootverpakkingen, in bulk en op pallet, waaronder een horeca-assortiment van onze foodservicespecialist Solucious.
- Afgesloten tabaks- en vapingzone voor geregistreerde doorverkopers
- Open van 6.30 tot 18 uur
- Brede gangpaden geschikt voor grote karren
- Grote parking geschikt voor bestelwagens
- Laadplatform voor palletafname.



Sterk eindejaar

Colruyt haalde met eindejaar een recordaantal nieuwe klanten binnen, mede dankzij de opgemerkte campagne '**Truc tegen de feestdruk**'. Doel: minder stress in de aanloop naar de feestdagen, zodat iedereen optimaal kan genieten.

- Het was de meest activerende campagne ooit: de helft van de klanten die ze had gezien, ging over tot winkelbezoek of aankoop.
- Ze startte twee weken vroeger dan normaal, met begin november al de eerste tv-spots én degustaties in de winkel, plus sterke promo's op feestproducten.
- Klanten konden voor het eerst een eigen feestmenu online samenstellen en kregen korting naargelang het aantal personen.

Bakkerij warm onthaald

Sinds het najaar van 2025 testen een zestal winkels het ter plaatse afbakken van een dertigtal referenties brood, stokbrood, pistolets, chocoladekoeken, worstenbroodjes en donuts. Nu er almaar minder klassieke warme bakkers zijn, wordt een **ruim en kwalitatief broodassortiment** immers doorslaggevend bij de keuze van een winkel. Met de tests wil Colruyt praktijkervaring opdoen in diverse bakprocessen (met en zonder rijzen), in kwaliteit, presentatie, klantenverwachtingen, impact op de winkelplanning, plaats in de winkel enz. De resultaten zijn bemoedigend: zowat een derde van de klanten koopt regelmatig een of meerdere producten uit de bakkerij.



Huwelijk van fysiek en digitaal

Colruyt blijft overtuigd van zijn unieke kassasysteem, dat voordelen biedt op vlak van dienstbaarheid en contact met de klant. Tegelijk investeert het in aanvullende technologie die de efficiëntie en de ergonomie ten goede komen, passend in de innovatie- en digitaliseringsstrategie van de groep.

1. Vlotter check-outproces



Zoals voorzien zal het innovatieve kassasysteem **Easy Checkout** tegen eind 2026 geïnstalleerd zijn in alle Colruyt-winkels, na het ronden van de kaap van 100 winkels in februari 2026. Een camera boven de kassa registreert de producten die de medewerker van de ene kar in de andere legt. De camera herkent tot 85% van de producten en zorgt ervoor dat medewerkers beide handen vrij hebben. Zo hoeven ze enkel nog losse groenten en fruit en producten onderin de kar handmatig te scannen.

- **Ergonomie:** minder belasting van nek, schouders, rug en pols, makkelijker zware artikelen tillen.
- **Efficiëntie:** tot een vijfde sneller producten scannen zorgt voor een vlottere kassabeleving. Minder kassawerk betekent meer tijd voor klantenbegeleiding en andere taken.
- **Innovatie:** de ontwikkeling door het innovatieteam van Colruyt Group biedt de mogelijkheid om op termijn te evolueren naar productherkenning via AI.

2. Zelfscannende winkelkar



Einde boekjaar konden klanten al in een drietal winkels gebruik maken van de **Smart Cart**. De slimme winkelkar uitgerust met een tablet laat klanten toe om zelf hun boodschappen te scannen en af te rekenen. De Belgische primeur zorgt voor een totaal andere, intuïtieve winkelbeleving, laat klanten toe om nog **efficiënter te winkelen**, hun budget onder controle te houden én vlot langs de kassa te passeren, allemaal aspecten die klanten positief beoordelen. Voor Colruyt komt de slimme winkelkar de **productiviteit** en de **rentabiliteit** ten goede, mede doordat de bestedingen doorgaans hoger liggen dan gemiddeld.

- In de eerste testwinkel was het gebruik van de Smart Cart snel ingeburgerd. Alle 13 karren waren bijna continu bezet en na enkele maanden goed voor 10% van de wekelijkse shopping trips.
- Met de opschaling naar twee extra winkels en meer karren per winkel test Colruyt de acceptatie bij een ruimere doelgroep, alsook het gebruik van een **AI-gestuurde helpfunctie**.



Bondgenoot in drukke tijden

Begin 2026 werd de imagocampagne met de slogan ‘**Samen met Colruyt**’ gelanceerd. Colruyt presenteert zich als bondgenoot die zijn klanten (specifiek ouders met kinderen) maximaal wil ontzorgen, met de zekerheid van de laagste prijzen, een ruim assortiment en dienstbare medewerkers. Tegelijk versterkt de nieuwe positionering ook de **emotionele en duurzame band** met de klanten, zodat ze voor Colruyt blijven kiezen. Een shift van eerder functionele communicatie naar een herkenbaar verhaal, dat sterk resoneerde bij de doelgroep.



Nieuwe digitale schermen vergroten zichtbaarheid

Tegen november 2026 worden alle winkels uitgerust met 15 à 20 nieuwe digitale schermen, merkbaar groter en beter opgesteld dan de vorige. Voortaan komt er ook eentje op de gevel, zodat klanten bij aankomst meteen de belangrijkste acties te zien krijgen. Behalve voor eigen communicaties worden de schermen ook ingezet voor retail media, een aantrekkelijk communicatiekanaal voor externe adverteerders.

Het scherm in de wijnrayon is een **digitale wijnassistent** die niet alleen klanten helpt kiezen maar ook medewerkers ondersteunt bij het adviseren van klanten.

Innovaties in het assortiment

Alle afdelingen vernieuwen hun assortimenten om te blijven beantwoorden aan de vraag van de consument.

- Optimalisatie van de **non-foodafdeling**, met een kleiner assortiment en een verschuiving naar meer referenties in gezondheid en schoonheid, diervoeding en parafarma.
- De beenhouwerij draagt bij aan de **eiwitshift** en test een nieuw meubel met ook vis, vlees verrijkt met plantaardige ingrediënten en vegetarische producten.
- De sticker ‘**Vers samengesteld**’ laat de verse bereidingen in de beenhouwerij meer tot hun recht komen.
- Introductie van de **Sushi Corner**, een koelmeubel met verse gerechten zoals sushi, poké bowls, pad thai enz. Einde boekjaar al in een vijftigtal winkels, verdere uitrol naar 150 winkels is voorzien.
- Verder: opgemerkte lancering van het basisvoedingspakket, succesvolle introductie van Cara Energy, ...

In de prijzen

Klanttevredenheid

- Eerste plaats in het **Zomerrapport** en **Winterrapport** 2025 van **YouGov** (het vroegere GfK).
- **Mollie Retailer of the Year** Belgium 2025-2026.

“Deze prijzen zijn het resultaat van de dagelijkse inzet van al onze teams in verkoop en centrale diensten. En natuurlijk ook van het vertrouwen dat de klanten blijven stellen in onze winkels.”

Directeur-Generaal Jo Willems

Marketing

- Vier **BOA** en **BOCA marketingawards** voor de BBQ-alarmcampagne. Klanten kregen automatisch een seintje bij aankomend ‘barbecuevriendelijk’ weer, wat de verkoop van barbecueproducten stimuleerde.

Technologie

- Smart cart: bekroond met een **RETA Award** 2026 in de categorie Checkout – Smart Store.
- Easy checkout: bekroond met een **Henry van de Velde Award** 2026 in de categorie Business Innovatie.



Comarkt / Comarché is het tijdelijke uithangbord van Colruyt Group voor overgenomen winkels, in afwachting van ombouw naar hun definitieve winkelformule. De winkels bieden een ruim aanbod kwaliteitsvolle producten aan voordelige prijzen. De klanten krijgen een wekelijkse folder en pakken via Xtra automatisch alle voordelen en promo's van het moment mee.

Finale bestemming van de overgenomen Match / Smatch winkels

- > **20** Spar Colruyt Group
- > **11** Okay
- > **1** Okay City
- > **7** Colruyt Laagste Prijzen
- > **6** Bio-Planet
- > **2** Colruyt Professionals
- > **1** Jims



12 winkels
per 31 maart 2026



comarkt.be



Integratie afgerond

In maart 2026 werd het integratieprogramma afgerond dat startte na de overname van 54 Match & Smatch-winkels in april 2024. Een intensief traject van tweeënhalf jaar, in meerdere overlappende fases.

- Na de overname werden er 40 winkels op enkele weken tijd omgebouwd, om te heropenen onder de tijdelijke vlag van Comarkt of Comarché. De overige winkels gingen ofwel over naar zelfstandige Spar-ondernemers of gingen langer dicht voor grondige ombouw naar hun definitieve formule.
- De Comarkt-winkels werden onmiddellijk omgeschakeld naar de eigen systemen voor herbevoorrading, IT, prijszetting, kassa enz.
- Op basis van de opgedane inzichten kozen we voor elke winkel afzonderlijk de finale bestemming, die tegen april 2025 voor alle 40 winkels vastlag.
- De 12 resterende Comarkt-winkels worden integraal beheerd door hun finale winkelformule en in de loop van boekjaar 2026/27 ook fysiek omgebouwd.

Meerwaarde op diverse fronten

De grootste overname ooit past helemaal in de groeistrategie van de groep en levert meerwaarde op meerdere fronten.

- We kregen extra voet aan de grond in de **stedelijke gebieden**, in **Brussel** en **Wallonië**.
- We bereikten duizenden **nieuwe klanten** en leerden hen en hun noden stapsgewijs beter kennen, onder meer ook via de Xtra-app.
- We verwelkomden een duizendtal **nieuwe collega's**, en begeleidden hen intensief, vanaf de overname tot en met de overgang naar hun definitieve formule.
- We creëerden een nieuw **samenwerkingsverband met Meat&More**, dat in een viertal Okay-winkels een Bon'Ap-beenhouwerij runt, met sterke resultaten voor beide merken.
- We werden **eigenaar van een productie-atelier** voor artisanale patisserie in Wallonië. Deze activiteit wordt verder uitgebouwd door Fine Food Bread en biedt met zijn regionaal assortiment mooie commerciële opportuniteiten voor diverse winkelformules in de buurt.



Collect&Go

Collect&Go is al 25 jaar marktleider op de Belgische online voedingsmarkt. Klanten reserveren hun boodschappen online of in de Xtra-app en kiezen uit meer dan 10.000 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 zowat 250 afhaalpunten.

Collect&Go levert ook aan huis en kan daarbij reeds 85% van de Belgische bevolking bedienen. De boodschappenservice staat voor kwaliteit, betrouwbaarheid, vakmanschap en persoonlijke service.

> 2000



249 afhaalpunten
(245 in België en 4 in Luxemburg)



Meer dan 550
medewerkers in VTE



Leef vollenbak.
Je boodschappen makkelijk online.



collectandgo.be



Toename aanhuislevering genereert omzetgroei

In een aantrekkelijke e-commerce markt boekte ook Collect&Go een omzetstijging en zag het zowel het aantal klanten als de winkelfrequentie en het gemiddelde winkelmandje aangroeien. Vooral het kanaal van aanhuislevering (door particuliere bezorgers) laat toe om nieuwe klanten aan te trekken, specifiek in regio's waar de webshop historisch gezien minder aanwezig was.

Colruyt en Bio-Planet in één winkelmandje

Sinds eind 2025 kunnen klanten hun online boodschappen bij Colruyt en Bio-Planet combineren in één winkelmandje met een enkele servicekost.



- De service mikt op klanten die geen Bio-Planet in de buurt hebben en inspireert tegelijk bestaande klanten met een ruimer bio-assortiment van een duizendtal referenties.
- De single shop was meteen een schot in de roos en kon in de eerste drie maanden een tweeduizendtal nieuwe klanten overtuigen om een gemengde bestelling te plaatsen. Een volgende stap in de missie van Collect&Go om zijn klanten te ontzorgen bij al hun online boodschappen.
- Collect&Go zal het komende jaar het aantal afhaalpunten stapsgewijs uitbreiden en het bio-aanbod meer in de kijker zetten.

Onbemand wagentje levert aan huis



Collect&Go leverde in de zomer van 2026 drie maanden lang bestellingen aan huis met een onbemand elektrisch wagentje, een primeur voor België. Het vanop afstand bestuurde wagentje werd zonder vast traject ingezet in het centrum van Leuven. Een schone, stille en veilige oplossing die op termijn de **last mile** levering in stedelijke context **effectiever en efficiënter**

kan maken. Met hetzelfde doel voor ogen kunnen particuliere bezorgers in Gent gratis gebruik maken een elektrische cargobike.

Aanhuislevering via Drivers zet zich door

De aanhuislevering van boodschappen via particuliere bezorgers (Drivers) breidde verder uit, zowel in Vlaanderen als in Brussel en Wallonië. Daardoor kan Collect&Go sinds februari 2026 vier vijfde van alle Belgische huishoudens thuis beleveren.

Grotere levertijden. Sinds begin 2026 kunnen klanten op weekdagen al vanaf 10u 's ochtends en op zaterdag tussen 10u en 14u thuis geleverd worden.

Veiligheid en gemak. Door de integratie van de digitale sleutel ItsMe in de Drivers app kunnen bezorgers zich vlot en veilig aanmelden.

Verdere automatisatie in de logistiek

Het distributiecentrum Londerzeel investeerde in een bijkomende *goods-to-man* automatisatie, volledig operationeel vanaf september 2026. Het eerste jaar wil Collect&Go er al een kwart meer volume draaien, om zo 15 bijkomende afhaalpunten te kunnen beleveren.

De komende jaren is het de bedoeling om op dezelfde oppervlakte **verdere volumegroei** te realiseren en **grote efficiëntiewinsten** te boeken. Dat zal niet alleen de rentabiliteit ten goede komen maar ook zorgen voor een gezondere balans tussen centraal en in de winkels klaargemaakte bestellingen.

Ook voor zakelijke klanten

Sinds medio 2025 kunnen ook zakelijke klanten hun beroepsgebonden boodschappen doen bij Collect&Go. Dat mikt op kleinere professionals, die qua koopgedrag sterk aanleunen bij particulieren maar wel een factuur behoeven, **complementair** met de doelgroepen van onze zuivere b2b-spelers Solucious en Colruyt Professionals.

BOIR.

De webshop Boir biedt sinds eind 2024 een unieke selectie van een duizendtal betere wijnen, bieren, aperitieven, digestieven en alcoholvrije dranken. De online bestellingen worden geleverd in een Collect&Go-afhaalpunt of aan huis. Met een eigentijds aanbod en imago bouwt Boir verder op de vroegere catalogus Klassewijnen en op 80 jaar wijnvakmanschap van de groep.

Boir tekende in 2025 lichte groei op, al voelde het wel impact van de dalende wijnconsumptie. Het stemde zijn aanbod nog meer af op de nieuwe markttrends en verbeterde het online bestelproces. De drankenspecialist investeerde in een upgrade van zijn dataplatform en zet AI in om **gericht** en **persoonlijker** te **communiceren**.

In oktober 2025 gaf Boir zijn tweede catalogus uit, organiseerde drie degustaties en in primeur ook een exclusief wijndiner in Auberge du Pêcheur (St.-Martens-Latem). Honderd gasten konden er samen met de wijnmakers een twintigtal uitzonderlijke Bordeauxwijnen proeven.



De webshop bekijkt mogelijke **synergieën** binnen de groep en koopt sinds begin 2026 ook voor de Cru-markten dranken aan. De grotere aankoopvolumes komen zowel de business als de consument ten goede. Boir biedt ook de wijn aan die Colruyt Group zelf produceert in Henegouwen.



Smartmat nv heeft de merken Foodbag en Foodprepper in portfolio.

