



XTRA

Xtra a vu le jour en 2017 sous la forme d'une app et d'une carte client commune aux magasins et webshops du groupe. Depuis cette date, Xtra a évolué pour devenir un assistant personnel numérique.

◦ **1,4 million** de téléchargements de l'app



4,2 millions de clients Xtra
Plus de **500.000** utilisateurs de la fonction de paiement



monxtra.be

Une offre de services variée

- Attribution automatique de l'ensemble des avantages pendant les courses en magasin et en ligne
- Prise de carburant en toute simplicité chez DATS 24, paiement par domiciliation bancaire
- Gestion des données personnelles, des dépliants et des newsletters
- Aperçu des dépenses par ticket de caisse, par mois, par groupe de produits...
- Scanner de codes-barres pour l'affichage d'informations sur les produits (ingrédients, Éco-score, Nutri-Score...)
- Listes de courses, triées selon l'agencement du magasin
- Guide du magasin, préférences alimentaires, certificats de garantie et vouchers...



Points d'épargne pour l'environnement

L'app Xtra comprend également le programme d'épargne Éco-score de Colruyt Group. Les clients qui achètent des produits arborant un Éco-score A ou B épargnent automatiquement des points dans leur app. Ils peuvent ensuite utiliser ces points pour appuyer un projet environnemental local ou prendre part à un atelier de la Colruyt Group Academy.



Nouvelles étapes pour l'app

Parallèlement au nouveau **site web Xtra**, la nouvelle version de l'app Xtra a été dotée de nouvelles fonctionnalités majeures dès son lancement en septembre 2022.

- Intégration de l'app **MyColruyt**, de l'app **Collect&Go** et du webshop **newpharma.be**.
- Intégration facilitée de la **fonction de paiement**.
- **Authentification multifactorielle** pour une sécurité renforcée.
- **Paiement mobile avec Xtra**. Les clients présentent leur code QR Xtra à la caisse et confirment le montant sans devoir passer par le terminal de paiement. Cette fonctionnalité garantit un passage plus fluide et une diminution de la charge de travail à la caisse.
- **Ticket de caisse numérique**, dans un premier temps en supplément du ticket de caisse, puis comme seule et unique option.
- **Vente de médias** : espaces publicitaires à la disposition des partenaires internes et externes.



Suite du programme pour le deuxième semestre de 2023 :

- **Chargement mobile** de véhicules électriques chez DATS 24.
- **Recettes** à paraître dans l'app, conversion aisée des listes des courses en commandes chez Collect&Go.



Collecte de données

Xtra fournit à Colruyt Group des informations sur le comportement d'achat et les besoins des clients. Ces informations permettent à nos formules de magasin de servir plus efficacement chaque client individuellement en lui proposant des offres adaptées, des dépliants et une communication sur mesure. Par ailleurs, de nouvelles données peuvent se révéler utiles pour ajuster les assortiments des magasins ou déterminer de nouveaux lieux d'implantation.

Les données à caractère personnel et les données d'achat sont conservées dans des bases de données distinctes à accès limité, en totale conformité à la législation RGPD. Nous traitons les données de manière strictement confidentielle et ne les revendons pas à des tiers.



Basculement de la carte vers l'app

Diverses campagnes intensives invitent au téléchargement et à l'utilisation de l'app Xtra. Dans le cadre de nouvelles demandes, huit fois plus de clients en moyenne optent pour l'app plutôt que pour la carte classique.



Répartition géographique du chiffre d'affaires



Activités

Les activités opérationnelles de Colruyt Group sont réparties entre le commerce de détail, le commerce de gros, le foodservice, les autres activités et les activités d'appui du groupe. Les formules de magasins du commerce de détail ainsi que les livraisons aux indépendants (commerce de gros) et aux clients professionnels dans le secteur du foodservice constituent l'essentiel de nos activités commerciales. DATS 24, Symeta Hybrid et notre participation dans Virya Energy sont repris sous « Autres activités ».

Commerce de détail

80,9%

du chiffre d'affaires du groupe

EUR 8.750 millions

colruyt meilleurs prix



Collect&Go



COLEX

colruyt
prix · qualité



Bike
REPUBLIC

jims



PointCarré

THE FASHION STORE

newpharma

Participations



MyComfort24
linge de corps · lit · bain · en très bien



R&B BINETTO

Scallog

Commerce de gros et Foodservice

10,7%

du chiffre d'affaires du groupe

EUR 1.161 millions

Belgique Commerce de gros

RETAIL PARTNERS
COLRUYTGROUP



France Commerce de gros



Belgique Foodservice



Autres activités

8,4%

du chiffre d'affaires du groupe

EUR 908 millions

DATS 24

Symeta Hybrid

Participations

virya
energy



ALIMENTATION

SANTÉ
& BIEN-ÊTRE

NON-FOOD

ÉNERGIE

colruyt meilleurs prix

Colruyt Meilleurs Prix s'adresse essentiellement aux familles sensibles aux prix durant leurs achats hebdomadaires. Il s'agit également de la formule idéale pour les professionnels, associations et familles qui effectuent des achats efficaces en grandes quantités. Colruyt propose un vaste assortiment, une boucherie et un espace fraîcheur particulièrement bien achalandés. Chaque jour, la chaîne de magasins garantit à ses clients les meilleurs prix pour les marques nationales comme pour les marques maison Boni Selection et Everyday. Un concurrent des environs pratique un prix inférieur ? Colruyt baisse immédiatement son prix. Par ailleurs, la formule de magasins propose ses propres promotions et réagit à toutes les promotions de ses concurrents, tant au niveau national que régional. Colruyt accorde une grande importance à la simplicité, à l'efficacité et à la serviabilité.

 1976 EUR 6.436 millions de chiffre d'affaires (+ 6,9 %) 253 magasins en Belgique et
6 au Grand-Duché de Luxembourg 1.700 m² de surface commerciale moyenne 10.500 références en food et 7.500 en non-food Plus de 15.400 collaborateurs en ÉTP Meilleurs Prix colruyt.be / colruyt.lu

Augmentation du chiffre d'affaires et des parts de marché

- Durant le dernier exercice, Colruyt Meilleurs Prix a enregistré une hausse significative de son chiffre d'affaires, hausse portée pour l'essentiel par l'inflation alimentaire et l'afflux de nouveaux clients. Durant le premier semestre, le chiffre d'affaires porté par l'inflation a de surcroît été influencé par la pression promotionnelle, qui s'est quelque peu relâchée par la suite. Les ventes estivales se sont révélées plutôt modérées, notamment en raison des départs en vacances des familles. La compétition mondiale de football qui s'est tenue en novembre et en décembre a généré un léger chiffre d'affaires supplémentaire. Les ventes de fin d'année ont remporté un franc succès, car les familles ont généralement passé les fêtes à leur domicile et ont trouvé chez Colruyt plus facilement que jamais toute l'inspiration nécessaire pour un menu à petit budget.
- Sur un marché belge du détail en contraction, Colruyt a par ailleurs accusé un recul, quoique relativement moins net, de ses volumes de vente. Les clients se sont rendus en magasin plus fréquemment, mais y ont effectué des courses de moindre ampleur tout en privilégiant les marques maison meilleur marché au détriment des marques nationales.
- En raison de la forte hausse des prix de l'énergie et des denrées alimentaires, les consommateurs sont devenus plus sensibles aux prix. Dans un contexte d'inflation alimentaire persistante, Colruyt est parvenu à attirer bon nombre de nouveaux clients dès l'automne 2022, ce qui a profité aux parts de marché.
- Colruyt a pu tenir sa promesse et garantir les meilleurs prix à ses consommateurs en permanence. L'augmentation des coûts liés aux achats, à l'énergie et aux salaires notamment n'a pas été intégralement répercutée dans les prix de vente, entraînant un léger recul des marges.
- Colruyt poursuit invariablement son extension à travers l'ouverture d'un ou deux nouveaux point(s) de vente et la rénovation d'une douzaine de magasins chaque année, rénovation qui s'accompagne généralement d'un élargissement de la surface de vente.