Foodbag levert in heel België verse, gevarieerde maaltijdboxen aan huis, met keuze uit een veertigtal gerechten in vijf verschillende kookstijlen. Foodbag kiest voor duurzaamheid en seizoensproducten van meer dan 100 Belgische leveranciers. De klanten stellen hun persoonlijke box samen met minstens drie gerechten, in porties voor één tot zes personen. Ze kunnen eenmalig bestellen of een wekelijks/tweewekelijks abonnement nemen en dat eenvoudig pauzeren. Meer dan 350 enthousiaste chauffeurs leveren de boxen gekoeld aan huis, van vrijdag tot en met dinsdag. Op maandag en dinsdag is Foodbag ook beschikbaar in een honderdtal afhaalpunten van Collect&Go.

> Participatie sinds **2022**, volledig geconsolideerd sinds april 2025

 www.foodbag.be



Sterke groei houdt aan

Foodbag is al enkele jaren de sterkst groeiende maaltijdbox van België en boekte in 2025 alweer een kwart meer omzet. Het merk maakt zijn belofte **'Bewust. Belgisch. Belooft.'** meer dan ooit waar, met kwalitatieve, lokale ingrediënten, evenwichtige recepten in de juiste verhouding, zorgvuldig verpakt en stipt geleverd, mét de glimlach.

- De productiecapaciteit werd sterk opgeschaald, ten einde tegemoet te komen aan de sterk groeiende vraag. Foodbag blijft inzetten op verdere groei, met in 2026 speciale focus op Wallonië.
- Het à la carte feestmenu voor eindejaar droeg bij aan een omzetstijging met 35% in de laatste week van 2025. Campagnes rond onder meer het nieuwe schooljaar en het eigen kookboek zorgden voor recordweken met ruim 20.000 bestellingen.
- Naast kartonnen dozen kunnen klanten in heel België ook kiezen voor herbruikbare plastic kratten, ontwikkeld met steun van de Vlaamse 'Green Deal Anders Verpakt'. Al meer dan 10% van de bestellingen wordt in deze kratten geleverd.
- Foodbag viel meermaals in de prijzen, met onder meer een Mollie Webshop Award Belgium, een bekroning voor het marketingteam en een Gouden Effie voor de campagne 'Opscheppen met Foodbag'.

foodprepper

Foodprepper speelt in op de vraag naar verse, gezonde én kant-en-klare ontbijten, volwaardige maaltijden en tussendoortjes. De innovatieve maaltijdbox mikt op gezinnen en mensen met weinig tijd die wel gezond en smakvol willen eten. De focus ligt dan ook op snelheid en gemak: de dinergerechten zijn eenvoudig op te warmen of met enkele stappen af te werken binnen de 15 minuten. Foodprepper is actief in Vlaanderen en Brussel en laat zijn boxen op zondag en maandag thuis leveren door de bezorgers van Foodbag.

> Overname door Smartmat nv in **2025**

 www.foodprepper.be



Nieuw: de snelste maaltijdbox, vers voor elk moment

Foodprepper is actief sinds 2020 en werd na de overname door Smartmat in oktober 2025 versterkt met een vernieuwde strategie en branding. Het merk nam een flitsende start en is klaar om sterk op te schalen. Daartoe kan Foodprepper een beroep doen op de expertise van Foodbag, op het vlak van technologie, aankoop, assortiment, productie, marketing, enz.



Okay is al ruim 25 jaar de praktische buurtsupermarkt waar het snel, goedkoop en makkelijk winkelen is, ook op zondagochtend. 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 er fiets.

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

➤ 1998

EUR 1.192 miljoen
gezamenlijke omzet Okay,
Bio-Planet en Cru (+2,1%)

179 winkels,
(waarvan 152 Okay,
24 Okay City en
3 Okay Direct)

400-650 m² gemiddelde
winkeloppervlakte

+ 4.700 referenties,
+ 3.000 in Okay City

Meer dan 2.700
medewerkers in VTE

Makkelijk mag.

okay.be

Makkelijk mag.



Zondagsopeningen maken uitdagend boekjaar goed

Okay kende een uitdagend boekjaar en ondervond in de tweede helft van 2025 een negatieve impact van de toegenomen zondagsopeningen en het niet toepassen van de wekelijkse rustdag bij een aantal directe concurrenten, die zo *de facto* 7 op 7 open waren.

De eindejaarsverkoop was goed en de situatie verbeterde verder vanaf begin 2026. Sindsdien zijn alle Okay-winkels ook op zondagochtend open en een dozijn stadswinkels de hele dag. Het laatste kwartaal van het boekjaar zag Okay zijn winkelfrequentie en omzet verder toenemen.

Okay zet zijn expansie verder en plant in boekjaar 2026/27 negen nieuwe winkels van Okay en vijf van Okay City. In Gent zal Okay City samen met vier andere formules van de groep deel uitmaken van een nieuw stadsconcept.

Dankzij de bijkomende verkoopoppervlakte en de zondagsopeningen verwacht de formule volgend boekjaar sterk te groeien. Tegen het najaar van 2026 zullen alle winkels uitgerust zijn met minstens een tweetal zelfscankassa's, waardoor klanten nog sneller kunnen winkelen.

Nieuwe winkels

- 7 Okay (waarvan 4 ex-Comarkt)
- 2 Okay City

Logistieke capaciteit breidt uit

Begin 2026 overhandigde Colruyt Group Real Estate de sleutels van een nieuwe hal in het distributiecentrum Laekebeek aan Okay (en Bio-Planet). De nieuwe hal van 10.000 m² met niet-gekoelde zones en koelzones in twee temperaturen vergroot de logistieke capaciteit. Er komt specifiek ruimte voor het assortiment van Okay City en op termijn voor een automatisatie van groenten en fruit.



1 + 1 = 3 partnership met Bon'Ap

- Eind 2025 opende Okay vier nieuwe winkels met een **geïntegreerde beenhouwerij** van Bon'Ap. Het ging om voormalige Smatch-winkels die na de overname door Colruyt Group een tijd als Comarkt werden uitgebaat. Bij de finale omschakeling van de winkels naar de Okay-formule heropende de beenhouwerij onder de vlag van Bon'Ap, een merk van Meat&More.
- Klanten vinden bij Bon'Ap een uitgebreid aanbod belegde broodjes, charcuterie, vers vlees en bereide maaltijden, alles in één keer af te rekenen aan de Okay-kassa.
- De combinatie van **twee sterke merken** onder één dak werkt complementair; de shop-in-shop formule trekt voor beiden beduidend meer klanten aan en genereert voor Okay meer omzet.
- In de loop van boekjaar 2026/27 openen er nog een viertal Okay-winkels met een Bon'Ap shop-in-shop.

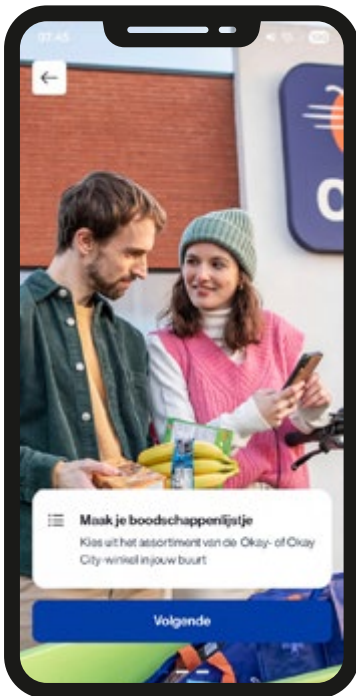
Okay nu ook open op zondag

Als **eerste geïntegreerde supermarkt** in België opende Okay vanaf begin 2026 zijn deuren op zondag van 8u tot 12u30. De bijhorende campagne belichtte de vers afgebakken pistolets en koffiekoeken, favorieten op zondagochtend.

De zondagsopeningen waren al snel een **schot in de roos**: de winkels trokken nieuwe klanten aan en zagen ook de trouwe klanten langskomen. Ondertussen blijken niet alleen de verse pistolets en koffiekoeken in de smaak te vallen. Heel wat klanten doen op zondag evengoed al hun boodschappen, waardoor het gemiddelde winkelmandje nagenoeg stabiel is gebleven.

De winkels van **de stadsformule Okay City** waren al langer open op zondagochtend, een zestal ook in de namiddag. In maart 2026 kwamen daar nog zeven winkels in toeristische hotspots van Gent, Antwerpen en Luik bij. Daardoor zijn meer dan een dozijn City-winkels nu open tot 19u30, ook op feestdagen. Alle City-winkels zijn sinds maart 2026 trouwens ook open op maandagochtend.





Nieuwe website en Xtra mini-app

De website van Okay werd vanaf september 2025 uitgebreid met het volledige assortiment op winkelniveau, inclusief prijzen en promo's. Er kwam ook een mini-app in de Xtra-app, met naast het assortiment ook straffe promo's, inspirerende recepten en een boodschappenlijstje in volgorde van de winkel. Daarmee zet Okay verdere stappen in het digitaliseren van de klantenervaring.



Makkelijk switchen naar plantaardig eten

Okay engageert zich al langer voor de Green Deal eiwitshift en breidt gestaag zijn **plantaardig assortiment** verder uit. In 2025 streek op diverse studentencampussen de **Easy Switch pop-upshop** neer, een mobiele container van 18 m² met 150 uitsluitend plantaardige referenties. Doel was vooral een jonger publiek bewust te maken hoe easy het is om te switchen naar meer plantaardig eten. Het onbemande verkooppunt gebruikte de technologie van de selfservicewinkel Okay Direct. Die laat klanten toe om met hun bankkaart volledig autonoom te winkelen. De bevoorrading gebeurt vanuit een nabijgelegen Okay-winkel.



De gourmetbar BON bedient stadsklanten in het centrum van Brussel, Antwerpen, Luik en Bergen met kwalitatieve ontbijten en lunches, ter plaatse te consumeren of mee te nemen. Het regelmatig wisselende aanbod omvat versgeperste sappen, smoothies, salades, sandwiches, warme maaltijden, desserts en trendy producten zoals matcha. Vanuit de centrale keuken vertrekken er dagelijks versbereide gerechten naar de 16 geïntegreerde winkels. BON levert ook op kantoor en aan huis, plus een selectie sappen, salades en pastagerechten aan de Okay City stadswinkels en 50 Okay-buurtsupermarkten.

➤ Sinds **september 2024**

🌱 Participatie: **55,66%**

🛒 Aantal winkels: **16**

Expansie ingezet

Sinds eind 2025 openden er in Brussel **vier nieuwe winkels** die allemaal goed draaien: Noordstation, Stockel Square, Blue Tower (Louizalaan) en Centraal station.

Tegen 2030 wil BON **groeien** naar een dertigtal verkooppunten, deels via franchisecontracten. De keten kijkt daarvoor uit naar drukke **premium locaties**, zoals treinstations, shoppingcentra en grote winkelstraten, en wil ook de samenwerking met warenhuisketen INNO uitbreiden.

Om de expansie te ondersteunen breidt de **centrale keuken** in de Brusselse rand in september 2026 uit tot 1.500 m². Nieuwe contracten met grote b2b-klanten dragen verder bij aan de rentabiliteit ervan.

Colruyt Group verhoogde zijn participatie van 45,65% naar 55,66%. Via de expansie van BON vergroot de groep zijn **aanwezigheid in de stad** en verwerven we verder inzichten in de behoeften van stadsklanten. En met de BON-producten bij Okay en Okay City komen we beter tegemoet aan de ruimere vraag naar gezonde en **gemakkelijke maaltijdoptlossingen**.





Bio-Planet is al 25 jaar 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 consumenten 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 diabetes, gluten- of lactose-intolerantie.

> 2001



EUR 1.192 miljoen
gezamenlijke omzet Okay,
Bio-Planet en Cru (+2,1%)



40 winkels
waarvan 1 in Luxemburg



650 m² gemiddelde
winkeloppervlakte



5.500 referenties



Meer dan 450
medewerkers in VTE



Gezond begint hier



bioplanet.be



Marktleider in bio plukt vruchten van voorbij inspanningen

In een opnieuw aantrekkelijke bio-markt noteerde Bio-Planet een lichte volume- en omzetstijging. De jongste winkels wonnen **maturiteit** en zagen hun verkoop stevig doorgroeien, terwijl de stadswinkel in Sint-Gillis de meeste klanten over de vloer kreeg. In Luxemburg baat Bio-Planet een winkel uit in Gasperich en biedt het een selectie producten aan in twee Colruyt-winkels. De keten behoudt het **marktleiderschap** in de gespecialiseerde Belgische bio-markt, waar consolidatie en integratie zich doorzetten. De verse producten genereren ruim de helft van de omzet, een aandeel dat Bio-Planet nog wil verhogen door op termijn in de winkels zelf brood af te bakken.

Bio-Planet plukt de vruchten van de vele inspanningen de jongste jaren om zijn **rentabiliteit** te **verbeteren** en blijft hierover waken. Zo werd het afvalpercentage sterk gereduceerd, onder meer door snelverkoop met 30% korting van producten die de houdbaarheidsdatum naderen. De planning voor 2026 voorziet een tweede stadswinkel in Brussel en openingen in Herent, Waremmen en Woluwe. Bio-Planet ziet in België potentieel voor een twintigtal bijkomende winkels, waarvan de helft op grootstedelijke locaties.

Gedeeld winkelmandje

Sinds eind 2025 kunnen Collect&Go-klanten online boodschappen bij Bio-Planet én Colruyt combineren in **één enkele bestelling**. In een eerste fase gaat het om een selectie van 500 bio-producten, op te pikken in een honderdtal afhaalpunten of thuis geleverd. De bijkomende service was meteen een schot in de roos en vergroot de toegankelijkheid voor wie geen Bio-Planet in de buurt heeft.



Breed toegankelijk

Bio-Planet wil een breed toegankelijke winkel zijn, ook op het vlak van prijs. Zo biedt het herkenbare **huismerk Boni Bio** een ruim en scherp geprijsd instapassortiment met 300 referenties. Daarnaast zijn een 500-tal **courante producten** die mensen ook elders vinden bewust lager geprijsd dan de markt. En tweewekelijkse **straffe promo's** laten prijsbewuste klanten toe om flink te besparen.

Het product als differentiator

De producten (en verhalen erachter) zijn voor Bio-Planet cruciaal om zich te onderscheiden op de markt. De keten wil toonaangevend zijn op de bio-markt, wat zich vertaalt in productinnovatie, een continue vernieuwing van het assortiment en opleiding van de medewerkers.

- Introductie van gebruiksklare tofu, speltflakes en dagverse glutenvrije broden.
- Nieuw assortiment **planten** in volledig composteerbare kweekpot.
- Natuurlijke thee en kruiden van de webshop **Pit & Pit**, samenwerkingsmodel voor andere commerciële partners.
- Exclusief: **Virunga Chocolate Gorilla**, een creatie van topchocolatier Dominique Persoone ten voordele van het Virunga National Park in Congo.
- Nieuw medewerkerskader met voor elke functie bij Bio-Planet de minimaal vereiste kennis over assortiment, markt, doelgroepen en gezondheid, alsook de relevante **opleidingen**.



Inspiratie voor gezond leven

Bio-Planet wil mensen inspireren om bewuste keuzes te maken en een evenwichtige, voedzame én smaakvolle levensstijl aan te nemen. Binnen de groep neemt de gezonde en duurzame supermarkt het voortouw om de brug te slaan van retail naar gezondheid, in voeding én verzorging.

- Jaarlijks vier grote **campagnes** rond gezondheid, met mooie kortingen en volop inspiratie. Vanaf 2026 focust ook de winkelaankleding meer op gezondheid.
- Doorlichting van het **assortiment**: minder gezonde producten worden vervangen of aangepast in samenwerking met de leverancier. Criteria rond gezondheid werden opgenomen in het productcharter.
- Deelname aan **events** rond gezondheid van o.a. Colruyt Group Academy, het ziekenfonds Helan en het magazine Libelle.
- Een week lang gaven zelfstandige diëtisten in een 25-tal winkels gratis en **laagdrempelig advies** over o.a. etiketten en gezonde keuzes



Cru is de versmarkt voor iedereen die van puur en 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. Klanten kunnen in de markt zelf hun aangekochte producten degusteren.

> 2014



EUR 1.192 miljoen
gezamenlijke omzet Okay,
Bio-Planet en Cru (+2,1%)



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



650 m² gemiddelde
winkeloppervlakte



1.300 à 1.400 referenties



Meer dan 100
medewerkers in VTE



De smaak van echt



cru.be



Omzet en rentabiliteit blijven in stijgende lijn

Cru zag zijn omzet afgelopen boekjaar stijgen, vooral dankzij de voortgezette inspanningen voor klantenactivatie en innovaties in het assortiment. De markten konden verder kosten reduceren en een aantal cruciale werkprocessen optimaliseren, wat resulteerde in een productiviteitsstijging met meer dan 10%.

Het Cuit-eethuis in de Gentse markt werd overgenomen door een zelfstandige, voor de overige eethuizen lopen er gesprekken.

Cru stelt vast dat mensen zich ook in moeilijke tijden culinaire verwenmomenten thuis blijven gunnen, net zoals dat in de coronacrisis het geval was.

Meer klanten, hogere frequentie

Cru slaagde erin om bijna 17.000 nieuwe klanten te registreren en de winkelfrequentie van bestaande klanten te verhogen. Het aantal afhakers daalde sterk en er kwamen ook meer occasionele klanten over de vloer.

- Vernieuwd **getrouwheidsprogramma** om klanten vaker naar de markt te laten komen, alsook maandelijkse **Aanbiedingen van 't moment** en inspiratie voor vers aankopen via de 'Cru-tip'.
- Reactivatie van de **mediacampagne** rond 'De Smaak van Echt' in de lente en met eindejaar.
- **Communicatieplan op maat** voor elke markt, met een hoger bereik voor een lager budget.
- Blijvende focus op **beleving**, met degustaties en grote proefweekends in samenwerking met de Cru-partners.
- **Sterkere activatie** in de markten, om klanten te registreren en hen zo te laten genieten van de aanbiedingen.



Smaak steekt de kop op



de smaak van echt

Mooi eindejaar

Een sterk activatieplan, een relevant feestassortiment en de inzet van de medewerkers resulteerden in een prima decembermaand, met in de laatste twee weken 6% meer kastickets, 12% meer bestellingen en 9% meer omzet. In de tevredenheidsbevraging konden de productkwaliteit en het bestelgemak op mooie scores rekenen.

5 feestweekends rond diverse thema's zorgden al vanaf midden november voor sfeer en beleving in de markten. De **mediacampagne** 'De smaak van feest' zorgde voor veel zichtbaarheid in het straatbeeld rondom de markten en online. Bovendien werd de samenwerking met het Belgische designduo Muller Van Severen rond een beperkte oplage unieke snijplanken opgepikt in verschillende magazines.

Innovatief en inspirerend assortiment

Cru introduceerde een driehonderdtal **nieuwe referenties** die meer omzet genereerden, met uitschieters in o.a. de bakkerij, traiteurkeuken en beenhouwerij.

Voor **speciale gelegenheden** kwam er een uitgebreid en wisselend assortiment apero, meer desserts en zoetigheden, alsook producten die inspelen op trends, zoals alcoholvrije dranken en kimchi.

Voor **dagelijks lekker eten** kwam er meer **convenience** met pizza, lunchbowls, carpaccio, verse bereidingen en basisproducten zoals gewassen slamix.

De toevoeging van een extra prijsniveau maakte categorieën zoals verse vis en bloemen **toegankelijker**.



Colruyt Prix Qualité was tot begin 2026 een overzichtelijke buurtsupermarkt voor dagelijkse en wekelijkse boodschappen, met de beste prijskwaliteit in de buurt voor een vergelijkbare winkelkar. De winkels beschikten bijna allemaal over een Collect&Go-afhaalpunt. Er waren ook 45 DATS 24-tankstations, waarvan de bijdrage vervat zit in de winkelomzet.

> 1996

Verkoop afgerond

Op 28 februari 2026 werd de verkoop van 100 winkels van Colruyt Prix Qualité en van alle 45 DATS 24-tankstations in Frankrijk afgerond.



- Tien maand eerder had Colruyt Group bekendgemaakt dat er voor de geïntegreerde retailactiviteiten verschillende strategische opties werden onderzocht, zoals een herstelplan of een desinvestering. Gezien de erg concurrentiële retailmarkt was er al geruime tijd hard gewerkt aan de rendabiliteit, echter zonder de beoogde resultaten.
- In juni 2025 maakte de groep plannen bekend om de geïntegreerde retailactiviteiten in Frankrijk te desinvesteren. Voor de winkels werden er in de tweede jaarhelft meerdere verkoopoptieovereenkomsten afgesloten, inclusief automatische overdracht van medewerkers.
- In het tweede semester zette Colruyt volop in op continuïteit, waardoor de winkels tot eind 2025 normaal bleven draaien, met zelfs in december amper 5% omzetverlies.
- Begin 2026 startte de uitverkoop en de overdracht van de winkels naar de overnemers. Alle winkels werden gesloten tussen eind januari en eind februari.
- Finaal werden 81 winkels en 44 tankstations overgenomen door Groupement Mousquetaires; 19 winkels en 1 tankstation door Mouvement E. Leclerc, Coopérative U en Carrefour Proximité France.
- Het onroerend goed van de drie resterende winkels en de magazijnen in Dole Choisey, Dole Wilson en Rochefort-sur-Nenon staan te koop. Ook voor het huurcontract van het magazijn in Gondreville-Fontenoy wordt een overnemer gezocht.

Uitgebreid sociaal plan

- In de overgenomen winkels bleef bijna al het winkelpersoneel aan de slag, circa twee derde van de ruim 2.000 medewerkers. In de centrale diensten en in de logistiek vielen er helaas ruim 700 ontslagen, ingaande vanaf half maart 2026.
- De groep voerde vanaf medio 2025 constructieve onderhandelingen met de sociale partners over een ondersteuningsplan voor de betrokken medewerkers. In november ondertekenden ze een sociaal akkoord dat voorziet in (supra-legale) financiële tegemoetkoming en maximale begeleiding in de zoektocht naar ander werk. De uitvoering van dat akkoord leidt tot een geschatte herstructureringskost in een vork tussen EUR 55 miljoen en EUR 65 miljoen, verwerkt in boekjaar 2025/26 en uitbetaald hoofdzakelijk in boekjaar 2026/27.
- Een geleidelijk uitdovend team leidt tot uiterlijk eind 2026 de stopzetting in goede banen en verzekert bijvoorbeeld onderhoud en beveiliging.

Bedankt!

De directie dankt alle medewerkers voor hun inzet de voorbije jaren en specifiek in de laatste maanden van Colruyt Prix Qualité. Zowel in verkoop als in logistiek en ondersteunende diensten is iedereen de klant centraal blijven stellen. De directie is tevreden dat de onderhandelingen met de sociale partners sereen en zonder werkonderbrekingen zijn verlopen. Dank ook aan de vele klanten die de winkelformule tot op het einde trouw zijn gebleven. We hopen dat klanten en de medewerkers zich snel thuis zullen voelen in een andere winkelformule en wensen de nieuwe uitbaters veel succes met hun zaak.

Robi Professional installeert professionele watertaps in bedrijven, scholen, horecazaken en sportclubs en op allerlei publieke evenementen. Meer dan 40 modellen taps leveren vers gefilterd kraantjeswater, al of niet gekoeld, plat of bruisend. Het duurzame en goedkopere alternatief voor flessenwater bespaart heel wat transport en plastic afval. Er is ook een Robi-waterfilter voor thuis, verkrijgbaar bij Colruyt, Collect&Go en Bio-Planet.

➤ Sinds 2021
Participatie: 99,5% in De Leiding bv

Klantenportefeuille 15% gegroeid

Robi Professional kon afgelopen boekjaar zowat 15% meer b2b-klijanten overtuigen om watertaps te installeren, waaronder Bike Republic, het Wintercircus in Gent, Cegeka en Ekopak Groep. Het bedrijf leverde tapwater op een dertigtal Belgische muziekfestivals en op heel wat grote sportmanifestaties zoals de Antwerp 10 Miles, als exclusieve waterleverancier van organisator Golazo.

Doorgaans sluiten bedrijven, organisaties en instellingen (onderwijs, openbaar vervoer, havens...) **raamcontracten** af voor huur op lange termijn. De sociale lokalen bij Colruyt en Okay zijn dan weer uitgerust met aangekochte watertaps. Investerings in watertaps aangesloten op de waterleiding komen in aanmerking voor verhoogde federale investeringsaftrek. De **all-in service** met onderhoud en herstelling garandeert klanten een volledige ontzorging.

Om zijn aanwezigheid op events verder te versterken, prospecteerde Robi Professional bij lokale overheden verantwoordelijk voor jeugd, sport en cultuur. Om de verkoop van de waterfilters voor thuis te boosten, bekijkt het mogelijke partnerships met bijvoorbeeld keukenbouwers die het systeem meteen in een nieuwe keuken integreren.

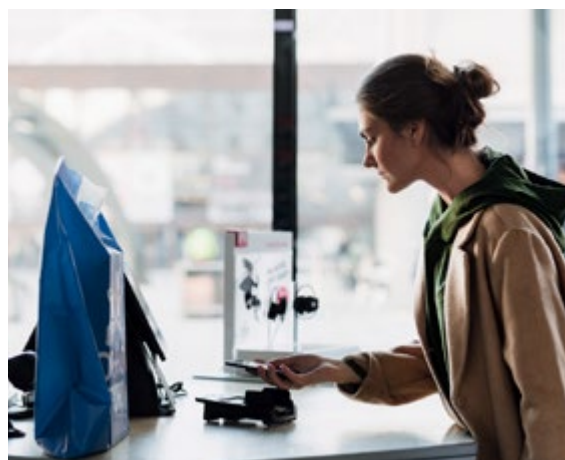


Aera is een in 2016 opgerichte joint venture van de twee grootste Noorse retailers NorgesGruppen en Coop Norge, waar Colruyt Group en de Belgische kredietverzekeraar Credendo in 2023 mee instapten. De pionier in betaal- en identificatieoplossingen voor de retail is actief in 13 Europese landen en groeit mede door actieve prospectie sterk in de Benelux. In 2025 verwerkte Aera circa 1 miljard betaaltransacties en ongeveer evenveel identiteitsverificaties.

➤ Sinds 2023
Participatie: 21,55%

Betaalverkeer als hefboom voor groei

- Aera helpt retailbedrijven om **controle** te houden **over de betaalketting en de kosten van het betaalverkeer**. Het faciliteert innovatieve betaaloplossingen, zoals een ingebouwde digitale portefeuille (*wallet*) en automatische klantherkenning, die de klanten meer gemak bieden, het check-out-proces optimaliseren en data en klanteninzichten genereren. Die kunnen ingezet worden om het klantencontact te personaliseren of getrouwheidsacties op te zetten.



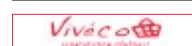
- Aera leverde de nieuwe betaalterminals in onze kantines, die toelaten om te betalen via de Colruyt Group **Xtra-app**. De toestellen worden in boekjaar 2026/27 ook uitgerold in alle voedingswinkels van de groep.

Food

Groothandel



Colruyt Group realiseert meer dan 12% 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.



Goed boekjaar met groeivertraging

Retail Partners Colruyt Group heeft een goed jaar achter de rug en slaagde erin de kosten onder controle te houden. Ondanks lagere volumes nam de omzet licht toe, vooral dankzij **bijkomende verkoopoppervlakte** komende van de opening van vijf nieuwe Spar-winkels en deels doordat de aangesloten Alvo-winkels sinds 2025 ook diepvriesproducten afnemen. RPCG merkte wel een groeivertraging. Enerzijds kwamen de nieuwe Spar-winkels in Wallonië minder snel op gang dan verwacht. Deze vrij grote winkels werden in 2023 overgenomen van Match/Smatch en daarna tijdelijk uitgebaat als Comarché, een overgangsfase waarin klanten minder frequent langskwamen. Gelukkig hebben de winkels de **expertise** van hun specialiteiten grotendeels kunnen **behouden**, mede door toelevering van de juiste producten vanuit RPCG en vanuit lokale leveranciers, waaronder de Fine Food-bakkerij in het Waalse Jumet.

Anderzijds ondervonden heel wat zelfstandige winkels impact van de toenemende zondagsopeningen bij concurrerende winkelformules. Hun omzet had ook te lijden onder het verbod op tabaksverkoop aan particulieren in voedingswinkels groter dan 400 m². RPCG stimuleerde de winkeliers om meer winkelbezoek te genereren met aanbiedingen in onder meer de bakkerij en de ultraverse producten.

Een 'sweet franchise' die inspireert

Ambitie: de beste retailer zijn

RPCG blijft bij zijn ambitie en belofte om de beste FMCG-retailer te zijn voor zelfstandige ondernemers. Streefdoel is dat al wie een supermarkt wil opstarten, eerst aan RPCG denkt en dat alle bestaande partners resoluut met de organisatie willen blijven werken, of het nu gaat om Spar- en Alvo-ondernemers of om vrije Klanten.

RPCG ziet het partnership met de Spar-uitbaters als een 'sweet franchise' die inspireert, ondersteunt en ondernemerschap stimuleert.

- **Inspireren:** met de voor- en najaarsbeurs, de studiereis, ...
- **Ondersteunen:** met opleidingen, financiering, assistentie bij het plaatsen van een pakjesautomaat of laadpaal, ...
- **Ondernemerschap stimuleren:** door de ondernemers zelf te laten beslissen over zondagsopening of door hen toe te laten om zich deels te bevoorraden bij lokale leveranciers en zo een ideale mix te realiseren voor hun verkooppunt.

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

 **220** Spar-winkels
41 Alvo-winkels
45 vrije klanten
15 Mini Markets

 **Meer dan 900** medewerkers in VTE

 **Samen ondernemen is groeien**

 **retailpartners-colruytgroup.be**



Spar Colruyt Group is de vertrouwde supermarkt in de buurt voor alle dagelijkse boodschappen, met een sterk assortiment verse producten en een focus op smaak, kwaliteit en plezier. Met hun specialiteiten, vakmanschap en persoonlijke service leggen de zelfstandige ondernemers eigen accenten in hun winkel. Spar inspireert via diverse kanalen waaronder het gratis KOOK-magazine. De meeste winkels zijn open op zondag(ochtend).



220 winkels



350-1.800 m² gemiddelde winkelloppervlakte



mijnspar.be



Investeren in expansie en samenwerking

Spar Retail zette verder in op de **opwaardering** van het **winkelpark**. Tien winkels werden in een nieuw jasje gestopt en genieten nu van de sterke 'Spar Colruyt Group' uitstraling. Op vijf sites waar eerder andere supermarkten zaten, openden er nieuwe winkels, alle mét ruimte voor de specialiteiten van de ondernemer in brood, kaas, vlees of vis.

Naast uitgebreide schappenplannen en assortimentsondersteuning kunnen de ondernemers ook rekenen op ondersteuning bij het uitwerken van een commerciële dynamiek op hun winkelvloer, op basis van een individueel winkelpaspoort.

Spar Retail blijft **investeren in de samenwerking** met zijn ondernemers, onder meer via opleidingstrajecten rond bijvoorbeeld klantvriendelijkheid. De twee inspiratiebeurzen per jaar blijven belangrijk om de zelfstandige ondernemers, hun teams en de leveranciers samen te brengen rond assortiment, innovatie en commerciële kansen. Tijdens de voorjaarseditie van 2026 konden de ondernemers voor het eerst commerciële deals afsluiten tegen aantrekkelijke condities, uitgewerkt samen met een veertigtal leveranciers.