- 4 nouveaux magasins en Belgique et 1 au Grand-Duché de Luxembourg
- 12 rénovations

meilleurs prix

Les meilleurs prix, pour chaque produit, à chaque instant. Telle est la promesse que Colruyt Meilleurs Prix continue d'honorer depuis 50 ans en Belgique et au Grand-Duché de Luxembourg, y compris en des circonstances plus difficiles. Dans la foulée de la hausse des prix des matières premières, de l'énergie, des emballages et du transport durant le dernier exercice, les négociations annuelles avec les fournisseurs se sont révélées particulièrement délicates. Colruyt a pris le temps de mener des entretiens constructifs permettant d'élaborer des solutions acceptables pour toutes les parties, en prenant soin de garantir à la fois les meilleurs prix et la durabilité des relations avec les fournisseurs.

Colruyt continue de se profiler comme le **défenseur du pouvoir d'achat** des consommateurs. Si le distributeur garantit déjà les meilleurs prix tout au long de l'année, il aide également ses clients à surveiller leur budget de bien d'autres manières. Ainsi, la campagne « Achetons malin » propose de judicieux conseils permettant aux clients de préparer efficacement leurs courses, de comparer les actions et les emballages ou encore de combiner marques maison et marques nationales.

Dans son enquête annuelle sur les prix, l'organisation de défense des consommateurs Test-Achats a confirmé que Colruyt Meilleurs Prix demeurait la chaîne de supermarchés la moins chère de Belgique.

Colruyt réalise sa garantie des meilleurs prix notamment grâce à d'avantageuses conditions d'achat négociées avec les fournisseurs et à son appartenance à l'alliance d'achat européenne AgeCore.





Affichage simplifié des prix

En mai 2022, Colruyt a simplifié l'affichage de ses prix, à la fois sur papier, en ligne et sur les étiquettes de prix électroniques des rayons. Tous les prix sont désormais indiqués en lettres noires sur fond blanc, y compris les prix réduits en réaction à la concurrence. Les promotions sont affichées en rouge et assorties de la mention « Action ». Les clients voient ainsi se renforcer la certitude qu'ils peuvent non seulement compter sur les meilleurs prix, mais aussi sur des réductions additionnelles.

Cet affichage simplifié du prix se conformait par ailleurs d'emblée à la nouvelle législation européenne, d'application en Belgique depuis juin 2022.



Créneau du segment B2B

Colruyt compte de nombreux clients professionnels, comme les entreprises du secteur de l'Horeca et les revendeurs. Grâce à leur carte client, ils peuvent bénéficier des prix de gros dans l'ensemble des magasins Colruyt et dans deux magasins **Colruyt Professionals** dédiés. À présent que les deux magasins bruxellois sont sur les rails, Colruyt entend déployer le concept de Cash&Carry dans d'autres grandes villes.

Le service de commerce de gros a acquis un nouveau progiciel CRM, qui simplifie la communication des collaborateurs et leur permet surtout de servir leurs clients et prospects de manière plus efficace et plus proactive.



Réduction optimale des coûts

Colruyt honore sa promesse des meilleurs prix par son travail efficace et sa recherche constante des coûts les plus faibles, qui se traduisent notamment par un aménagement sobre des magasins, des surgélateurs-coffres peu énergivores ou encore des camions à pleine charge. D'intenses efforts supplémentaires ont été déployés cette année.

- Les célèbres **rideaux** ont retrouvé leur place aux accès de l'espace réfrigéré dans la foulée de l'augmentation des coûts de l'énergie. Cette mesure représente une économie annuelle de 2,3 millions d'euros sur la facture d'énergie.
- Des innovations techniques ont été testées pour la première fois, avec à la clé des **gains de temps significatifs**, notamment à la caisse grâce à l'Easy Check-out et en magasin grâce au Product Finder.
- Il a été mis un terme à la distribution du **courrier** papier aux collaborateurs en magasin qui peuvent désormais consulter l'ensemble des communications sur leur smartphone personnel. Cette mesure permet au groupe de réaliser une économie annuelle de 273.000 euros.

Tableau d'honneur

- Première place des rapports d'été et d'hiver 2022 de GfK
- Retailer of the Year 2022 dans la catégorie Hypermarchés et Supermarchés
- Best Brands Award 2022 dans la catégorie Best Retail Food Brand
- Première place de l'étude Advantage Insights 2022, qui porte sur les relations entre fournisseurs et distributeurs.

Quand l'efficacité rejoint l'ergonomie

Dans un monde en mutation, Colruyt Group accorde non seulement une importance majeure à la polyvalence, mais aussi au travail dans la joie et un environnement sain. Pour cette raison, Colruyt intensifie ses investissements dans les technologies qui rendent le travail en magasin à la fois plus efficace et plus agréable. Ainsi, de nouvelles fonctionnalités sont ajoutées en permanence au smartphone personnel. Cet outil permet aux collaborateurs d'éviter d'innombrables allers-retours, de venir rapidement en aide aux clients et de communiquer aisément avec leurs collègues et les services centraux.

Temps de recherche réduit

Jusqu'à une heure et demie de temps gagné chaque jour dans la mise en rayon de produits, voilà le tour de force rendu possible par l'application **Product Finder**, qui établit une connexion entre le smartphone de chacun des collaborateurs et les étiquettes de prix électroniques. Une fois le produit scanné, l'étiquette de prix s'illumine, indiquant aussitôt son emplacement dans le rayon. Un temps de recherche réduit qui facilite significativement le quotidien des collaborateurs en magasin. Colruyt a commencé à tester cette technologie de conception maison fin 2022 et en prévoit le déploiement dans l'ensemble de ses magasins durant le second semestre de l'année 2023.



Passage en caisse plus rapide

Installé au-dessus des caisses, le système de caméra intelligente **Easy Check-out** scanne automatiquement tous les produits dotés d'un code-barres. Les collaborateurs de caisse n'ont dès lors plus besoin de lecteur de codes-barres manuel et peuvent saisir les produits des deux mains. Cette nouvelle méthode de travail permet d'augmenter jusqu'à 20% la cadence du processus de caisse tout en profitant à l'ergonomie. Ce système maison est testé depuis février 2023 et sera installé dans 60 magasins dans un premier temps.



Travail préservant le dos

En collaboration avec la start-up belge **SpineWise**, une nouvelle technologie a été mise sur le banc d'essai afin d'encourager les collaborateurs en magasin à travailler de manière plus ergonomique. Des capteurs disposés sur la tenue de travail émettent un signal vibratoire lorsque les collaborateurs adoptent une position de travail trop contraignante, les invitant ainsi à corriger leur posture. Des tests menés dans deux magasins ont mis en lumière une réduction de quelque 30% des mouvements dorsaux contraignants.



Assortiment vivant

Colruyt ajuste ses assortiments en permanence afin de répondre aux besoins fluctuants de ses clients.

Un nombre accru de produits provient de **filières agricoles belges** plus durables, particulièrement attentives au bien-être animal, à la santé des sols, à la biodiversité, etc. Nous collaborons avec 330 éleveurs de vaches laitières, 185 éleveurs de bœufs, 17 éleveurs de poulets, 17 cultivateurs de pommes de terre, 6 éleveurs de porcs bio, 3 fruiticulteurs... Nous achetons nos produits indirectement auprès de quelque 6.000 entreprises agricoles belges.

Pratiquement tous les magasins disposent à présent d'un rayon **parapharmacie** proposant notamment des produits de premiers secours, de soins de la peau et contre le rhume. Les clients savent désormais où trouver le rayon, composé sous les conseils avisés de notre pharmacie en ligne Newpharma.



Avec 35 nouvelles références, Colruyt propose d'ores et déjà une centaine de substituts **sans alcool**. Les volumes de vente des boissons non alcoolisées augmentent d'année en année, essentiellement dans les bières, suivies par les apéritifs, les mocktails prêts à consommer et les digestifs.

Nous proposons plus de 120 produits **végétariens** et quelque 80 substituts de produits laitiers végétaux. Colruyt est le partenaire privilégié du Veggie Challenge et inspire ses clients notamment grâce à plus de 2.800 recettes végétariennes.

Une vingtaine de produits **halal** a été introduite dans tout autant de magasins urbains.

Entrepreneuriat durable

À l'avant-garde du poulet bien-être

Les premiers produits issus de « poulets bien-être » ont été commercialisés mi-2022 et, en octobre, nous avons lancé en collaboration avec 17 éleveurs belges une filière maison pour le poulet bien-être, de l'œuf à l'assiette. Cette filière répond aux normes les plus strictes en matière de bien-être : les poulets vivent plus longtemps, bénéficient de 40% d'espace supplémentaire, d'un éclairage naturel, etc. Par ailleurs, les poussins proviennent des poulaillers où ont été pondus les œufs, ce qui évite le stress lié au transport.