Zondag deals

Meer halen uit de zondag

De nieuwe **Zondag Deals** zijn straffe promo's die klanten stimuleren om op zondag voor Spar te (blijven) kiezen. De meeste Spar-winkels zijn voor hun klanten al jaren een vaste waarde op zondag: zeven op de tien in de voormiddag en twee op de tien de hele dag. Het relatieve voordeel daarvan verwatert echter naargelang er meer supermarkten op zondag openen.

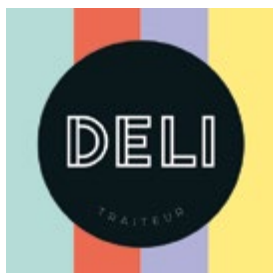


Spar is begaan met het milieu.

De campagne met inspirerende beelden van visgerechten in het KOOK-magazine werd beloond met een Benelux Award van **MSC**, de referentie voor duurzame visserij.

Spar Retail ondersteunt

- De organisatie sloot met Bpost een raamcontract af voor ondernemers die een **bbox pakjesautomaat** bij hun winkel willen. Tegen eind 2026 zullen er meer dan 120 Spar- en Alvo-winkels mee uitgerust zijn. De organisatie faciliteert ook de installatie van DATS 24-laadpalen bij de winkels.
- De nieuwe baseline 'Zo smaakt plezier' werd verder uitgedragen naar de ondernemers en de consument. De **hernieuwde merkidentiteit** zet voluit in op beleving, smaak en zintuiglijk plezier: herkenbaar Spar Colruyt Group, maar intenser.



Smakelijk & Makkelijk

Delitraiteur werd opgericht in 1990 en maakt sinds eind mei 2025 integraal deel uit van Colruyt Group. De overname kadert in onze ambitie om verder te groeien in stedelijke omgevingen en in **convenience**, met gemakkelijke en gezonde maaltijden, *ready-to-eat* of *ready-to-heat*.

Klanten vinden er meer dan 200 versbereide gerechten en een ruim assortiment salades en sandwiches, mee te nemen of ter plaatse te consumeren. Verder is er een mooi assortiment groenten, fruit, brood, soep, gebraden kip, kaas, wijn en geschenkartikelen. Delitraiteur is ook exclusieve verdeler van de Nespresso-koffiecapsules. Elke winkel heeft een **eigen keuken** en is **7 op 7 open**, van 7u00 tot 22u.



- Vandaag zijn er 40 winkels in België en één in Luxemburg, gevestigd op passagelocaties en hoofdzakelijk uitgebaat door zelfstandige ondernemers. Geïnteresseerde kandidaat-ondernemers zijn altijd welkom!
- Delitraiteur hield stand in een moeilijke context en zag vooral op zondag zijn omzet teruglopen, te wijten aan bijkomende zondagsopeningen van nabijgelegen winkels.
- Sinds de overname door Colruyt Group werden er al synergieën inzake aankoop gerealiseerd en openen de winkels een half uur vroeger.

> 2025

40 winkels in België en **1** in Luxemburg

Meer dan 60 medewerkers in VTE

Smakelijk & Makkelijk

delitraiteur.com



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 ruim 800 geaffilieerde winkels van de eigen formules Panier Sympa, Épi Service en VivEco en de licenties Coccinelle en Coccimarket. Daarnaast belevert Codifrance zowat 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 VivEco

 **810** geaffilieerde winkels
264 Coccimarket
182 Panier Sympa
174 VivEco
116 Épi Service
74 Coccinelle

 **60 à 750 m²**
winkeloppervlakte

 **Circa 8.500 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**



Groeiend winkelnetwerk, klaar voor nog meer expansie

De Franse groothandelsactiviteit is tevreden met de omzetstijging afgelopen boekjaar, vooral dankzij de uitbreiding met een zestigtal geaffilieerde winkels, bovenop de expansie van vorig boekjaar. Zo rondde Codifrance voor het eerst de **kaap van 800 geaffilieerde winkels**, wat stilaan meer schaalvoordelen begint op te leveren.

Het bedrijf werkte aan de harmonisering van statuten en systemen binnen het eind 2023 overgenomen Degrenne Distribution en aan de exit uit het distributiecentrum van Villers-Bocage, dat verkocht zal worden.

Door het stopzetten van de retailformule Colruyt Prix Qualité kon Codifrance niet meer gebruik maken van gedeelde IT-licenties en gemeenschappelijke diensten in bijvoorbeeld techniek en immobiliën. Ondertussen organiseert het bedrijf zich erop om de nodige competenties in huis te halen om autonoom te functioneren.

Nieuw distributiecentrum operationeel

In april 2026 verhuisde Codifrance de activiteiten van zijn distributiecentrum in Villers-Bocage naar een nieuwe, gehuurde site van 25.000 m² in Carpiquet, naast Caen. De 9.000 m² extra capaciteit laat toe om het assortiment te vergroten, toekomstige volumegroei op te vangen en de logistieke stromen verder te optimaliseren. Het distributiecentrum scoort goed inzake duurzaamheid en illustreert ook de dynamiek binnen Codifrance en het streven om de klanten een **nog betere service** te verlenen.

Geen franchise, maar affiliatie

Codifrance gaat prat op zijn partnershipmodel dat de zelfstandige uitbaters nogal wat **vrijheid** gunt, ook om zich gedeeltelijk elders te bevoorraden. De formule valt steeds meer in de smaak: in het eerste trimester van 2026 was Codifrance alweer met potentiële ondernemers in onderhandeling over een 45-tal affiliatiedossiers. Meer dan veertig bedrijfsadviseurs staan in voor de begeleiding op het vlak van haalbaarheid, administratie, inrichting, assortiment, prijszetting, marketing enz.



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 lang 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



Sterke positie in Congo

De Democratische Republiek Congo blijft de belangrijkste afzetmarkt, gevolgd door Rwanda. Colex kende in Congo een moeilijk jaar vanwege de geopolitieke context maar behield er een sterk marktaandeel met Everyday, Boni Selection en de export-exclusieve mayonaise Culino. Everyday blijft het historisch gegroeide voorkeursmerk, dat de komende jaren verder gerationaliseerd wordt.

Om de merkbekendheid verder te versterken en nieuwe consumenten te bereiken, werden er afgelopen boekjaar gerichte marketingacties ingezet, waaronder outdoorcampagnes, sociale-media posts en tastings.

Ten slotte onderzoekt Colex ook potentiële afzetmarkten in Oost-Afrika en het Midden-Oosten.

Voor de Congolezen blijft Everyday het historisch gegroeide voorkeursmerk

Eerste stap in Marokko

In Marokko sloot Colex een nieuw partnership af met **LabelVie**, met meer dan 400 winkels de tweede grootste distributeur van het land. In een eerste fase neemt die een 60-tal producten van Boni en enkele van Everyday af. De intrede op de Marokkaanse markt vergde een zorgvuldige voorbereiding, gezien de strikte importvereisten en specifieke marktcontext.

Makkelijk marketingmateriaal

Colex biedt als enige op zijn markten een digitaal platform aan dat klanten toelaat om zelf gemakkelijk marketingmateriaal te creëren, zoals sociale media posts, reclamefolders en productcatalogi voor grossiers. Dankzij vaste templates en een centrale beeldbank waarborgt **MyColeyStudio** ook de merkconsistentie en draagt zo bij tot een efficiënte en uniforme marktbenadering.



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. Deze activiteiten vertegenwoordigen 3,5% van de groepsomzet.



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

Het assortiment omvat droge, verse en diepvriesproducten, zowel in kleine als in grote verpakkingen. De foodprofessionals kiezen uit nationale merken, de eigen foodservicemerken voor professionele chefs Culino en Econom en de retailmerken Boni Selection en Everyday. Het bedrijf onderscheidt zich met zijn gebruiksgemak, een faire en consistente prijszetting met hoeveelheidskorting en betrouwbare dienstverlening.



Groei in een moeilijke markt

In een consoliderende markt bleef de foodservice-activiteit verder groeien, al liep het groeitempo licht terug, vooral als gevolg van afnemende bestellingen in de horeca. De sector zag onder invloed van een aanhoudend zwak consumentenvertrouwen de bezoekfrequenties dalen. Solucious hanteert dan ook een strikt debiteurenbeleid, met betaling bij levering.

Culinoa zette een grote stap vooruit met zijn vernieuwde, uiterst gebruiksvriendelijke gebruikersapp. Het bleef sterk groeien in Waalse woonzorgcentra en versterkte ook zijn aanwezigheid in Brussel en Vlaanderen.

Délidis werd in april 2025 volledig losgekoppeld van de vroegere eigenaar Groep Peeters-Goovers. Het blijft inzetten op regionale versterking en het duurzaam borgen van processen. De integratie met Solucious leverde al concrete synergieën in aankoop op.

Valfrais focuste op margeoptimalisatie, onder meer via herindeling van klanten, hernieuwde prijsafspraken met leveranciers en de afbouw van externe diensten. Valfrais wordt versneld geïntegreerd in Solucious, dat de site in Bastogne zal inzetten als extra hub voor leveringen in het zuiden van het land.

Fundamenten voor verdere groei

Solucious ziet in België veel potentieel om substantieel verder te groeien, in de **horeca** bijvoorbeeld bij geïntegreerde restaurantketens en *leisure*-bedrijven zoals pretparken. De foodservicespeler heeft ook heel wat troeven in huis voor de **publieke** en de **zorgsector**. Als Belgisch bedrijf met de vereiste certificaten biedt het een groot en flexibel assortiment in de drie temperaturen, betrouwbaarheid en gemak, alsook vertrouwde met openbare aanbestedingen. Als b2b-partner binnen de groep ten slotte levert Solucious almaar meer ingrediënten voor de traiteurafdeling van de zelfstandige Spar-winkels. Met investeringen in efficiëntie en betrouwbaarheid, service, duurzaamheid en assortiment legde Solucious alvast de fundamenten voor verdere groei als professionele en betrokken partner die zijn klanten maximaal ontzorgt.

> **2013.** Overname Culinoa in 2021, Valfrais en Délidis in 2024

■ ■ ■ **EUR 366 miljoen** foodservice omzet (+10,2%)

▲ ● **Meer dan 13.000** referenties

● **Meer dan 1.000** medewerkers in VTE

💬 **Making food service easy**

💻 **solucious.be**

Betrouwbaarheid eerst

Solucious zette diverse logistieke projecten op om zijn betrouwbaarheid te verhogen en tijdige en correcte leveringen te garanderen.

- Nieuw **warehouse management system** in het magazijn in Bornem, voor een beter voorraadbeheer en nauwkeuriger orderverwerking.
- Nieuwe logistieke partner voor het **diepvriesassortiment**.
- De **nieuwe hub in Machelen** zorgt voor een efficiëntere volumespreiding.

Nieuw élan voor Culino

Het eigen foodmerk Culino, exclusief bij Solucious, werd opgefrist en positioneert zich als dé betrouwbare basis voor elke professionele keuken. Het assortiment wordt geleidelijk aan uitgebreid van 280 tot meer dan 400 referenties. De Culino RecuPuree won een **Innovation Award** op de Horecatel-beurs. Het gaat om verse puree van aardappelen die uit de standaardcircuits zijn verwijderd, een combinatie van duurzaamheid met kwaliteit.



Meer gemak en flexibiliteit

Om zijn klanten nog meer gemak en flexibiliteit te bieden, bleef Solucious sterk inzetten op het verhogen van zijn serviceniveau.

- De vernieuwde **app** en **website** laten de gebruiker toe om nog eenvoudiger en sneller te bestellen.
- Op de eerste editie van het **klantenevent Garden of Taste** stonden beleving, productinnovatie en ontmoeting centraal. De aanwezige klanten vonden nadien nog beter de weg naar het diverse Solucious-assortiment.
- Solucious behaalde voor het derde jaar op rij het **IFS Wholesale-certificaat**, een mooie erkenning van het kwaliteitsbewustzijn en de inzet van alle medewerkers.

Duurzaam ondernemen

- In 2025 verliep ongeveer 17% van de leveringen in de grote steden **emissievrij**. De 7 elektrische gekoelde vrachtwagens verzorgden samen 9.770 leveringen.
- Met de **nieuwe laadinfrastructuur** in Bornem erbij beschikt Solucious nu over twee sites waar telkens zes elektrische vrachtwagens gelijktijdig kunnen laden.
- De **eigenmerkverpakkingen** zijn voor meer dan **99,5% recycleerbaar**.
- Meer dan 90% van de leveranciers van eigen merken ondertekenden de **Letter of Commitment** rond mensenrechten en arbeidsomstandigheden.
- De duurzaamheidsinspanningen werden bekroond met een zilveren **EcoVadis-medaille**, na de bronzen plak het jaar voordien. Daarmee behoort Solucious tot de top 15% van alle beoordeelde bedrijven wereldwijd en scoort het beter dan gemiddeld in de foodservicesector.



Culinao is dé expert in het beheer van grootkeukens in zorginstellingen en ontzorgt die door menuplanning te combineren met een krachtige aankoopcentrale, innovatieve software en strategisch advies. Zo kunnen keukenteams focussen op het bereiden van kwaliteitsvolle maaltijden, en kan het management rekenen op een strikte beheersing van de foodkost.

valfrais

part of Solucious

Dit Belgische foodservicebedrijf heeft ruime ervaring in het bezorgen van voedingsproducten aan horeca en grootkeukens in Wallonië en Luxemburg. Vanuit het distributiecentrum in Bastenaken worden klanten dagelijks beleverd met verse, ultra-verse, droge en diepvriesproducten, waaronder heel wat regionale specialiteiten.



Het familiebedrijf Délidis uit Gierle is sinds 1947 actief in de groothandel van verse producten, met een breed assortiment groenten en fruit, vers vlees, vleesbereidingen, bereide maaltijden en maaltijdcomponenten. Délidis richt zich op diverse sectoren zoals horeca, grootkeukens, detailhandel en de zorg. Het staat bekend om zijn vakmanschap en maatwerk, inclusief adviseren, portioneren, versnijden, verpakken, bereiden en rijpen. Délidis levert ook groenten en fruit aan onze Cru-markten.

Food

Food production



Colruyt Group is de enige Belgische foodretailer met industriële productieafdelingen en tientallen jaren ervaring in ontwikkeling, productie en verpakking van voedingswaren. Colruyt Group Fine Food telt tien productiesites en meer dan 1.300 medewerkers in de productie en verpakking van vlees, salades, kaas, wijn, koffie en brood. De productie in eigen beheer laat toe om kostenefficiënt te werken, constante kwaliteit te garanderen en meerwaarde te creëren. De producten gaan in verkoop onder eigen merken zoals Colruyt Beenhouwerij, Boni, Everyday en Spar.

Fine Food valt onder de directie Food production, samen met de landbouwactiviteiten van de groep, gezien het strategisch belang van beide en de vele raakvlakken.



Nieuwe kaasfabriek

In september 2025 werd in Halle een nieuwe kaasfabriek met twee verdiepingen en een grondoppervlakte van ruim **4.000 m²** in gebruik genomen, met negen hoogtechnologisch productielijnen voor gemalen kaas, aperoblokjes, sneetjes, spieën en blokken. Fine Food Cheese versnijdt en verpakt meer dan **200 referenties** voor alle winkelformules, foodservice, export en de vleesverwerkende activiteit. De blokjeslijn zorgt voor 30% minder afval en hoort daarmee bij de beste van Europa. Ook op het vlak van ergonomie, logistieke en onderhoudsefficiëntie en duurzaamheid scoort de productiesite heel goed. Ze werd optijd en binnen budget opgeleverd en garandeert de winkels een hoog serviceniveau.