Solidarité avec les éleveurs de volaille

En lançant les « œufs solidaires », nous avons donné un coup de pouce aux éleveurs de volaille astreints à l'obligation de confinement, qui les contraint à maintenir à l'intérieur leurs poules élevées en plein air et à proposer leurs œufs sous l'appellation d'œufs de poules élevées au sol. Colruyt et Okay ont acheté ces œufs au prix des œufs de poules élevées en plein air en y incorporant une indemnité pour les éleveurs de volaille concernés.

Contribution à la mobilité partagée

Les plateformes de partage **Poppy** et **Cambio** proposent des voitures et des vélos cargos sur le parking de certains magasins Colruyt urbains. Une solution de mobilité pratique pour les clients citadins ne possédant pas de véhicule et désireux d'effectuer des achats plus volumineux. Les voitures sont plus fréquemment utilisées que la moyenne, essentiellement par les riverains et les clients Colruyt, mais aussi par des collaborateurs.

Trio gagnant

- Dans sa nouvelle mouture, le **dépliant inspiration** bihebdomadaire s'articule désormais autour de deux menus de la semaine, une valeur sûre particulièrement appréciée.



- Après une longue interruption coïncidant avec la période de pandémie de coronavirus, les **dégustations** tant appréciées du public ont fait leur grand retour mi-2022.
- 30 personnes ont eu la chance de remporter un **pull Colruyt** à l'occasion d'un concours ludique organisé sur les réseaux sociaux et qui a suscité une interaction et une attention sans précédent.



Collect&Go



Collect&Go est le leader sur le marché belge de l'alimentation en ligne depuis plus de 20 ans déjà. Les clients réservent sur le site web ou l'app des articles des assortiments de Colruyt et de Bio-Planet. Les collaborateurs des magasins et des e-centres de distribution de Londerzeel et d'Erpe-Mere préparent les réservations en sélectionnant avec soin les meilleurs produits. Les clients qui effectuent leur réservation avant minuit, peuvent retirer leurs courses le lendemain dans plus de 220 points d'enlèvement rattachés à un magasin Colruyt, Okay, Bio-Planet, ou autonomes. Le service de courses en ligne est synonyme de qualité, de fiabilité, de savoir-faire et de service personnalisé.

° 2000



226 points d'enlèvement en Belgique et au Grand-Duché de Luxembourg



Plus de 550 collaborateurs en ÉTP



Nous faisons les courses pour vous



collectandgo.be

Un modèle économique durable

- Sur un marché du commerce en ligne sous pression, le leader du marché Collect&Go est parvenu à démontrer toute la rentabilité et la **durabilité** de son modèle économique. Même après la pandémie, le chiffre d'affaires s'est maintenu à un niveau supérieur pour plus de moitié à son niveau antérieur au Covid.
- Le panier moyen a poursuivi tout au long de l'exercice une croissance analogue à l'inflation galopante. Les produits aux démarques attrayantes ont également été commandés en plus grandes quantités. Avec quelque 25.000 commandes, le 23 décembre a été une nouvelle fois une journée record.
- Le nombre de clients actifs est resté stable, tout comme le nombre de clients qui effectue uniquement ses achats en ligne auprès de notre groupe. Seule la fréquence des commandes a accusé une baisse, puisque les clients ont davantage combiné leurs achats en ligne avec des achats en magasin plus fréquents.
- Début 2023 ont été introduits les **frais de service variables**, qui prévoient une augmentation d'un euro pour les enlèvements et les livraisons opérés durant les heures pleines. Cette mesure visant à répartir plus efficacement la charge de travail tout en maintenant un haut niveau de service a répondu aux attentes. De nombreuses et intéressantes actions permettent toujours aux clients de bénéficier de la gratuité des frais de service.
- Afin d'élargir la base de sa clientèle et de renforcer sa fidélité, Collect&Go entend **diversifier** progressivement son offre en proposant davantage de services parallèlement aux grosses courses hebdomadaires. Ainsi, les colis-repas proposés par notre partenaire Foodbag pourront être retirés chez Collect&Go également à partir de mi-2023.



Extension de la livraison à domicile

Parallèlement à son réseau d'enlèvement très bien développé, Collect&Go propose un service de livraison à domicile, assuré tantôt par ses propres livreurs, tantôt par des personnes privées (appelées « drivers »). Ainsi, l'enseigne dessert d'ores et déjà un bon tiers des ménages belges.

- La **livraison à domicile assurée par des livreurs Collect&Go** est disponible depuis mi-2022 à Bruxelles et à Anvers, et alentour. Le service dessert une multitude de nouveaux clients, dont près de la moitié n'avait jamais passé commande auparavant. Les commandes sont préparées dans le centre de distribution de Londerzeel. En raison de la forte demande, Collect&Go renforce progressivement son service à travers une politique de commande adaptée afin d'améliorer la rentabilité de l'ensemble et de maintenir la qualité de ses prestations, son éternel différenciateur.
- La plateforme de partage officielle **Drivers** permet aux particuliers de retirer des courses dans un point d'enlèvement Collect&Go pour les livrer directement chez un client résidant dans leur voisinage, qui rétribue le livreur à concurrence de 7 euros. Le service compte désormais quelque 2.000 livreurs actifs et est disponible dans une soixantaine de points d'enlèvement situés dans des villes de taille intermédiaire.



Deuxième point d'enlèvement Walk-in

Après Ixelles, la commune de Saint-Gilles accueille à présent elle aussi un point d'enlèvement, deuxième du genre, adapté à un public citadin qui vient retirer ses courses à pied, à vélo ou à trottinette. Sur une surface de 25 m² à peine, le Walk-in concentre à la fois le vaste assortiment et l'ensemble des avantages de Colruyt Meilleurs Prix et de Bio-Planet au cœur de la ville.

- Bien que la moitié des clients se rende sur place sans véhicule, la valeur des paniers est facilement de deux à trois fois supérieure à celle des paniers d'un magasin de proximité traditionnel.
- Le nouveau Walk-in partage le bâtiment occupé par un magasin Okay Compact et permet donc aux clients de combiner l'enlèvement de leur réservation avec quelques emplettes.
- À travers cette formule, qui apprend à l'enseigne à connaître le consommateur citadin, Collect&Go réussit à attirer de nouveaux clients et à s'assurer rapidement leur fidélité. Un plus grand nombre de points d'enlèvement Walk-in est à l'étude dans les agglomérations urbaines.



Tournée estivale réussie

Collect&Go a organisé le long de la côte et à l'intérieur des terres une tournée estivale proposant de nombreuses animations, un festival de châteaux gonflables et des spectacles d'artistes célèbres. Les passants ont pu s'y familiariser en toute décontraction avec le service de courses.



Hausse des capacités

Les centres de distribution de Londerzeel et d'Erpe-Mere préparent plus d'un quart de l'ensemble des commandes à expédier aux points d'enlèvement. Ensemble, ils renferment un fort potentiel d'augmentation des capacités dans les années à venir, notamment par l'utilisation d'espace jusqu'ici non utilisé et par les investissements dans l'automatisation. Ainsi, les produits frais seront en partie préparés sur des charrettes autonomes dès la mi-2023 à Londerzeel.



Livraisons autonomes

Collect&Go poursuit invariablement ses investissements dans l'innovation durable. Début 2023, un véhicule autonome a effectué des livraisons à domicile chez quelques clients résidant à Londerzeel. À l'aide d'un code, ces derniers pouvaient retirer leurs achats du véhicule et y déposer les caisses vides et autres consignes. Mené en collaboration avec notre pôle d'innovation Smart Technics, ce test couronné de succès ouvre des perspectives innovantes et durables en matière de livraisons d'achats en milieu urbain, en concertation avec les autorités compétentes en charge du cadre réglementaire.



ALIMENTATION

SANTÉ
& BIEN-ÊTRE

NON-FOOD

ÉNERGIE



Depuis 25 ans déjà, OKay est la chaîne de magasins discount de proximité pratiques où les clients peuvent effectuer toutes leurs courses quotidiennes de manière rapide, facile et bon marché. D'accès aisé et obéissant à un agencement structuré, les magasins proposent une offre complète pour les achats du quotidien sur une surface compacte.

OKay se distingue par ses produits ultrafrais de qualité, principalement des fruits et légumes, de la viande, des plats préparés et du pain cuit sur place. Reconnue pour son accueil chaleureux, la formule de magasin garantit les meilleurs prix des alentours et inspire ses clients par sa simplicité et sa facilité.

Lancée en 2012, OKay Compact est la formule adaptée aux courses faciles, rapides et bon marché dans les centres urbains.

OKay Direct est le magasin en libre-service accessible tous les jours, 24 heures sur 24, qui permet aux clients de faire également leurs courses du quotidien en dehors des heures d'ouverture habituelles.

1998



EUR 1.056 millions de chiffre d'affaires commun à OKay, Bio-Planet et Cru (+ 2,4%)



160 magasins, dont 144 OKay, 14 OKay Compact et 2 OKay Direct



400-650 m² de surface commerciale moyenne



4.500 références, jusqu'à 3.500 chez OKay Compact



Plus de 2.400 collaborateurs en ÉTP



Rapide, facile et bon marché



okay.be

Une croissance appréciable du chiffre d'affaires

- Après un début d'exercice difficile, Okay peut se targuer d'une hausse significative de son chiffre d'affaires, réalisée essentiellement au second semestre et portée par l'inflation galopante. Par ailleurs, les ventes de fin d'année ont délivré de bons résultats, notamment dans les segments des menus de fête préparés et des plats traiteur individuels. Le premier trimestre de l'année 2023 n'était pas en reste, notamment grâce à l'accueil enthousiaste réservé à une politique promotionnelle proposant des actions 1+1 particulièrement avantageuses et en dépit de la stabilisation de l'inflation. Cette conjoncture a donné lieu à une forte croissance de la clientèle et à une intensification de la fréquentation en magasin. Okay est ainsi parvenu à stabiliser sa part de marché sur un marché du détail en contraction, malgré la légère baisse des volumes et la réduction du panier.
- Okay s'attend à ce que son surcroît d'efforts déployés en faveur de l'attractivité des prix soutienne davantage encore le chiffre d'affaires durant l'exercice à venir, tout comme la campagne d'activation organisée dans le cadre des 25 années d'existence de l'enseigne.
- Okay demeure la formule proposant les courses les plus rapides et les plus faciles du marché, alliant les « meilleurs prix des environs » et un haut degré de satisfaction de la clientèle. Par ailleurs, la clientèle peut compter sur une disponibilité élevée des produits, puisque l'enseigne fait la part belle aux références courantes à forte rotation.
- Forte de ses atouts, la chaîne de magasins entrevoit un potentiel de 250 établissements au moins en Belgique. Les formules Okay et Okay Compact sont vouées à une croissance accélérée, essentiellement à Gand, Anvers, Bruxelles et dans les villes de taille intermédiaire. Afin d'appuyer cette expansion, l'enseigne investira durant l'exercice à venir dans l'agrandissement du centre de distribution, essentiellement pour les assortiments citadins et ultrafruits.
- Après le déploiement des étiquettes de prix électroniques dans l'ensemble des magasins, les collaborateurs peuvent se concentrer davantage sur leurs tâches principales et la planification peut se faire de façon plus efficace.



- Ouvertures : 1 Okay, 3 Okay Compact et 1 Okay Direct
- 2 ouvertures sont prévues chez Okay et 5 chez Okay Compact durant l'exercice à venir



La caisse en libre-service sur le banc d'essai

Scanner vos courses et vous acquitter du paiement par vous-même, avec l'aide éventuelle d'un collaborateur en magasin, telle est la vocation de la « caisse assistée », un système de caisse hybride qui s'articule autour de postes de scannage pour la clientèle et de deux caisses occupées par du personnel. L'objectif étant de réduire drastiquement le temps d'attente à la caisse pour les clients. Par ailleurs, ce procédé réduit le nombre d'heures de travail à la caisse au profit de l'organisation du magasin. En cours de test depuis février 2023, ce système sera installé dans une dizaine de magasins dans le courant de l'année.

Le concept de libre-service s'étend



Okay Direct constitue le concept de libre-service novateur permettant aux clients de faire leurs courses de manière totalement autonome, à toute heure du jour et de la nuit, grâce à la technologie développée par notre département d'innovation Smart Technics.

- Avec ses 600 références adaptées à un public citadin, le premier magasin de 150 m² a ouvert ses portes à Gand fin 2021. Le concept répond aux attentes et s'est vu décerner en 2022 le prestigieux prix Mercure décerné par la fédération du commerce Comeos.
- Okay croit dur comme fer dans ce concept parfaitement évolutif, que l'enseigne entend déployer en diverses déclinaisons et dans différents contextes. C'est ainsi qu'une unité de vente mobile de 21 m² à peine a vu le jour début 2023. Jouxant le magasin Okay de Lennik, cette formule constitue une solution complémentaire ouverte tous les jours de la semaine, 24 heures sur 24, en périphérie. Le concept sera testé en milieu urbain dès l'automne 2023.

25 printemps

Un événement organisé dans le tout premier magasin Okay, inauguré en janvier 1998 à Ertvelde, a marqué le début de l'année anniversaire des 25 ans d'existence de l'enseigne. Au menu des festivités, amuse-bouche, boissons, dégustations de fournisseurs, animation pour enfants et cabine photographique ont ravi les clients, dans le respect de la maîtrise des coûts.

Okay a par ailleurs mis les petits plats dans les grands avec une action carte à gratter mettant en jeu 900.000 produits gratuits et 200 prix de premier choix.



Un authentique discount de proximité

Conformément à sa promesse, Okay garantit les meilleurs prix des environs, un atout que l'enseigne fait valoir plus que jamais depuis la mi-2022, notamment à travers ses fortes promotions 1 + 1 et la nouvelle mouture de son dépliant, qui fait la part belle aux avantages. Les promotions sont davantage mises en avant dans les magasins et en ligne également, ce qui profite à la perception des prix. Parallèlement, Okay continue d'inspirer intensément ses clients avec des recettes rapides et faciles, et des conseils de toutes sortes, notamment grâce à son nouveau magazine saisonnier « Totalemment Okay ».



Depuis 20 ans déjà, Bio-Planet est une chaîne de supermarchés à part entière, qui propose quelque 5.500 produits biologiques et respectueux de l'environnement. Ses points forts sont l'espace fraîcheur et le comptoir traiteur, avec un assortiment de qualité, composé de viande, fromage, préparations et produits végétariens.

Sous sa devise « Vrai et bon », Bio-Planet entend servir de source d'inspiration pour ses clients et ainsi les inciter à consommer, vivre et profiter de la vie en connaissance de cause. Et ses collaborateurs compétents leur apportent aide et conseil en magasin. Précurseur en matière de durabilisation des produits, Bio-Planet œuvre en étroite collaboration avec les cultivateurs et les producteurs. De plus, l'enseigne recourt dans la plus large mesure possible à des matériaux et à des techniques durables dans son parc de magasins également.

° 2001



EUR 1.056 millions de chiffre d'affaires commun à Okay, Bio-Planet et Cru (+ 2,4%)



33 magasins



650 m² de surface commerciale moyenne



5.500 références



Plus de 400 collaborateurs en ÉTP



Vrai et bon



bioplanet.be

Des magasins encore plus durables

En mars 2023, le 33^e point de vente de la chaîne a ouvert ses portes à Tournai, le troisième du nouveau concept de magasin, qui mise davantage encore sur la durabilité et qui sera appliqué aux futures rénovations.

Quelques premières :



Des produits en **vrac** encore plus nombreux, par anticipation sur la future législation. Parallèlement aux fruits et légumes, seront également proposés des fruits à coque, céréales, fruits secs, en-cas salés et sucrés, grains de café d'origine... Les clients pourront également remplir leurs propres récipients au comptoir traiteur.



Un **épurateur biologique**, qui purifie les eaux usées pour être notamment réutilisées dans les chasses d'eau des toilettes ou le nettoyage des magasins.



Récupération de chaleur. La chaleur des systèmes de réfrigération est récupérée pour chauffer le bâtiment, ce qui rend inutile tout recours aux combustibles fossiles.