> **60 ton kaas per dag**

> **1 miljoen verpakkingen per week**

Licht dalende volumes

De meeste productieafdelingen zagen hun volumes in geringe tot lichte mate teruglopen, deels als gevolg van het licht gekrompen marktaandeel van de groep, deels door veranderend consumptiegedrag, zoals een dalend alcohol- en vleesverbruik.

- Met name **rundvleesproductie** stond onder druk door forse prijsstijgingen, wat deels gecompenseerd werd door groeiende volumes in gevogelte en traiteurgerechten. Fine Food Meat ziet veel potentieel in een convenience-aanbod en gaat daarom klassiekers zoals stoofvlees en vol-au-vent verder verbeteren, alsook nieuwe producten ontwikkelen. In 2025 werd het mixgehakt met 60% rundvlees en 40% tuinboonbloem gelanceerd, in 2026 volgen er meer plantaardig verrijkte vleesproducten.
- De productie en afname van de **spreads** voor Boni en Everyday bleven in lijn met vorig jaar.
- De **broodafdeling** haalde enkele mooie internationale contracten binnen voor diepgevroren buns. Het voorziet onze buurtwinkel Okay sinds begin 2026 ook van afbakpistolets op zondagochtend. De broodafdeling ziet potentieel in de Colruyt-winkels, die experimenteren met een uitgebreide broodrayon en ook bij Comarkt en de zelfstandige Spar-winkels. Het bakkerijatelier in Jumet belevt al een aantal Spar-winkels in Wallonië met artisanale producten specifiek voor de Waalse markt.
- De **kaasproductie** bleef ongeveer stabiel, mede dankzij de extra mogelijkheden vanuit de nieuwe fabriek. De **koffiebranderij** ten slotte zag zijn volumes in 2025 toenemen, ondanks de gestegen prijzen van de bonen op de grondstoffenmarkt.

Investeren in de toekomst

Fine Food blijft onverminderd investeren in zijn toekomst als stevig verankerd en duurzaam productiebedrijf, met focus op productkwaliteit, kostenefficiëntie en leverbetrouwbaarheid.

- In 2025 kwamen er hypermoderne **productielijnen** voor koffiepads en spekblokjes.
- Een nieuw **ERP-systeem** (met focus op standaardisatie van processen, productiviteitsverhoging en efficiëntiewinsten) werd succesvol geïmplementeerd in de kaasverwerking. In het najaar van 2026 volgen de koffie- en

wijnafdelingen. Tegen 2028 draaien alle productiesites op de dezelfde software.

- Een nieuw **actieplan** ondersteunt de **medewerkers** bij de vele veranderingen in de productie-ateliers en streeft naar een sterke organisatie met de juiste mensen, een veilige en gezonde werkomgeving, krachtig leiderschap, duidelijke doelen en respect voor afspraken. Begin 2026 werden er al minder ziekte-dagen genoteerd en een spectaculaire daling in het aantal arbeidsongevallen met werkverlet.



Vaarwel glas, focus op partybox

Fine Food Wine zette de botteling van wijn in glazen flessen helemaal stop. Een moeilijke beslissing vanwege onze traditie in wijn sinds 1937, maar de activiteit was economisch niet langer verantwoord, o.a. wegens onvoldoende mogelijkheden om te differentiëren, de dalende wijnconsumptie en de vraag naar specialere flessen.

- De productiesite in Ghislenghien bottelde dagelijks zowat 30.000 flessen, goed voor 4,5 miljoen liter (Europese) wijn per jaar. De activiteit is uitbesteed aan een externe bottelarij, zodat klanten in de winkel nog steeds hun vertrouwde wijnen terugvinden.
- De site blijft (vooral overzeese) wijn afvullen in **partyboxen** van 3 en 5 liter, goed voor een jaarproductie van bijna 15 miljoen liter. De boxen blijven onderscheidende producten voor de winkels, in trek vanwege hun prijs, milieuvriendelijkheid, kwaliteit en houdbaarheid.

Landbouw

‘Hier gemaakt, hier gesmaakt’

Als enige 100% Belgische retailer dragen we ons steentje bij aan de verankering van de landbouwproductie in eigen land, met het oog op voedselzekerheid op de lange termijn, betaalbaarheid en werkgelegenheid. Tegelijk benutten we ook opportuniteiten om samen met partners de landbouwactiviteit en de voedselproductie te verduurzamen. Ten slotte komen we tegemoet aan de vraag van consumenten naar gezonde, lokale en duurzame producten.

Maximaal sourcen in eigen land

Onze winkels bieden producten aan van 6.000 landbouwbedrijven. Onder meer vers vlees, melk en eieren zijn bijna voor 100% afkomstig uit eigen land.

Structureel samenwerken

Voor onder meer kip, rund, varken en melk werken we direct samen met een zeshonderdtal familiale landbouwbedrijven. Die partnerships bieden hen een afzetgarantie op langere termijn, en bevoorradingszekerheid voor onze winkels en klanten. Samen maken we de productieketens ook kostenefficiënter en zetten we stappen in verduurzaming.

Eigen gronden slim inzetten

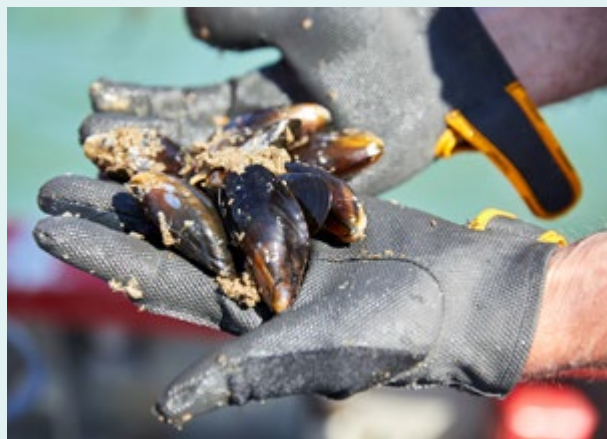
We zetten onze landbouwgronden deels in voor innovatieve, duurzame teelten en ontwikkelen ook nieuwe productieketens, zoals Boni Plan't falafel op basis van lokaal geteelde gele erwt. Met de unieke Belgische baktarwe wordt heerlijk brood gebakken voor Bio-Planet en Okay.

Zelf produceren

We hebben enkele geïntegreerde productieketens opgezet die we volledig zelf beheren: van teelt, verwerking en verpakking tot verkoop. Onder de noemer **‘Lokaal vakmanschap met een hart’** creëren we nieuwe producten die perfect passen in de Belgische traditie van streekproducten, zoals mosselen en wijn.

Derde oogst Belgische mosselen

In de zomer van 2025 commercialiseerden we de derde volwaardige oogst hangcultuurmosselen uit onze zeeboerderij in de Noordzee. Door het minder gunstige weer was de oogst beperkt tot 75 ton bruto of 30 ton verkoopbaar product. De mosselen werden aangeboden in de Cru-versmarkten en via ons foodservicebedrijf Solucious ook in een veertigtal horecazaken. We schatten de bruto oogst in 2026 op 90 tot 160 ton. De twee eigen boten worden afwisselend ingezet, volgens de aard van het werk (oogst of onderhoud) en de condities op zee.





Eerste eigen wijn in verkoop

Colruyt Group bracht in april 2026 een eerste eigen wijn op de markt, afkomstig van de wijngaard in Henegouwen. Zo komen we tegemoet aan de toenemende vraag naar Belgische (bio)wijn en versterken we ons imago van wijnspecialist.

- De 8.000 flessen witte wijn van prima kwaliteit zijn te koop in de **Cru**-markten, de drankenwebshop **BOIR**, de maaltijdbox **Foodbag** en in een aantal restaurants via ons foodservicebedrijf **Solucious**.
- Een externe partner verzorgde de vinificatie en botteling, vanaf medio 2026 beschikken we over een **eigen vinificatieruimte**.
- De wijngaard is in conversie naar **biologische teelt** en certificatie.

Domaine
LEZ-ENVIES



Naar een duurzamere rund- en melkveesector

Colruyt Group is partner van het praktijkinnovatieproject **B-Wise Beef**, met als doel om tegen 2027 lastenboekvereisten voor de verduurzaming en het dierenwelzijn van het Belgisch witblauwe ras te ontwikkelen. Het project kadert in een **Europees Innovatiepartnerschap** (EIP), en wordt uitgevoerd samen met o.a. het Instituut voor Landbouw-, Visserij- en Voedingsonderzoek (ILVO) en onze vertrouwde partner **Vlaams Hoevevond**. Samen met die producentenorganisatie stonden we in voor het aanvragen van de projectsubsidie. Samen met de Waalse producentenorganisaties **Les saveurs d'Ardenne** / **En direct de mon élevage** werken we eveneens aan de verduurzaming van het Belgisch witblauwe ras. Ten slotte verlengden we in april 2025 ons partnership met het zuivelbedrijf **Inex** voor een periode van drie jaar. De focus ligt nu op duurzaamheid, met duurzamere Boni-melk als einddoel.

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. Deze activiteiten vertegenwoordigen 2,6% van de groepsomzet.

 **Jims**

newpharma 

Yoboo



Jims baat in België en Luxemburg 90 fitnessclubs uit. Leden doen er in een moderne, motiverende omgeving aan conditie- en krachttraining en volgen groepslessen begeleid door professionele coaches. De fitnessketen wil zoveel mogelijk mensen op een toegankelijke en betaalbare manier begeleiden naar een actieve, gezonde levensstijl en biedt ook bedrijfsformules aan, van abonnementen en team-events tot complete welzijnsplannen op maat.

Jims neemt diverse initiatieven rond de verschuiving van fitness naar 'healthness'. Zo ontwikkelde het specifieke beweegprogramma's in samenwerking met ziekenhuizen en bieden verschillende clubs ook kinesithérapie aan, helemaal in lijn met het streven van de groep om (preventieve) gezondheid breed toegankelijk te maken.

Omzet meer dan verdubbeld

- Jims zag zijn omzet meer dan verdubbelen, enerzijds door de opening van zeven nieuwe clubs, anderzijds door de overname eind 2024 van 40 voormalige NRG-clubben. Synergieën op het vlak van kosten en omzet resulteerden in een hogere bijdrage aan de groep.
- Alle overgenomen clubs zaten tegen april 2025 in een Jims-kleedje, zowat de helft ervan werd het voorbije boekjaar grondig geremodeld. Ook de integratie op het vlak van onder meer IT, communicatie, beveiliging en opleiding is afgerond.
- Jims blijft met 90 clubs de **tweede grootste fitnessketen** van het land en voorziet in boekjaar 2026/27 zes openingen. Tegelijk blijft de keten uitkijken naar opportuniteiten om blinde vlekken in te vullen, mogelijks op gedeelde sites met andere merken van de groep. Ondertussen ligt de focus op verdere **verankering** van de clubs in hun omgeving, van de medewerkerspool, kwaliteit en service.
- De nieuwe abonnementenstructuur combineert sterktes van Jims (toegang tot groepslessen en mogelijkheid om het abonnement 8 weken te pauzeren) met pluspunten van NRG (coachingtraject op maat met zes-wekelijkse follow-up).
- Einde boekjaar liepen er al overeenkomsten voor **patiëntenbegeleiding** met een vijftiental ziekenhuizen en gesprekken met een zevental andere. Tegelijk zet Jims in op een sterkere samenwerking met de revalidatiediensten in de ziekenhuizen.

Klanten werven

Jims blijft investeren in het aantrekken van nieuwe klanten en ziet zijn merkbekendheid significant toenemen.

- De aangepaste commerciële strategie voor nieuwe clubs laat toe om nog voor de opening vlot nieuwe abonnees aan te trekken. Die brengen op hun beurt ook leden aan, wat het maturiteitsproces van nieuwe clubs aanmerkelijk versnelt.
- Jims organiseerde succesvolle **wervingsacties**, bijvoorbeeld met tickets voor de speech van Arnold Schwarzenegger op het Antwerpse SuperNova Festival.
- Er wordt gesleuteld aan formules om de banden met de groep te versterken via de **Xtra**-app of via samenwerkingen met de voedingswinkels.
- Binnen **b2b** groeit het aantal deals met bedrijven, organisaties en professionele sportclubs en loopt er een partnership met het internationale sportabonnementenplatform EGYM Wellpass.
- Tegen het najaar van 2026 zijn alle clubs uitgerust met **infraroodsauna's**.

➤ Overname Jims in **2021**
Overname NRG eind **2024**

EUR **277 miljoen**
gezamenlijke omzet
Gezondheid & Welzijn
(+18,0%)

90 **fitnessclubs**
(waarvan 6 in Luxemburg)

Meer dan **300**
medewerkers in VTE

We move with you

jims.be
jims.lu

Grootste kinenetwerk van het land

Sporters en revaliderende mensen kunnen al in 10 Jims-clubs een beroep doen op kinesisten van onder andere de toonaangevende praktijken PRIME physio | Wezenbeek (Oost-Vlaanderen) en SPRS (West-Vlaanderen). Hun patiënten kunnen revalideren met de modernste toestellen en materialen, terwijl sporters bij Jims eenvoudig bij de kine terecht kunnen voor advies of begeleiding. Zo evolueren de clubs naar **gezondheidshubs** waar preventie, revalidatie en sport hand in hand gaan.



Engagement voor ondersteuning obesitaspatiënten

Jims sloeg als eerste fitnessclub van het land de handen in elkaar met de Belgische Vereniging voor de Studie van Obesitas (BASO). Samen hebben ze richtlijnen en acties geformuleerd die sportclubs toegankelijker, inclusiever en aantrekkelijker maken voor mensen met overgewicht en obesitas. In deze sector-overschrijdende samenwerking fungeert BASO als klankbord dat de voorstellen aftoetst aan de wetenschappelijke inzichten terzake.

Bruggen bouwen tussen zorg en fitness

Jims werkt almaar intensiever samen met de zorgsector, via herstel- en nazorgprogramma's onder de noemer **Move for Health**. Deze integreren fysieke beweging in het (na)zorgtraject en slaan zo de brug tussen zorg en fitness, met focus op preventie en revalidatie.

- Jims biedt programma's voor patiënten met overgewicht en obesitas, hart- en vaatziekten, rug- en nekklachten en kanker. Zij gaan in kleine groepjes aan de slag in een club dichtbij huis, tijdens of na de behandeling in het ziekenhuis. Na een eerste proefles kunnen ze zich abonneren met een speciale korting.
- De programma's kunnen het effect van de behandeling versterken, herval vermijden en de patiënten helpen om gezonde routines op te bouwen. Ze ontlasten artsen en specialisten ook deels van opvolging op het vlak van beweging.
- De wetenschappelijk onderbouwde trainingsschema's worden gevalideerd door artsen. Omgekeerd krijgen de Jims-medewerkers een opleiding in het ziekenhuis en maken er kennis met de behandelende zorgspecialisten. Deze wisselwerking zorgt ervoor dat de trajecten beter gedragen worden in de clubs en in de ziekenhuizen.
- Jims is tevreden dat het gros van de deelnemers twaalf maanden na de instap nog altijd actief is in de club.



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

Newpharma Group levert ook in een tiental landen, waarvan er zes bediend worden met specifieke assortimenten: Frankrijk, Zwitserland, Nederland, Duitsland, Oostenrijk en Roemenië. Newpharma baat ook vijf fysieke apotheken uit in Antwerpen, Luik en Halle, en ondersteunt de voedingsformules Colruyt en Okay met categorie- en merkadvies.