Exercice mouvementé

- Sur un marché européen du bio en contraction, caractérisé par une réduction de l'offre de produits bio, Bio-Planet n'a pu que constater pour la seconde année consécutive une érosion de son chiffre d'affaires, majoritairement imputable aux crises successives. C'est dans ce contexte difficile que les clients ont réduit leurs dépenses et la fréquence de leurs visites en magasin, tandis que les nouveaux clients arrivaient au compte-gouttes. Les ventes ont commencé à se redresser durant le premier trimestre de l'année 2023, essentiellement sous l'impulsion des clients les plus fidèles.
- Conjugée à la hausse des coûts salariaux et des coûts de l'énergie, la baisse du chiffre d'affaires a eu des conséquences sur la rentabilité.
- Forte de ses quelque 330 références à prix serrés, la marque maison Boni Bio constitue le segment d'entrée de gamme indispensable qui rend le bio accessible à tout un chacun.
- Avec une longueur d'avance, Bio-Planet conserve son titre de principale chaîne de magasins purement bio et continue d'étendre son parc de magasins, avec peut-être un premier établissement au Grand-Duché de Luxembourg durant l'exercice à venir. Parallèlement, la chaîne de magasins met en place une série de mesures structurelles appelées à rentabiliser ses activités.



- Nouveaux magasins à Sint-Denijs-Westrem et à Tournai
- Des ouvertures sont programmées à Hannut et à Londerzeel durant l'exercice 2023/24
- La Belgique et le Grand-Duché de Luxembourg présentent un potentiel conjoint d'une soixantaine de magasins



Un chef de renom ambassadeur du bio

Avec le concours de Bio-Planet, le célèbre chef cuisinier **Sepp Nobels** a créé une douzaine de nouveaux classiques belges qui font la part belle aux légumes. À l'image d'un authentique ambassadeur, il s'engage publiquement à utiliser un maximum de produits biologiques et locaux. Sepp Nobels a également concocté pour le compte de Bio-Planet un webinar particulièrement apprécié sur le thème du barbecue, sous l'égide de la Colruyt Group Academy.

Recommandation en matière d'intolérance

À travers le programme de publipostage **INTO**, Bio-Planet vient en aide à ses consommateurs atteints d'intolérance alimentaire. Les consommateurs inscrits ont reçu quatre courriels tests hebdomadaires débordant d'inspiration pour une vie sans gluten ou sans lactose, et proposant une sélection d'articles issus du vaste assortiment de produits adaptés. Dans l'intervalle, un millier de personnes se sont déjà inscrites à la newsletter mensuelle, parmi lesquelles bon nombre de nouveaux clients.

Des burgers novateurs

Bio-Planet a conçu trois burgers novateurs contenant moins de viande et davantage de légumes, de légumineuses ou de champignons, à la saveur et à la texture comparables à celles des burgers classiques. Ainsi, chacun peut aisément consommer davantage de protéines végétales et contribuer à la transition protéique. L'un de ces burgers comprend des algues marines fournies par The Seaweed Company, une entreprise durable dans laquelle le groupe détient des parts. Le burger de poulet contient des restes de pleurotes que Bio-Planet cultive sur les déchets des pains issus de ses magasins ; il s'agit donc d'un produit parfaitement circulaire.

Mesures structurelles

- Les **réservations en ligne** effectuées sur le site de Collect&Go ne pourront plus désormais être retirées que dans les magasins de l'enseigne et non plus dans 130 magasins Colruyt. Cette mesure permet de réaliser des économies sur les frais de transport. Par ailleurs, le service de courses en ligne a réussi à attirer de nouveaux clients et les commandes en ligne représentent approximativement une fois et demi le panier moyen en magasin.
- Le nombre de **références** a été réduit de 6.000 à 5.000, avec une marge pour 500 produits saisonniers. Les produits à faible rotation sont plus rapidement retirés de la vente durant l'année.
- Le nombre de **livraisons** aux magasins est passé de cinq à quatre par semaine, une fréquence suffisante pour garantir des rayons bien achalandés.
- Début 2023, le **dépliant** en version papier a été remplacé par une version en ligne, ce qui permet de faire l'économie des coûts d'impression et des frais de port tout en autorisant des réactions plus rapides grâce aux promotions de dernière minute.
- Le nombre de produits **préemballés** a été augmenté dans le comptoir self-service, principalement dans les assortiments fromage et salades à tartiner. Cette mesure permet de réduire les déchets et de raccourcir le temps d'attente des clients.



Le marché Cru s'adresse aux passionnés par l'art du « bien manger ». L'enseigne regroupe dix métiers sous un même toit et propose une sélection unique de fruits et légumes, viande et charcuterie, poisson et volaille, fromage, boissons, chocolat, pain au levain et fleurs.

Cru suit le rythme des saisons et fait la part belle à l'authenticité des produits « ordinaires » d'une extraordinaire qualité ainsi qu'aux saveurs naturelles, en étroite collaboration avec des partenaires producteurs de premier plan. Des collaborateurs qualifiés y présentent leurs produits sous leur forme la plus pure, préparés ou prêts à consommer.

Les clients peuvent, à loisir, se livrer à des dégustations sur place et savourer un petit-déjeuner, un apéritif, un lunch ou un café chez Cuit, le coin resto attendant. Ils peuvent retirer les réservations du webshop dans le marché ou se les faire livrer à domicile.

° 2014



EUR 1.056 millions de chiffre d'affaires commun à Okay, Bio-Planet et Cru (+ 2,4%)



4 marchés : Overijse, Gand Kouter, Anvers Groenplaats et Dilbeek



650 m² de surface commerciale moyenne



900 à 950 références



Plus de 100 collaborateurs en ÉTP



Découvrez. Savourez. Expérimentez.



cru.be

Amélioration après une année difficile

- Cru a accusé une légère baisse de son chiffre d'affaires, imputable pour l'essentiel au contexte de crise, à la confiance des consommateurs en berne et à une plus forte sensibilité au prix, de même qu'à la fréquence des sorties au restaurant, de nouveau en hausse. Cette conjoncture s'est traduite par une contraction du panier de courses et par une fréquentation des magasins à intervalles plus espacés. Les ventes ont repris à partir du premier trimestre 2023.
- Cru a continué d'attirer de nouveaux clients en répondant à leur demande de voir la qualité l'emporter sur la quantité et de se voir proposer des produits purs et authentiques assortis d'une histoire, y compris en des temps incertains.
- La fin d'année a une nouvelle fois remporté un franc succès, puisque Cru conserve sa notoriété pour les achats de fête, bien que le manque de personnel ait entraîné son lot de difficultés à l'approche de Noël. Le coin resto Cuit d'Overijse a dû rester portes closes durant quelques mois en raison de travaux de voirie.
- Le fonctionnement en sous-effectif a réduit les frais de personnel. En revanche, les frais d'exploitation ont augmenté en raison de l'ouverture du marché Cru de Dilbeek, d'investissements informatiques et de la forte hausse des dépenses énergétiques.



Quatrième marché à Dilbeek

Un quatrième marché a ouvert ses portes en septembre 2022 sur le site de l'ancienne brasserie Eylembosch à Dilbeek, un lieu de passage fortement fréquenté à la périphérie bruxelloise. Le nouveau marché s'étend sur 565 m² et est ouvert tous les jours. Le coin resto Cuit sert le petit-déjeuner, le déjeuner et l'apéritif et offre 255 m² d'espace de détente autour d'une bonne table.

- Le marché joue la carte de l'intensité de l'expérience : les clients peuvent y contempler les artisans à l'œuvre.
- Le libre-service plus présent et l'encaissement automatisé assurent une expérience fluide en magasin.
- Le marché a tourné à plein régime durant la période cruciale de Noël et a enregistré de bons résultats à partir du premier trimestre 2023.

Qualité et innovation

Cru est réputé pour la **qualité** de ses produits. Ainsi, nombreux sont les clients fidèles à s'approvisionner invariablement en pain, en viande, en fruits et en légumes.

L'**interaction** à l'œuvre avec les partenaires fournisseurs permet de regrouper un savoir-faire qui donne naissance à des produits ou à des recettes uniques, qui laissent s'exprimer les saveurs les plus pures.

Cru tient régulièrement le rôle d'**innovateur** et d'expérimentateur au sein de Colruyt Group, tant sur le plan technologique que sur le plan de l'assortiment.

- Abricots belges en primeur et, pour la deuxième année consécutive, du gingembre primeur belge et frais, désormais disponibles en produits dérivés comme la confiture et le sirop.
- Introduction des bouillons à boire et élargissement de l'offre de boissons non alcoolisées premium.
- Commercialisation des premières moules premium belges dès le prochain exercice, lequel verra par ailleurs davantage de variété dans l'assortiment au gré des saisons et des nouvelles tendances.