Aanhoudende groei en versterkte concurrentiepositie

- Newpharma zette de groei van de jongste jaren verder en realiseerde een omzetstijging van meer dan 10%, met uitschieters in de categorieën gelaatsverzorging en dierengeneesmiddelen.
- De online apotheek realiseert nog zowat de helft van haar totale omzet in **België**. Hoewel de markt aan volume inboette, kon Newpharma nieuwe klanten aantrekken, zijn marktaandeel vergroten en concurrentiepositie versterken. Het wegvallen van de 'aanbevolen verkoopprijzen' van voorschriftvrije producten in 2025 leidde tot een iets agressievere prijszetting op de Belgische markt.
- In de andere kernlanden zoals Frankrijk, Nederland en Zwitserland boekte de apotheek omzetstijgingen van 15 à 20%.
In **Frankrijk** verstevigt Newpharma zijn positie als grootste online apotheek, bekend bij een op de vier inwoners. De actieve klantenbasis overtrof er voor het eerst die van België.
- De verkoop in **Zwitserland** werd gestimuleerd door de opening van een eigen apotheek nabij Lausanne, die ook instaat voor de verzending.
- In **Roemenië** rondde de apotheek een jaar na de opstart de kaap van duizend bestellingen per maand en groeide het assortiment naar 12.000 referenties.
- Newpharma is tevreden dat het volumegroei kon combineren met een verder stijgende **klantentevredenheid** in de voornaamste markten. Onder meer kwaliteit, prijs, leverstiptheid en de zorgeloze afhandeling in het algemeen haalden hoge scores.
- De online apotheek wil de eerstkomende jaren prioritair haar positie in **België consolideren**, met specifieke focus op Vlaanderen. Tegelijk wil ze fors inzetten op de enorme **Franse markt als belangrijkste groeimotor**. Ten slotte mikt Newpharma op verdere organische groei in de veelbelovende markten in Zwitserland en Nederland, mede door meer lokale merken in assortiment te nemen.
- Newpharma behaalde al ISO 27001 certificatie voor de activiteiten in Roemenië en zal na België ook in de andere landen toewerken naar certificering.

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

EUR 277 miljoen
gezamenlijke omzet
Gezondheid & Welzijn
(+18,0%)

45.000 artikelen voor de
Belgische markt.

Meer dan 300
medewerkers in VTE

Jouw apotheek,
altijd bij de hand

Newpharma.be

De Franse markt is de belangrijkste groeimotor

Groeipotentieel

Newpharma ziet enorm potentieel in zijn online businessmodel.

- Zowat zes op de tien Belgen kocht al apotheekproducten online. Bij de jongere, actieve bevolking is **online** zelfs het **eerste kanaal**, zeker voor categorieën als gelaatsverzorging en schoonheid.
- Online apotheken kunnen net als de foodretail rekenen op een gemiddelde *customer lifetime* van 30 à 50 jaar. Bovendien is de Belgische klant vrij trouw aan zijn (fysieke en online) apotheek. De webshop is aangepast om optimaal te renderen in **AI-gedreven zoekmachines**.

Efficiëntiewinsten in de logistiek

- Verdere **automatisering** in het magazijn in Luik liet toe om dagelijks 7.000 bijkomende bestellingen af te handelen, goed voor een verbetering van de operationele productiviteit met 5%. Vanuit Luik worden alle landen bediend, met uitzondering van Zwitserland.
- In de aanloop naar Black Friday 2025 startte het magazijn een **nachtploeg** met 2 medewerkers op. Sindsdien is het 24/7 operationeel, wat de levertermijnen verder verkort, zeker interessant voor dringende bestellingen.

Succesvol huismerk

In de eerste drie maanden na de lancering genereerde het huismerk Newpharma ruim 100.000 euro omzet. Deze sterke start bevestigt de apotheek als **huis van vertrouwen**. Het eigen merk telt 13 voedingssupplementen, met verkooptoppers als magnesium en de vitamines D en C.

Fysiek en online verbinden

- Newpharma Group heeft **vijf fysieke apotheken in eigen beheer**. Die komen niet alleen de geloofwaardigheid van de online speler ten goede, maar laten ook toe om voeling te houden met de apotheekpraktijk.
- Het centrale apothekersteam verzorgt dagelijks enkele **tele-consultaties**, waardevolle ervaring voor het geval de geneesmiddelenmarkt ooit geliberaliseerd wordt en voorgeschreven medicatie online afgeleverd mag worden.



Yoboo stimuleert mensen om preventief aan hun gezondheid te werken. Daartoe ondersteunt het enerzijds zelfstandige apotheken met opleiding, methodieken en (digitale) tools om mensen te begeleiden naar een gezondere leefstijl. Anderzijds ontwikkelt het gezondheidsprogramma's op maat voor bedrijven en hun medewerkers.

Yoboo draagt bij aan de ambitie van de groep om als food & health retailer (preventieve) gezondheid breed toegankelijk te maken. Het merk legt daarbij ook de link naar partners zoals Collect&Go of Bio-Planet (voor voeding), Jims (beweging) en Colruyt Group Academy (stress, slaap, ...).



Versnelling in b2b-segment

Yoboo versterkte zijn aanbod voor bedrijven en organisaties en kon meer klanten overtuigen om een **leefstijltraject** uit te werken. Daarmee werden er al meer dan duizend medewerkers bereikt, die doorgaans heel tevreden zijn met die blik van waardering. Een traject start doorgaans met een algemene uitleg voor de medewerkers, waarna gemiddeld 7 op de 10 deelneemt aan een gezondheidsscan met fysieke metingen en enquêtes. De werkgever krijgt een rapport met inzichten en aanbevelingen en kan desgewenst een programma op maat laten opstellen, met individuele of groepscoaching. De medewerkers krijgen een persoonlijk rapport en ondersteuning bij het opstellen én uitvoeren van hun persoonlijk actieplan, met focus op voeding, beweging of rust. Na afloop van het traject kunnen ze op eigen initiatief verder werken rond kennis (verdieping), motivatie (met Yoboo-coaches) of oplossingen (via metingen en producten). Of hoe Yoboo via het b2b-kanaal ook particuliere klanten aantrekt.

Netwerk met 55 aangesloten apotheken

- Einde boekjaar waren er een vijftigtal zelfstandige apotheken aangesloten bij Yoboo. Een honderdtal apothekers had de opleiding voor leefstijlbegeleiding afgerond en samen al meer dan 2.000 patiënten bereikt.
- De aangesloten apotheken sluiten een **licentieovereenkomst** voor één jaar af. Als Yoboo-partner beschikken ze over alle tools om als leefstijlcoach op te treden, zoals meetapparatuur, de app, een online dashboard en een innovatief assortiment parafarmacie, supplementen en zelftesten.
- De apothekers maken hun bestaande klanten warm voor leefstijlbegeleiding maar kunnen ook gecontacteerd worden door iedereen die na de gratis leefstijltest verder aan de slag wil met een gezondheidsprofessional uit de buurt.
- In maart 2026 opende in Antwerpen de eerste volwaardige Yoboo-**leefstijlapotheek**, volledig ingericht en afgestemd op leefstijlbegeleiding, boven op de vertrouwde apotheekservice. Daardoor kan de fysieke apotheek zich

blijven onderscheiden, in een markt met sterke online concurrentie en hoge prijsdruk. De opbouw van **hechte klantenrelaties** stimuleert uiteindelijk ook de verkoop.

Holistisch en haalbaar

Yoboo bekijkt gezondheid op een holistische manier en brengt bij een scan de belangrijkste parameters in kaart, rond fysieke activiteit, darmflora, slaap, suikers, stress en intoxicatie. Op consultatie of in de app krijgen de mensen advies voor het opbouwen van kleine gewoontes die bijdragen aan een gezondere leefstijl. Een persoonlijk actieplan streeft vaak naar meer energie, iets waar de meeste mensen voor open staan. Om het haalbaar te houden, vertrekt het plan ook vanuit de beschikbare tijd, motivatie en prioriteiten van het individu.

➤ Participatie op 31 maart 2026: **100%**

 **Yoboo.be**

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. Deze activiteiten vertegenwoordigen 2,9% van de groepsomzet. De groep participeert ook in de speelgoedwinkel Dreamland.



the
fashion
store

PointCarré

Bike >
REPUBLIC

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 destinaiewinkels 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 op trendvolgers van meerdere generaties en blinken uit in persoonlijk onthaal en advies.

➤ Participatie in 2014, volledig geconsolideerd sinds 2020

||| **EUR 309 miljoen** gezamenlijke omzet Non-food retail ⁽¹⁾ (+16,4% of ongeveer +3,5% op vergelijkbare basis)

🛒 **134 winkels**, waarvan 4 in Frankrijk ⁽²⁾

m² **1.000 m²** gemiddelde winkeloppervlakte

▲ **Gemiddeld 39.000 referenties** op jaarbasis

👤 **Meer dan 900 medewerkers** in VTE

💻 **zeb.be**
thefashionstore.be
Pointcarre.be

(1) Omvat The Fashion Society voor 12 maanden in boekjaar 2025/26 tegenover 10 maanden in boekjaar 2024/25.

(2) Situatie op 31 januari 2026, einde boekjaar The Fashion Society.



Beter dan gemiddeld

The Fashion Society blikt terug op een goed boekjaar, met zowel in het zomer- als in het winterseizoen geen al te grote pieken of dalen. Toch bleef de modemarkt wispelturig, met bijvoorbeeld een sterke maand november 2025 en een te warm en dus zwak december. Mede dankzij een strikte opvolging van voorraden, prijzen en kortingen kon het modebedrijf de januari-solden afsluiten met beperkte restvoorraden. Over heel 2025 presteerde The Fashion Society een stuk beter dan gemiddeld op de modemarkt, hoewel het winkelpark nagenoeg stabiel bleef.

- De verschuiving naar minder, maar meer **doelgerichte promoties** had een gunstige impact op omzet en marges.
- Vanaf 2026 wil het bedrijf zijn **online omzet opkrikken** (en op termijn verdubbelen), mede dankzij de omschakeling naar het e-commerceplatform Shopify.
- Er werden heel wat kosten bespaard door gebruik te maken van **AI** in marketing-communicatie. De Zeb-feestfolder voor eindejaar werd helemaal met AI gemaakt.



Duurzaamheid

The Fashion Society kiest bewust voor materialen als bio-katoen en gerecycleerd polyester, terwijl de leveranciers gedragscodes ondertekenen voor o.a. productieprocessen, arbeidsomstandigheden, dierenwelzijn, enz. Daarnaast stond 2025 in het teken van hergebruik en recycling.

- **Inzamelacties** ten voordele van de kringwinkels bij Zeb en The Fashion Store leverden 35 ton oude kledij op, waarvan liefst 70% geschikt voor doorverkoop.
- The Fashion Store biedt een permanente **herstelservice** en **verhuurt** de collectie van Terre Bleue via het platform Dressr.



- **85 winkels, waarvan 4 in Frankrijk**
- **Potentieel van meer dan 100 winkels in België, waarvan 70 in Vlaanderen**

- Sinds de opening in 2024 presteren de vier **Franse** winkels op een gemiddeld niveau maar blijven veelbelovend voor de toekomst. Het vraagt tijd om nieuwe klanten aan te trekken en om de medewerkers in te schakelen in het Zeb-servicemodel.
- Zeb kleurde het jaar met enkele gesmaakte samenwerkingen en speciale collecties voor onder meer de vijftigste verjaardag van het festival **Rock Werchter**, inclusief een shop op het festivalterrein zelf.
- Onder het motto '**Zeb for everyone**' blijft het merk zich manifesteren als divers en inclusief. In de nieuwe Reborn-campagne kregen een vijftal mensen na een ingrijpende lichamelijke transformatie een nieuwe look aangemeten waarmee ze helemaal zichzelf kunnen zijn. De campagne werd getrokken door de Vlaamse tv-persoonlijkheid en vertrouwde Zeb-ambassadeur **James Cook**. Voor het Waalse landsgedeelte werd de populaire influencer **Silent Jill** aangetrokken als ambassadeur.

the fashion store

- **23 winkels**
- **Nieuw: Hasselt en Lier**
- **Potentieel van 50 winkels in Vlaanderen**

- The Fashion Store in Aarschot is de tweede die het nieuwe merkkleedje aangemeten kreeg en enthousiast onthaald werd door de klanten. De winkel ademt rust en tijdloze klasse en inspireert via paspoppen en digitale schermen.
- Sinds de lancering in het voorjaar van 2025 zijn de exclusieve collecties van **Ellen Callebout** een schot in de roos en worden telkens zo goed als volledig uitverkocht.
- Na de overname van het merk **Terre Bleue** werden er al drie succesvolle collecties voorgesteld.



PointCarré

- **26 winkels, waarvan 23 in eigen beheer en 3 in franchise**
- **Potentieel van 30 winkels in Wallonië**

- PointCarré zette de samenwerking met drie franchisewinkels stop en wil op termijn enkel nog winkels in eigen beheer uitbaten, om een nog coherenter en doelgericht beleid te kunnen voeren.
- De familiewinkel zit vaak ingeplant vlak bij een Zeb-winkel en geniet in Wallonië **ruime naamsbekendheid**.
- PointCarré heeft hard gewerkt aan zijn rebranding en verwacht veel van het nieuwe winkelconcept, dat in september 2026 zijn première beleeft.

Bike Republic is een toonaangevende speler in onderhoud en verkoop van merkfietsen en e-bikes, fietskledij en accessoires. Als betrouwbare *compagnon de route* voor elk moment wil de fietsspecialist iedereen op de fiets helpen, met een snelle herstelling in een van de servicepunten of deskundig advies bij aankoop van een nieuwe fiets of accessoires. Het merk mikt letterlijk op iedereen van 2 tot 102: van kinderen en recreatieve fietsers over pendelaars en sportievelingen tot mensen met een beperking. Bike Republic munt uit in toegankelijkheid, via zijn sterk vertakte winkelnetwerk en servicepunten, zijn ruime openinguren en prima dienstverlening. Zakelijke klanten kunnen fietsen aankopen of leasen en een fietsplan op maat laten uitwerken. Leasing is ondertussen goed voor zowat een derde van de omzet.

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

▮▮ **EUR 309 miljoen** gezamenlijke omzet Non-food retail ⁽¹⁾ (+16,4% of ongeveer +3,5% op vergelijkbare basis)

🛒 **29 winkels** en 5 Service Points

📏 **500 à 1.200 m²** gemiddelde winkeloppervlakte

👤 **Meer dan 150** medewerkers in VTE

💬 **Wij helpen iedereen op de fiets**

💻 **bikerepublic.be**

(1) Omvat The Fashion Society voor 12 maanden in boekjaar 2025/26 tegenover 10 maanden in boekjaar 2024/25.



Ommekeer ingezet in licht aantrekkende markt

Na enkele mindere jaren kon Bike Republic de vruchten plukken van duidelijke strategische keuzes en rentabiliteitsinspanningen. In een opnieuw licht aantrekkende markt zag de fietsspecialist zijn verkoop meer dan gemiddeld stijgen, terwijl de serviceactiviteit nog sterker groeide.

- Bike Republic maakte komaf met de overvoorraden waarmee heel de fietsbranche worstelde na de coronacrisis. Het aantal showroomfietsen en de merkenportefeuille werden ingekrompen, een aantal cruciale processen in aankoop en stockbeheer verbeterd.
- De organisatie evolueerde van hoofdzakelijk centrale aansturing naar meer **lokaal management** en initiatief op winkelniveau. De winkels kregen meer ruimte en verantwoordelijkheden om hun assortimenten en stocks af te stemmen op de lokale context, met grote verschillen naargelang de ligging of de verkoopshistoriek.
- Bike Republic blijft focussen op expansie in Vlaanderen en op het verder valoriseren van de **service als frequentste contactpunt** met de klant, onder meer via meer servicepoints, ruimere openinguren en beter opgeleide medewerkers. Op een jaar tijd steeg het aantal contacten voor onderhoud en herstelling met een vierde, tot zowat 2.000 per week.