Optimisations

Cru continue d'œuvrer à l'efficacité opérationnelle et à la rentabilité au niveau du magasin. Diverses mesures additionnelles ont été instaurées pour réaliser des économies et servir les clients avec encore plus de prévenance. Ainsi, des investissements supplémentaires ont été réalisés en vue de renforcer le savoir-faire et d'optimiser les processus logistiques, d'achat, de gestion de déchets, etc.



Découpe et **préemballage** de la charcuterie partiellement exécutés par un partenaire externe : moins de déchets qu'à la découpe au comptoir. La charcuterie préemballée séduit les clients.



Outil pour le **planning du personnel** appuyé par Colruyt Group IT : une efficacité et une flexibilité accrues pour une administration simplifiée et des frais d'entretien réduits.



Achats **sans espèces** dans le marché Cru de Dilbeek, un système d'ores et déjà mis en œuvre dans les coins restos Cuit : plus efficace et plus sûr.

9/10

Satisfaction des clients

Plus que toute autre formule, Cru peut compter sur des clients particulièrement satisfaits et fidèles. Ainsi, les commandes de fin d'année se sont vu décerner une note moyenne de 9/10 dans une enquête en ligne réalisée auprès des clients qui ont passé commande. Cru entend investir davantage encore dans la prospection et la rétention de clients, notamment en misant sur le marketing, le savoir-faire, l'esprit d'entreprendre et l'expérience dans les marchés. Citons notamment les dégustations, qui permettent aux fournisseurs de présenter leurs produits, et les visites organisées à l'attention des clients.



ALIMENTATION

SANTÉ
& BIEN-ÊTRE

NON-FOOD

ÉNERGIE

colruyt

prix · qualité

Colruyt Prix Qualité est un supermarché de proximité bien agencé et bon marché où les clients trouvent tout ce dont ils ont besoin dans le cadre de leurs courses quotidiennes et hebdomadaires. Les magasins proposent le meilleur rapport qualité-prix des environs pour une liste de courses comparable et font la part belle aux produits frais, à la viande, à la charcuterie et au pain. L'assortiment de vins et l'offre croissante en produits bio ainsi qu'en produits régionaux et locaux constituent ses autres atouts.

Pour l'essentiel, les magasins sont situés le long de voies d'accès en milieu (semi-)rural et presque tous dotés d'un point d'enlèvement Collect&Go. La moitié d'entre eux est par ailleurs assortie d'une station DATS 24, qui appuie la pénétration dans la région. La contribution des stations est intégrée dans le chiffre d'affaires de Colruyt Prix Qualité.

° 1996



EUR 654 millions de chiffre d'affaires
(+ 10,5%, carburants compris)



95 magasins, 95 points d'enlèvement Collect&Go



990 m² de surface commerciale moyenne



9.000 références food, 2.500 non-food



Plus de 2.000 collaborateurs en ÉTP



44 stations DATS 24



Tout simplement l'essentiel



colruyt.fr

Légère croissance dans un contexte inflationniste

- Notre détaillant français du secteur alimentaire se félicite des résultats du dernier exercice. Le chiffre d'affaires a augmenté de plus de 10 %, notamment grâce à l'ouverture de trois nouveaux magasins et à un accroissement significatif de la clientèle au sens large, doublé de sa fidélisation. La croissance était portée pour moitié par la forte inflation des prix de vente, qui a dans la foulée couvert, quoique partiellement, les prix d'achat, comprimant ainsi légèrement les marges.
- L'inflation a débouché sur une dévalorisation générale du marché français, laquelle s'est traduite par des paniers moyens plus petits et une plus forte proportion des marques meilleur marché. Grâce à une perception et à un positionnement favorable en matière de prix, ainsi qu'à la qualité de son offre de produits, Colruyt est parvenue à maintenir les baisses de volumes et la dévalorisation en deçà de la moyenne du marché tout en s'emparant de parts de marché locales.
- Après avoir longtemps bénéficié de tarifs d'électricité favorables et fixés par contrat, Colruyt Prix Qualité a connu au début de l'année 2023 une hausse significative des prix de l'énergie qui a temporairement affecté la rentabilité. Grâce à un contrat à long terme conclu avec notre producteur d'énergie EuroWatt Energy, Colruyt est parvenu à s'assurer pour les années à venir de prix plus favorables pour l'électricité.
- Pour la première fois en trois ans, deux foires vinicoles particulièrement fréquentées ont à nouveau été organisées, en plus de soirées spéciales de dégustations en magasin à l'attention de nos fidèles clients amateurs de vin.
- Colruyt croit en son potentiel de croissance et poursuit ses projets d'expansion. Un quatrième magasin a ouvert ses portes en Alsace et 3 ou 4 nouveaux points de vente sont programmés durant l'exercice à venir.
- Le service de courses en ligne **Collect&Go** est parvenu à maintenir son chiffre d'affaires à niveau et poursuit ses investissements dans ses performances et sa facilité d'utilisation.



- 3 nouveaux magasins : Horbourg-Wihr, Beuvillers et Bonnefamille
- Deux rénovations et de cinq à huit ouvertures sont prévues durant l'exercice 2023/24, ce qui place le cap des 100 magasins à portée de main.



Centre de distribution de Dole opérationnel

La mise en service du nouveau centre de distribution de 25.000 m² de **Dole** a accusé un léger retard, mais les coûts sont restés sous contrôle puisque la plupart des contrats avaient été conclus avant la pandémie de coronavirus. La halle des produits à forte rotation a ouvert comme prévu mi-2023 alors que celle des produits frais lui emboîtera le pas à l'automne 2023.

Conjointement avec le site de Gondreville inauguré en 2021, le nouveau centre de distribution réduit considérablement les distances de transport, améliore l'efficacité de l'ensemble et ouvre la voie à une future expansion.

Le projet de bâtiment de bureaux de Dole a été reporté à 2026, ce qui a permis de concentrer davantage de moyens autour de la réorganisation logistique. Par ailleurs, la possibilité de travail à distance a tempéré le besoin en espace de bureaux supplémentaire.

Ancrage local

En France, le soutien à de multiples initiatives locales participe d'une longue tradition pour Colruyt. Ainsi, le distributeur entretient depuis 2020 un partenariat avec le critérium cycliste annuel de Dole. L'initiative remporte un franc succès et suscite énormément de bienveillance auprès des autorités et de la population locales.

Les meilleurs prix des alentours

Comme son nom le laisse entendre, Colruyt Prix Qualité est gage d'un formidable rapport qualité-prix. L'enseigne propose les meilleurs prix des environs immédiats pour les produits de marques nationales comparables. Combiné aux concepts de proximité et de convivialité, ce positionnement en matière de prix a permis à Colruyt de ravir une place unique sur le marché français du commerce de détail. Ainsi, l'enseigne se révèle sensiblement moins chère que la moyenne des magasins de proximité et se distingue des chaînes de magasins premier prix notamment grâce à sa vaste gamme de marques nationales, régionales et locales.

Polyvalence des collaborateurs

Sur un marché du travail tendu, Colruyt peine à recruter des collaborateurs, à plus forte raison pour des métiers comme la boulangerie ou la boucherie. Pour cette raison, la chaîne de magasins organisera davantage de formations multidisciplinaires à l'attention de ses collaborateurs et les emploiera de manière plus polyvalente. Parallèlement, l'entreprise s'adapte davantage aux souhaits des plus jeunes générations, en leur proposant notamment des contrats de travail flexible et des possibilités de travail à distance.

Durabilité

Bien que les clients se soient davantage focalisés sur les prix durant le dernier exercice, Colruyt n'a jamais cessé de prendre des initiatives en matière de durabilité.

- Introduction des sachets réutilisables, comme en Belgique, en prévision de l'interdiction des sachets biodégradables.
- Emballages plus durables pour les fruits et légumes préemballés, en collaboration avec les fournisseurs.
- Communication marketing numérique plus intense, notamment par courriel, sur les réseaux sociaux et les radios numériques, en prévision des futures restrictions en matière de dépliant papier.