Service als frequentste contactpunt

Investeren in opleiding

Op twee jaar tijd zag Bike Republic zijn klantentevredenheid toenemen met liefst 15%. Om het serviceniveau verder hoog te houden, werd het aantal opleidingsuren in 2025 verdubbeld. Vaak gaat het om digitale e-learnings die de verkoopsmedewerkers en techniekers op hun werkplek volgen. Ze kunnen ook rekenen op een aantal merkambassadeurs die kennis en nieuws delen onder de collega's, alsook op trainingen verzorgd door de fietsmerken zelf.

Assortiment van 2 tot 102 jaar

Bike Republic helpt iedereen op de fiets, in elke levensfase en voor elke gelegenheid, van kinderfiets over pendel- en koersfiets tot zorgfiets. De e-bikes blijven de trekkers van de verkoop en van de omzet. Er kwamen iets meer toegankelijke instapmodellen in het aanbod, wat de verkoop alleen maar aanwakkerde. Met het oog op eenvoud en transparantie stuurde Bike Republic zijn prijs- en promotiebeleid bij.

Toegankelijke service ontzorgt de klant

De eind 2024 opgestarte **Service Points** maken onderhoud en herstelling nog bereikbaarder. Ze liggen meestal op drukke stadslocaties, hebben ruime openingsuren (8 – 18u) en werken complementair met een grotere winkel in de stadsrand.

- De servicepunten vormen een rendabele activiteit die nieuwe klanten aantrekt. Bike Republic wil er nog eens zeven nieuwe openen in 2026.
- Een servicepunt telt 150 tot 200 m² en werkt zonder afspraak. Er zijn ook grotere premiumversies met een klein en toegankelijk fietsaanbod in de etalage.
- Er loopt een experiment met **fietskluisen** naast de winkel in Boechout. Klanten kunnen er hun fiets veilig achterlaten buiten de openingsuren en die na onderhoud of herstelling weer ophalen.



DreamLand



> Sinds 2023

Participatie: 25%

Rebranding en expansie

Colruyt Group houdt een participatie aan van 25% in zijn vroegere geïntegreerde activiteit Dreamland, waarvan het de overige 75% in oktober 2023 verkocht aan Toychamp Holding nv, de grootste speelgoedretailer van de Benelux. Dreamland is ondertussen volledig losgekoppeld van de Colruyt Group-systemen maar maakt als externe partner wel gebruik van het Xtra-getrouwheidsplatform.

Onder de vleugels van sterke partner ToyChamp is Dreamland uitgegroeid tot een gezond en rendabel bedrijf met een zeventigtal vestigingen in België. Begin 2026 openden er vier nieuwe winkels op sites van vroegere Cora-hypermarkten, later volgen er nog drie.

Voortbouwend op de naamsbekendheid en het sterke merkimago, heeft ToyChamp al zijn winkels in België en Nederland omgedoopt tot Dreamland, goed voor bijna honderd sites in totaal. Dat ging gepaard met een nieuw logo en een volledige rebranding van de communicatie en de winkels.

Energie



Virya Energy is een Belgische pionier in duurzame energieoplossingen, resultaat van een strategisch partnerschap tussen Colruyt Group en Korys, de investeringsholding van de familie Colruyt. Het bedrijf opereert over de volledige waardeketen van duurzame energie, van ontwikkeling en bouw tot exploitatie en distributie. Het draagt zo aanzienlijk bij aan de ontwikkeling van innovatieve technologieën en de versnelling van de energietransitie.

Het portfolio van Virya Energy omvat strategische investeringen in onshore wind- en zonne-energie, ontwikkeling van duurzame waterstof, energiedistributie en gespecialiseerde diensten voor de energiesector. Het bedrijf is met meer dan 700 medewerkers actief in meer dan 15 landen in Europa en Azië.

virya
energy

(bedrijf waarin Colruyt Group participeert)

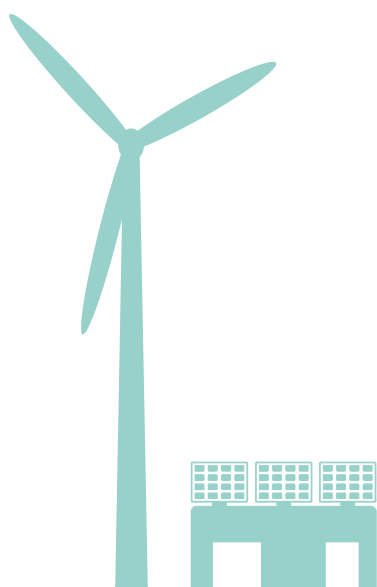


Op koers voor verdere groei

Virya Energy heeft een weloverwogen groeistrategie, met de ambitie om sterk te blijven groeien en in een vijftiental landen *fit for purpose* energie te leveren. Gezien de ontwikkelingsfase van projecten voor hernieuwbare energie meerdere jaren omspant, vereisen die aanzienlijke aanloopinvesteringen voordat ze de commerciële exploitatiefase bereiken en inkomsten beginnen te genereren. Als gevolg daarvan bevindt Virya Energy zich momenteel in een **intensieve investeringsfase**, met een aanzienlijke inzet van kapitaal, beperkte operationele inkomsten en een negatieve contributie. Tegelijk heeft het bedrijf duidelijke **perspectieven op meerwaarde** en rentabiliteit op de lange termijn, naarmate projecten geleidelijk worden afgerond en hun operationele fase ingaan.

Virya Energy beheerde einde boekjaar 0,7 GW geïnstalleerde productiecapaciteit, hoofdzakelijk in windparken. Tegen 2034 wil het evolueren naar **4,3 GW operationele capaciteit** wereldwijd, equivalent van vier kerncentrales. Zonne-installaties zullen drie kwart van de toekomstige capaciteit dekken, windparken het resterende kwart. Om verdere groei te faciliteren voerde Virya Energy een nieuwe organisatiestructuur door, afgestemd op de verschillende markten:

1. **Grid solutions**
2. **Commercial and industrial solutions**
3. **Waterstof**
4. **Retail**



1. Grid solutions - 'in front of the meter'

Virya Energy heeft 30 jaar expertise in de ontwikkeling, bouw en exploitatie van grootschalige energieparken die groene stroom leveren aan de publieke netten. Zo beheert het meer dan **30 onshore windparken** in België, Frankrijk, Polen, Spanje, Portugal en Griekenland. Momenteel wordt er ook ingezet op **repowering** van oudere windparken: de levensduur verlengen met nieuwe onderdelen of de oude turbines vervangen door minder maar grotere exemplaren. Tegelijk mikt Virya Energy op forse expansie in heel Europa en in Azië, met wind- en zonneprojecten van minstens 20 MW in Maleisië, Vietnam, Japan en Thailand.

Nieuw vlaggenschip in Polen

Virya Energy richtte samen met de Europese Bank voor Wederopbouw en Ontwikkeling (EBRD) het platform **Virya Renewables Poland** op. Dat verwierf alle hernieuwbare-energieactiva van de Poolse speler Optima

Wind en zal die verder ontwikkelen. Het platform combineert de eigen en lokale expertise met de financiële kracht van de EBRD en zal focussen op de ontwikkeling, bouw en exploitatie van grootschalige energieprojecten in heel Polen.

- Vlaggenschip is een gigantisch zonnepark van 722 MWp verspreid over drie sites en geconnecteerd met 97 km kabel, volledig vergund en klaar voor constructie vanaf medio 2026. Het grootste zonnepark van het land zal als eerste direct aangesloten zijn op het hoogspanningsnet.
- Het Poolse platform zal naar verwachting het jaarlijkse stroomverbruik van 400.000 Poolse huishoudens dekken en bijna 500.000 ton CO₂-uitstoot vermijden. Het streeft binnen vijf jaar naar een capaciteit van meer dan 1 GW en ziet op termijn potentieel voor een verdubbeling.

2. Commercial & Industrial - 'behind the meter'

Virya Energy ontwikkelt, financiert, bouwt en exploiteert energie-oplossingen op maat van middelgrote industriële klanten. Doorgaans gaat het om zonne-installaties met een vermogen van 1 à 10 MWp op parkeerterreinen of daken, gekoppeld aan batterijen, laadinfrastructuur en een slim energiemanagementsysteem. Een dergelijke geïntegreerde oplossing **verlaagt** de **energiekosten** van de klant en **verhoogt** zijn **energie-autonomie**. Virya Energy neemt de investering op zich, de klant betaalt nadien terug met een deel van de stroomopbrengst.

In Zuidoost Azië verloopt de prospectie en expansie sinds medio 2023 via **Constant Energy**, nu een 100% dochteronderneming. Momenteel zijn er projecten in ontwikkeling in landen als Vietnam, Thailand, Maleisië en Japan. In Europa worden er projecten ontwikkeld in onder meer België, Polen en Frankrijk, waar het eind 2024 overgenomen bedrijf **Sunopée** helemaal geïntegreerd werd.

Slimme energiehub in België

In België realiseerde Virya Energy een project voor een grote brouwerij, met potentieel voor uitbreiding. De slimme energiehub

omvat voor 2 MWp zonne-installaties verspreid over drie sites, een 1,6 MWh batterij en een laadplein met 600 KW-laders voor zware vrachtwagens. Het energiemanagementsysteem optimaliseert het rendement van de installatie, rekening houdend met real time data over autoconsumptie, belasting van het distributienet, marktprijzen enz. Dit project illustreert mooi hoe Virya Energy bedrijven bijstaat in hun **transitie naar hernieuwbare energie**, met oog voor zowel groene ambities als kostenbewustzijn en almaar meer energieonafhankelijkheid.

Expansie in Japan

Met de overname van het platform **BayWa r.e.** versterkte Virya Energy zijn positie in Japan, een van de grootste markten voor hernieuwbare energie in Azië. Het platform is vooral actief in corporate Power Purchase Agreements (PPA's), of het leveren van betrouwbare oplossingen voor industriële klanten. De overname omhelst een portfolio zonneparken van meer dan 60 MW, deels operationeel, deels in ontwikkeling. Het hooggekwalificeerde tienkoppige kernteam blijft aan boord en verankert zo de continuïteit en de lokale expertise.





3. Duurzame waterstof

Virya Energy pioniert al sinds 2007 met de productie, opslag, distributie en het gebruik van groene waterstof, gemaakt op basis van water en hernieuwbare stroom. Het ontwikkelt, financiert en bouwt mee waterstofcentrales op industriële schaal. De waterstof wordt primair al ingezet voor de vergroening van (zwaar) transport en als opslagbuffer voor overtollige groene stroom.

- Virya Energy ondersteunt de ambitie van **Colruyt Group** om zijn **goederentransport** tegen 2030 volledig **emissievrij** te maken. Onder andere via zijn filiaal **DATS 24** baat Virya Energy nu al zes waterstoftankstations uit, terwijl Colruyt Group twee waterstofvrachtwagens test in de dagelijkse praktijk.
- Virya Energy werkt mee aan diverse **internationale projecten** om de waterstofinfrastructuur uit te breiden en het gebruik van waterstof in zwaar transport te bevorderen, zoals H2Benelux, WaterstofNet en H2Haul.
- **Hyoffwind** in Zeebrugge is de eerste industriële fabriek specifiek gewijd aan de productie van groene waterstof in België. De installatie met een startcapaciteit van 25 MW werd gebouwd door een consortium van Virya Energy, Messer en Hyoffgreen. Na testen vanaf het voorjaar van 2026 zal ze in de tweede helft van 2027 volledig operationeel zijn en haar rol spelen in de energietransitie.
- **Vallhyège** is een waterstofproject in Luik, met een productiefaciliteit van 15 MW en drie waterstoftankstations voor vrachtvervoer en binnenvaart. Het project is in handen van een consortium van 9 Belgische partners en moet begin 2028 operationeel zijn.
- Via het **DHYVE**-platform is Virya Energy partner van een groenewaterstofontwikkelaar met projecten in Nederland en Duitsland.



4. Energieretail via DATS 24

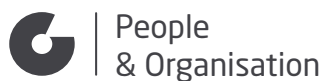
DATS 24 biedt consumenten en bedrijven in België en Luxemburg zowel klassieke als alternatieve brandstoffen en energiebronnen aan. Via het **Xtra-getrouwheidsplatform** van Colruyt Group kunnen klanten extra voordelen genieten.

- Via zijn netwerk van een 150-tal **tankstations** verdeelt DATS 24 benzine, diesel, AdBlue, aardgas (CNG) en HVO-biodiesel voor vrachtwagens. Zowel de verkoopvolumes als de marges hielden goed stand. De shift van diesel naar benzine zette zich door.
- DATS 24 is in België een van de grootste aanbieders van **elektrische laadinfrastructuur** met 100% groene stroom en zet zijn expansie verder. Zowat alle eigen winkels van de groep zijn uitgerust met minstens twee laadpunten, al meer dan 70 Colruyt-winkels hebben een laadplein voor 10 voertuigen.
- DATS 24 levert ook groene stroom en aardgas voor **thuis en op het werk**, zowel in Vlaanderen als in Wallonië.

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.





People&Organisation coördineert en ondersteunt het medewerkersbeleid van Colruyt Group. Meer dan 350 medewerkers (in voltijdsequivalent) zijn actief in loonverwerking, rekrutering, preventie, medische dienst, juridisch advies, sociale relaties, werkvereenvoudiging 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 op hun eigen tempo te werken.

Arbeidsvreugde en betrokkenheid

Mensen maken het verschil. Daarom creëren we een context waarin ze zich ten volle kunnen ontplooiën en arbeidsvreugde ervaren. Dat aspect wordt regelmatig besproken met de leidinggevende en ook structureel opgevolgd met een nieuwe tool. Die laat toe om medewerkers **frequenter te bevragen** en **diepere inzichten te verkrijgen**. Daarmee kunnen de bedrijfsunits en teams aan de slag, om de arbeidsvreugde verder te verhogen. Dat komt dan weer de betrokkenheid van medewerkers bij hun werk en ook de productiviteit ten goede. We zetten de tool ook in voor bevestigingen van nieuwe medewerkers en mensen die de firma verlaten. Op groepsniveau laat de tool toe om de strategische doelstellingen meer meetbaar te maken.

Taaldiversiteit en integratie

We vinden het belangrijk dat iedereen bij ons aan de slag kan en zich thuis voelt. Daarom zetten we structureel in op inclusie en diversiteit, onder meer door te investeren in de taalvaardigheid van (nieuwe) medewerkers. Taal is immers dé hefboom voor integratie in het team, wat meteen ook de culturele diversiteit bevordert en zo de firma uiteindelijk sterker maakt.

- Naast het reguliere aanbod van groeps- en individuele taallessen hebben we ook **specifieke opleidingen** met buddywerking, voor mensen die geen enkele voertaal (goed) machtig zijn. In boekjaar 2025/26 werden er in totaal ruim 900 taaltrajecten opgestart, een investering van 850.000 euro.
- De groep engageerde zich in de **Integratie-alliantie**, een nieuw samenwerkingsverband tussen de Vlaamse overheid en 12 grote ondernemingen. De alliantie zet in op taal en integratie op de werkvloer en wil zo bouwen aan inclusievere werkplekken.
- We hebben extra ingezet op **taaldiversiteit** in onze kantoren. Zo worden mensen uitgenodigd om tijdens meetings of bij het beantwoorden van mails vrij te kiezen uit de drie voertalen (Nederlands, Frans en Engels).
- We vernieuwden ons **diversiteits-dashboard** en werken verder samen

met **gespecialiseerde organisaties** die mensen met een afstand naar de arbeidsmarkt begeleiden.