Colex (Colruyt export) livre des produits de détail et de foodservice aux distributeurs, grossistes et supermarchés du monde entier, et plus particulièrement sur le continent africain et les départements et territoires d'outre-mer français. Le département d'exportation enregistre ses meilleurs résultats en Afrique centrale et en Afrique de l'Ouest, où la République démocratique du Congo représente ses principaux débouchés. Colex n'y dispose d'aucun magasin en gestion propre, mais œuvre en étroite collaboration avec des partenaires locaux, dont il utilise le réseau de distribution.

Colex propose une vaste gamme d'épicerie, de produits frais et de surgelés des marques maison de Colruyt Group (comme Everyday et Boni Selection), complétées d'un assortiment secondaire de marques A. L'entreprise se distingue par son service d'exportation global unique et le soutien à la clientèle dans la commercialisation des produits.

◦ 1985



Environ 130 clients actifs



4.500 références



Plus de 40 collaborateurs en ÉTP



Bringing quality products to the world



colex-export.com

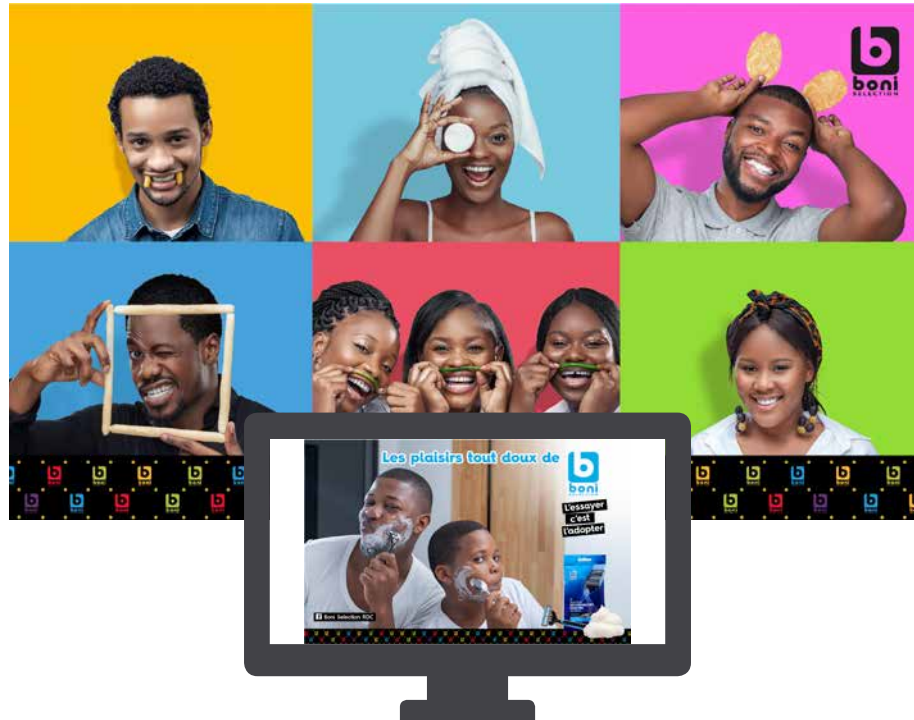
Forte croissance au Congo

Durant le dernier exercice, Colex a enregistré une augmentation de plus de 50% de ses exportations à destination de la République démocratique du Congo. Cette croissance a été encouragée par des campagnes marketing intensives visant à consolider la position de **Everyday** en tant que principale marque européenne et « marque préférée des Congolais ». Parallèlement, Colex a œuvré d'arrache-pied pour affermir la présence sur le marché de **Boni Selection** comme marque premium à travers un assortiment particulièrement vaste. Selon une étude, les consommateurs Boni responsables se disent particulièrement satisfaits de la qualité et exceptionnellement fidèles à la marque, une confirmation de la campagne signée « L'essayer c'est l'adopter ».

Lancement de nouveaux produits adaptés aux consommateurs africains, comme le lait en poudre.

Campagne de dégustations en magasin en vue du remplacement de l'ancienne marque maison populaire Jempy par Everyday.

Avec plus de 75.000 abonnés, le nouveau canal Facebook « Boni Selection RDC » remporte lui aussi un franc succès, à l'instar de son pendant « Everyday RDC ».



Le Sénégal, plaque tournante

En Afrique de l'Ouest, le feu des projecteurs est tourné vers le Sénégal, un marché particulièrement concurrentiel où des distributeurs français exploitent leurs propres magasins. Colex apporte son appui aux supérettes, grossistes et magasins de proximité locaux dans la commercialisation de ses marques maison. Les ventes opérées dans sept pays voisins sont par ailleurs pilotées au départ du Sénégal.

Emplois locaux

Colex entend intensifier son intégration dans les écosystèmes de ses principaux marchés en y créant une véritable valeur ajoutée. Aussi, notre entreprise d'exportation souhaite attirer davantage de collaborateurs locaux pour occuper notamment des postes dans l'administration, la vente et le marketing, et ainsi épauler les cinq collaborateurs d'ores et déjà actifs au Sénégal et au Congo. Par ailleurs, des possibilités d'étendre son assortiment aux marchandises produites localement, comme c'est déjà le cas pour le sel, sont actuellement à l'étude.



ALIMENTATION

SANTÉ
& BIEN-ÊTRE

NON-FOOD

ÉNERGIE



FOODBAG

◦ Depuis février 2022



Participation : **41,36%** dans la SA Smartmat

Le colis-repas belge par excellence



Le colis-repas 100% belge Foodbag se distingue par ses produits de qualité de fournisseurs locaux, son service flexible et son sens de la durabilité.

Flexible. Chaque colis comporte trois, quatre, cinq ou six repas, pour une à cinq personnes au choix.

Les clients commandent des colis individuels ou souscrivent à un abonnement hebdomadaire ou bihebdomadaire, qu'ils peuvent aisément suspendre.

Local. Grâce à son étroite collaboration avec des partenaires locaux, Foodbag propose les meilleurs produits de saison du terroir. Foodbag se montre transparent quant à leur origine et présente une trentaine de fournisseurs sur son site web.

Original. Les clients ont le choix chaque semaine entre trente plats préparés par nos propres chefs et représentant cinq genres culinaires différents : du classique revisité au plat végétarien, en passant par les cuisines du monde, les recettes faciles et rapides, ou les plats cuisinés.

Plus de choix, plus de commodité

Après avoir maintenu sa croissance dans la foulée de la période de coronavirus, Foodbag a intensifié sa collaboration avec les partenaires locaux et mené à bien l'intégration de la marque de colis-repas **15gram**.

L'assortiment est passé de 23 à 30 repas hebdomadaires, assortis d'articles de **commodité** comme le pain, les pizzas, les potages, les boissons, les fruits et les pâtisseries. Un mécanisme de fidélisation a été mis en place pour les clients fidèles.

Livraison de qualité

Nos chauffeurs livrent les colis-repas réfrigérés à domicile en Wallonie, à Bruxelles et en Flandre, du vendredi au lundi inclus. Ces colis sont également disponibles dans une vingtaine de points d'enlèvement de Collect&Go.

- Notre réseau de distribution compte à présent 80 camionnettes et 150 chauffeurs. Afin d'assurer une livraison de qualité, Foodbag collabore régulièrement avec des chauffeurs récemment retraités.
- Foodbag a testé la livraison électrique dans les centres urbains et la livraison à une centaine de clients au moyen d'une serrure connectée à domicile.

Smartmat

Foodbag est une marque de la SA Smartmat, l'entreprise dont Colruyt Group est devenu l'actionnaire principal début 2022 conjointement avec Korys, le holding familial de Colruyt. Smartmat constitue un acteur majeur du secteur du commerce alimentaire belge en ligne et détient également le supermarché en ligne **Rayon**.





◦ Depuis juillet 2021
 ◐ Participation : 51,99%

L'eau potable la plus durable

Robinetto a pour vocation de fournir à un maximum de personnes une eau potable de qualité, bien **plus respectueuse de l'environnement** et meilleur marché que l'eau en bouteille. L'entreprise monte des installations de tirage professionnelles qui délivrent de l'eau filtrée, réfrigérée, plate ou encore pétillante tout en permettant au client d'éviter une quantité phénoménale de déchets plastiques. Robinetto compte aujourd'hui 40 différents modèles de tireuses, conçues spécialement pour le secteur de l'Horeca, les événements, les écoles, les bureaux, les petites et moyennes entreprises, etc. Par ailleurs, l'entreprise propose des gobelets et des bouteilles personnalisables, ainsi que des sirops de limonade.