Blijven leren en ontwikkelen

De groep investeerde afgelopen boekjaar zowat 47 miljoen euro in vorming en opleiding. Daarmee bieden we onze medewerkers heel wat mogelijkheden en kansen om zich verder te ontwikkelen, op persoonlijk en op professioneel vlak. Specifiek om het vakmanschap te versterken van alle collega's die professioneel bezig zijn met opleiding en vorming, hebben we **The Learning Circle** opgericht. Deze community telt meer dan 300 professionals die elkaar inspireren en versterken, zowel inhoudelijk als op het vlak van leervormen en didactiek.

Aanwervingen in dalende lijn

De personeelsdienst heeft het voorbije boekjaar beduidend minder vacatures opengezet, deels als gevolg van verdere digitalisering en productiviteitswinsten gerealiseerd in tal van vereenvoudigingsprojecten. De dienst begeleidde mee de stopzetting van de Franse retailactiviteit Colruyt Prix Qualité (met een 700-tal ontslagen), alsook de daaruit voortvloeiende verschuivingen op de hoofdzetel in België.

Colruyt Group IT ondersteunt de groep op het vlak van IT en procesoptimalisatie, neemt bij businessprojecten alle technologische facetten op zich en zorgt voor de implementatie van 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 partners.

Colruyt Group IT telt meer dan 1.800 medewerkers (in voltijdsequivalenten), waarvan meer dan 750 in Colruyt Group India.

Dankzij de afdeling Data & Analyse, die vanaf oktober 2025 in IT is ondergebracht, biedt IT de business één aanspreekpunt voor rapportering, analyse en applicaties.



Duurzaamheid troef

In lijn met de duurzaamheidsambities van de groep werkt ook IT aan een lagere ecologische voetafdruk.

- De zelf ontworpen en gebouwde **datacenters** blinken uit in energie-efficiëntie, met een goede PUE-waarde van 1,35. Ze draaien volledig op lokaal opgewekte groene stroom en behoeven alleen op de warmste dagen actieve koeling. 's Winters wordt de warmte van de servers gebruikt voor kantoorverwarming.
- In de winkels zorgt lokale dataopslag via **edge-computing** voor een energiezuinige werking van kassa's en systemen.
- We zetten in op het verminderen van de broeikasgasemissies en vinden een goede balans tussen edge, cloud en datacenters.
- Verder: duurzame, energiezuinige servers; screening van leveranciers op duurzaamheids-criteria; hergebruik, herstelling of recyclage van hardware; inzet van technologie en data om bedrijfsprocessen duurzamer te maken; digitale oplossingen die klanten en medewerkers in staat stellen om duurzamere keuzes te maken.

Van eigen ontwikkeling naar standaardpakketten

- De firma heeft tientallen jaren expertise in het ontwikkelen van software afgestemd op de eigenheid van het bedrijf. Door toegenomen complexiteit en razendsnelle technologische evoluties is het echter niet meer haalbaar om alles zelf ontwikkelen.
- Daarom wordt er voor alle courante bedrijfsprocessen overgeschakeld op standaardpakketten, een proces dat volop bezig is. Recent werden er pakketten in gebruik genomen voor o.a. personeelsplanning, agendabeheer en samenwerking, alsook een ERP-systeem voor de productieafdelingen.
- Zo verschuift de rol van IT van softwareontwikkelaar naar **integrator van pakketten**. Er worden enkel nog eigen applicaties ingezet voor onderscheidende processen, zoals prijszetting of de planningen van logistiek en winkelbezetting.

AI vereenvoudigt businessprocessen

India garandeert continuïteit

Colruyt Group India staat onder meer in voor het onderhoud van hard- en software en garandeert zo de continuïteit van cruciale systemen en applicaties. India verzekert ook ondersteunende diensten en bemant bijvoorbeeld mee de IT-helpdesk. De afdelingen in België en in India zetten in op **global teams** met gemeenschappelijke competenties en profielen, wat de beschikbaarheid en de flexibiliteit bevordert. De aanwezigheid in India blijft een grote troef om de schaarste aan IT-medewerkers in België op te vangen.



Volop integratie van AI

- AI versnelt tal van **IT-processen**, wat bijvoorbeeld een serieuze tijdswinst oplevert bij softwareontwikkeling en -testing.
- AI vereenvoudigt **business-processen**, zoals het verwerken van kwaliteitsklachten of het opmaken van verkooprapporten.
- AI wordt volop ingezet in de **winkelpraktijk**, zoals bij de slimme winkelkar en de easy check-out in de Colruyt-winkels of de slimme koelkasten in de selfservicewinkel Okay Direct.



Het beste van drie werelden

Myreas werd in 2020 opgericht als spin-off binnen Colruyt Group, met als missie het verder uitbouwen van het vakmanschap in enterprise architectuur en programma-management. Myreas begeleidt sindsdien de strategische transformatieprogramma's van de groep, waarvan er een aantal ondertussen de maturiteitsfase hebben bereikt.

➤ Sinds 2020



Participatie: 85%

Sinds 2024 werkt Myreas ook voor externe klanten, waaronder overheden, ziekenhuizen, havens en bedrijven uit de energie- en de banksector. Met een tachtigtal (senior) medewerkers behoort het in België tot de grootste nichespelers in **strategische consulting**, **enterprise architectuur** en **transformation management**, met uitzonderlijke scores in klanttevredenheid.

Myreas realiseert ongeveer een kwart van zijn omzet buiten de groep en wil dat aandeel binnen drie jaar met een honderdtal medewerkers optrekken naar de helft. Daartoe zoekt het partnerships met andere consultantspecialisten om de klanten een totaalaanpak te kunnen bieden.

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 duurzame technieken zoals zonnepanelen en warmterecuperatie, meubilair, inheemse groenvoorziening enz.

De afdeling staat ook in voor de (energetische) renovatie van het winkelpark van de groep, die tegen 2030 afgerond zal zijn.

Real Estate ontwikkelt daarnaast vastgoedoplossingen voor solvabele retailbedrijven en verhuurt vastgoed aan particuliere en corporate klanten. Het wil 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 met het strikte wetgevend kader voor het bekomen van vergunningen.



Herontwikkeling Makro-sites in volle gang

Begin 2025 nam Real Estate samen met de Belgische projectontwikkelaar LCV Real Estate elf winkelsites over van Metro/Makro. Vijf daarvan werden doorverkocht, de zes overige zijn in verschillende fases van herontwikkeling. Doel is om die kwalitatief en duurzaam te ontwikkelen en te rentabiliseren via verhuur of verkoop aan diverse doelgroepen (retail, kmo, kantoor, residentieel...).

- In **Machelen** bij Vilvoorde opende einde boekjaar een nieuwe vestiging van Colruyt Professionals.
- In het Luikse **Alleur** opent er in de tweede jaarhelft eveneens een nieuwe Colruyt Professionals. De site zal ook plaats bieden aan kmo's, kantoren en retail.
- De overige vier sites worden tijdelijk verhuurd aan derden, waaronder ook retailers, in afwachting van een definitieve verbouwing of nieuwbouw.

Onder één dak

Real Estate ontwikkelde diverse combisites waar meerdere merken van de groep vertegenwoordigd zijn, soms aangevuld met een externe huurder.

- De site Oostkamp opende in april 2026, met **Colruyt**, **Collect&Go**, **Jims**, **Colruyt Group Academy** en ook een doe-het-zelfwinkel.
- In Halle komt er een nieuwbouw met een **Jims**-fitness op de verdieping en een gelijkvloerse doe-het-zelfwinkel.
- Een achttal vroegere Match-winkels werd of wordt verbouwd tot **Okay**-buurtsupermarkt met een **Bon'Ap**-maaltijdwinkel (vier shop-in-shop en vier aanpalend).



Energie-infrastructuur

Real Estate begeleidt de aanleg van energie-infrastructuur voor de groep, vaak in samenwerking met de energieholding Virya Energy.

- Op de hoofdzetel in Halle komt er een **batterij** met een capaciteit van liefst **2.000 KWh**. Die kan overtollige groene stroom opslaan, vrijgeven voor gebruik in de kantoren en op het laadplein en voor het stabiliseren van het net.
- Tegen eind 2026 zullen alle **winkels** van Colruyt, Okay en Bio-Planet een **laadplein** hebben, ter beschikking van klanten en buurtbewoners. De nieuwste generatie telt zes snel- en vier traagladings.
- Onze logistieke sites in Halle en Ollignies krijgen elk een nieuw **waterstof-tankstation** en een **laadplein** waar zware vrachtwagens op amper een kwartier kunnen volladen.



Expertise in stadsontwikkeling

- Real Estate speelt een sleutelrol in de strategie van de groep om te groeien in stedelijke omgevingen. De jongste jaren werden er tal van projecten opgeleverd, zowel individuele winkels als gemengde projecten.
- Een gemengd project met bijvoorbeeld appartementen boven de winkel kan helpen om de nodige **vergunningen** rond te krijgen en genereert bovendien extra **inkomsten** voor de groep.
- Onze stadsprojecten dragen ook vaak bij aan de **opwaardering** van de ruimere buurt. Zo werden heel wat verouderde Match-winkels na de overname door Colruyt Group grondig verbouwd volgens marktconforme standaarden.
- In Gent Hoogpoort opent op de plaats van een verouderde supermarkt in het najaar van 2026 een combisite, met Okay City inclusief een afdeling van Bio-Planet, Jims en luxe appartementen.
- Ten slotte is er **maatschappelijke meerwaarde**, zoals in het toekomstige project in Haren. Dat combineert een grote Colruyt-winkel met zes buurtwinkels, drie productieateliers en 88 koopwoningen in opdracht van de Brusselse ontwikkelingsmaatschappij Citydev.

Colruyt Group Technics is in België en Luxemburg verantwoordelijk voor fleet, voor automatisaties en voor industriële installaties zoals de koffiebrandery, de kaas- en de vleesverwerking en de bakkenwas.

Daarnaast huisvest Technics ook ondersteunende diensten voor de hele groep zoals Facility, Beveiliging en Diefstalpreventie. Ruim 850 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.



Innovaties in de prijzen

Technics ontwikkelde meerdere baanbrekende innovaties die ondertussen volop in de praktijk getest of uitgerold worden.

- De **Smart Cart** of slimme winkelkar heeft een tablet waarmee klanten hun aankopen zelf scannen en afrekenen. Deze Belgische primeur zorgt voor een totaal andere winkelbeleving en brengt meer efficiëntie in het winkelproces. Medio 2026 in test in drie Colruyt-winkels en winnaar in de categorie Checkout – Smart Store van de toonaangevende RETA Awards 2026.
- De **Easy check-out** is uitgerust met AI en een camera boven de kassa, die de producten registreert en het scannen ervan tot een vijfde sneller laat lopen. Goed voor een vlottere kassabeleving, meer ergonomisch werk en minder kassa-uren. Het systeem won een RETA-award 2024 en een zilveren Henry van de Velde Award 2026 en zal tegen eind 2026 geïnstalleerd zijn in ruim 270 Colruyt-winkels.



Hoge zichtbaarheid op STEM-events

Gezien de blijvende schaarste aan technische profielen investeert Technics in extra zichtbaarheid via deelname aan populaire events rond wetenschap en techniek (STEM). Doel: Technics sterker positioneren als aantrekkelijk bedrijf voor technisch talent.

- Vast partnership met het vierdaagse **Nerdland Festival** rond wetenschap en technologie, dat in 2025 25.000 bezoekers trok. Technics werd met dezelfde stand uitgenodigd op het **I Love Science Festival** in Brussel en op het filmfestival **Scienceville** in Leuven.
- Vast partnership met de **Solar Olympiade**, een nationale wedstrijd waarin 600 scholieren in 150 teams een zonnewagen of zonne-gadget ontwerpen, bouwen en presenteren. De finaledag vond in mei 2026 opnieuw plaats op het hoofdkantoor in Halle.



Emissievrij transport tegen 2030

Technics zet volop in op de verdere elektrificatie van de vloot firmawagens en op de transitie naar volledig emissievrij goederentransport met eigen rollend materieel tegen 2030. De groep heeft de ambitie om ook het transport door externe firma's tegen 2035 volledig emissievrij te maken.

- Firmawagens, dienstwagens en bestelwagens worden in snel tempo geëlektrificeerd.
- Meer dan 20 batterij-elektrische vrachtwagens operationeel en vier 44-tons trekkers in bestelling.
- 2 waterstof-elektrische trucks operationeel, 4 bijkomende waterstofvoertuigen in bestelling.
- De overige dieselvrachtwagens schakelden medio 2025 over naar HVO100, een fossielvrij alternatief voor diesel dat minder CO₂ uitstoot.

Brug tussen onderwijs en werkveld

De Technische School biedt vaste medewerkers kansen om zich bij te scholen en leidt ook instromers met weinig of geen technische bagage op. Kandidaten volgen een jaartraject waarin technische kennis, veiligheid, samenwerking en tweetaligheid centraal staan. Een externe partner voorziet gratis praktijkgerichte taalcoaching, zodat de deelnemers taalvaardiger en zelfstandiger worden en veilig kunnen functioneren op de werkvloer.

Sinds begin 2026 gebruikt het Gemeenschapsonderwijs (GO!) **digitale lesmodules** ontwikkeld in de Technische School. De e-learnings in o.a. pneumatica, elektromotoren en robotica werden door de onderwijsexperten inhoudelijk én pedagogisch zo sterk bevonden dat ze nu beschikbaar zijn in alle technische GO!-scholen in Vlaanderen. Technics is fier dat het kan bijdragen aan een sterker STEM-onderwijs en actief de brug slaan tussen onderwijs en het werkveld.



Symeta Hybrid is de Belgische marktleider in de creatie en verzending van gepersonaliseerde communicatie, zowel commercieel als transactioneel van aard. 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 elkaars 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**



Minder omzet, betere rentabiliteit

Symeta Hybrid noteerde een lichte omzetzak, vooral als gevolg van afnemende volumes commercieel drukwerk voor de interne partners. Zo verminderde Colruyt de oplages en het aantal pagina's van zijn tweewekelijkse folders, kaderend in de evolutie naar gerichtere marketingcommunicatie. Het wegvallen van de folder van de (verkochte) speelgoedwinkel Dreamland werd deels gecompenseerd door extra drukwerk voor interne partner Comarkt. In de transactionele communicatie bleef de omzet ongeveer stabiel en verlengden diverse federale overheidsdiensten hun contract.

Het bedrijf kon zijn **rentabiliteit opkrikken**, onder meer door hard te werken aan de productiviteit en nieuwe partnerships af te sluiten met industriële spelers uit de sector. Met het binnentrekken van extra productievolumes kon/kan de productiecapaciteit optimaler benut worden. Dat gaat dan over ruilovereenkomsten maar ook bijvoorbeeld over noodgevalen. Zo nam Symeta Hybrid na een brand bij een concurrerend bedrijf tijdelijk een deel van de productie over. Een mooie illustratie van de capaciteit, credibiliteit en flexibiliteit die het in huis heeft.

Symeta Hybrid gaat nog meer focussen op de externe markt en zich sterker profileren als **one-stop-shop** voor (digitale) communicatie. Doel is om de omzetverdeling te laten evolueren van 50/50 naar een verhouding 40 intern en 60 extern.

Van Print 1st naar Digital 1st

Geconfronteerd met de aanhoudende daling van de markt voor gedrukte documenten, heeft Symeta Hybrid proactief zijn 'Print 1st'-model doorontwikkeld naar 'Digital 1st'. Daarbij positioneert het bedrijf zich als **orchestrator van communicatiekanalen**, wat beantwoordt aan de verwachtingen van zijn zakelijke klanten om een meer digitale relatie te onderhouden met hun eindklanten.

Symeta Hybrid beschikt daarvoor over een cloudplatform dat de volledige communicatiecyclus automatiseert: van data-invoer en documentcreatie tot distributie, archivering en rapportering. Het platform ondersteunt alle formaten en kanalen, waaronder e-mail, sms, print, Doccle en Peppol en verwerkt per maand meer dan 3,5 miljoen documenten.