16 millions de bouteilles en moins

- En 2022, Robinetto a installé plus de 500 tireuses à eau dans les bâtiments centraux du groupe et dans les magasins Colruyt, Bio-Planet et Okay.
- L'ensemble des clients a prélevé plus de 4 millions de litres d'eau sur 1.500 installations. Au total, ils ont ainsi pu faire l'économie de l'équivalent de 16 millions de conditionnements de 25 cl.
- En 2022, Colruyt Group a organisé une augmentation de capital qui laisse à Robinetto les coudées franches pour poursuivre sa croissance durable et franchir le pas de la vente aux particuliers.



Nouveau : la tireuse à domicile

Robi amène désormais une eau délicieuse dans les foyers. L'appareil est compatible avec trois types de capsules pouvant débarrasser de 600 à 1.000 litres d'eau du robinet des perturbateurs de goût et du calcaire qu'elle contient, la gazéifier et l'enrichir de magnésium le cas échéant. L'app Robi émet un signal lorsque le temps est venu de remplacer les capsules et communique en toute simplicité à l'utilisateur la quantité d'eau consommée ainsi que les économies réalisées. L'appareil se monte aisément sous le plan de travail, mais Robinetto peut également se charger de l'installation.

Robi a été proposé en primeur et à des prix préférentiels aux collaborateurs de Colruyt Group dès le mois de mars 2023 et dans les magasins de Colruyt et de Bio-Planet à partir de la mi-mai. Les autres canaux de vente, comme les magasins d'électroménager, suivront à un stade ultérieur. Les capsules de recharge seront disponibles dans les magasins d'alimentation du groupe.



newpharma 

Newpharma est la plus grande pharmacie en ligne de Belgique et propose plus de 1.700 marques et 45.000 produits à des prix avantageux. Une équipe de pharmaciens fournit à la clientèle des conseils portant sur les médicaments commandés et les combinaisons avec de précédents achats. Newpharma livre à domicile (les produits commandés avant midi sont livrés dans les 24 heures) et dispose d'un réseau de 2.000 points d'enlèvement. Par ailleurs, Newpharma Group approvisionne treize pays, dont cinq bénéficient d'assortiments spécifiques : France, Suisse, Pays-Bas, Autriche et Allemagne.

◦ Participation depuis décembre 2017, consolidation à 100% depuis octobre 2022



EUR 604 millions de chiffre d'affaires commun à Dreamland, Dreambaby, Bike Republic, The Fashion Society, Jims et Newpharma (+ 15,5%)¹



45.000 articles pour le marché belge.
Livraison dans **13 pays**



Plus de 250 collaborateurs en ÉTP



Votre pharmacie, à portée de main



newpharma.be

(1) Y compris Jims depuis mai 2021 et Newpharma depuis octobre 2022 (trois mois de chiffre d'affaires)

Croissance forte

- Après une période de pandémie particulièrement chargée, Newpharma est également parvenu à enregistrer au dernier exercice (année calendrier 2022) une croissance significative, portée en partie par l'inflation et en partie par l'élargissement du portefeuille de clients. Depuis le Covid, les personnes âgées sont également plus nombreuses à se rendre sur le site de la pharmacie en ligne. La fréquence a augmenté, de même que le panier moyen, essentiellement grâce aux ventes supplémentaires de médicaments en prescription libre et en dépit du léger glissement des marques premium vers des solutions meilleur marché. Newpharma est parvenu à maintenir ses coûts sous contrôle et à stabiliser sa marge.
- En termes de chiffre d'affaires, Newpharma représente la deuxième plus grande pharmacie en ligne du marché belge, avec la plus forte pénétration en Wallonie. En Flandre, Newpharma gagne progressivement en notoriété à travers les synergies opérées au départ de Colruyt Group.
- Newpharma centre sa croissance internationale autour du marché suisse, où il occupe la deuxième place du podium avec **Apo24.ch**, et du marché français, où **newpharma.fr** a d'ores et déjà ravi la première place. Année après année, l'activité de l'enseigne poursuit sa forte croissance, notamment grâce à l'accès à un vaste assortiment bien étudié de marques françaises.
- Newpharma se félicite du haut niveau de satisfaction de sa clientèle, qui s'explique notamment par le vaste choix, les promotions attrayantes, la disponibilité du stock, des livraisons irréprochables, un avis éclairé et un service clientèle aisément joignable.

Collaboration intensive

Newpharma livre les commandes dans 400 points d'enlèvement Collishop chez Colruyt Meilleurs Prix et Okay, une méthode de livraison particulièrement en vogue. Nos formules de magasin collaborent avec Newpharma dans d'autres domaines également.

Conseils dans la composition de l'assortiment du département de parapharmacie des magasins **Colruyt** et, dans une mesure limitée, conseils à **Dreambaby** et **Okay** également.

Nouvelle app « Relaxation by Newpharma » gratuite, développée par Newpharma Group en collaboration avec les spécialistes de notre chaîne de clubs de fitness **Jims**. L'app conviviale aide l'utilisateur à se détendre en quelques minutes à l'aide d'une combinaison d'animations 3D, de sons et d'exercices simples de yoga et de respiration. L'app répond en tout point à la mission de Newpharma, qui s'attache à rendre les soins de santé préventifs plus accessibles.

Nouvelle campagne numérique sur les terminaux des stations **DATS 24**.

Centre opérationnel partiellement automatisé


- Le centre opérationnel liégeois de 21.000 m² a été inauguré en octobre 2021 et tourne à plein régime depuis mai 2022. Liège constitue le point de départ de toutes les commandes à destination de la Belgique et de l'étranger. L'entrepôt plus spacieux a permis à Newpharma d'accroître ses stocks et d'anticiper les potentielles pénuries.
- Le site est partiellement automatisé au moyen de robots de Scallog, qui assurent quelque 30% de la préparation. Cette automatisation a ramené la marge d'erreur pratiquement à zéro et a partiellement contribué à l'augmentation d'un quart de l'efficacité opérationnelle.
- L'actuel espace de stockage suffit pour faire face à la croissance durant quelques années encore. Le site pourra ensuite être agrandi jusqu'à 50.000 m².






Jims exploite 34 clubs de fitness en Belgique et au Grand-Duché de Luxembourg. La deuxième plus grande chaîne de clubs de fitness du pays s'attache à encourager les consommateurs à adopter un style de vie plus sain. Les clients se livrent à des exercices de musculation ou de mise en forme et à des cours collectifs à des prix avantageux dans un environnement sûr. La chaîne de fitness se démarque par son encadrement individuel axé sur la santé au sens large. Les membres peuvent compter sur une prestation de services de qualité délivrée par les collaborateurs enthousiastes et compétents de chaque club du réseau.

° Rachat en mai 2021

 **EUR 604 millions** de chiffre d'affaires commun à Dreamland, Dreambaby, Bike Republic, The Fashion Society, Jims et Newpharma (+ 15,5%)¹

 **34 clubs de fitness**
(30 en Belgique et 4 au Grand-Duché de Luxembourg)

 **Plus de 100** collaborateurs en ÉTP

 **We move with you**

 **jimsfitness.be**

(1) Y compris Jims depuis mai 2021 et Newpharma depuis octobre 2022 (trois mois de chiffre d'affaires)



Chiffre d'affaires record

- Jims peut se targuer d'un très beau chiffre d'affaires, notamment grâce à l'expansion appuyée par l'ouverture de nouveaux établissements, l'afflux de nouveaux membres et des dépenses plus élevées par client, notamment dans les cours collectifs.
- Avec ses quatre clubs à la mécanique bien huilée, Jims est le leader du marché et la référence en matière de fitness d'entreprise au Grand-Duché de Luxembourg. En Belgique, les clubs urbains commencent eux aussi à attirer une clientèle corporative, essentiellement à travers ses accommodements sur mesure.
- La structure des abonnements a été simplifiée et comporte des formules dédiées aux personnes qui souhaitent s'exercer seules, bénéficier d'un encadrement plus marqué ou intégrer un sport complémentaire. Par ailleurs, Jims est pratiquement le seul acteur du secteur à proposer des cours collectifs pour maximum 8 à 12 personnes à des participants issus de groupes cibles spécifiques. Citons notamment les cours de musculation à l'attention des femmes ou l'accompagnement prénatal ou postnatal.
- À partir du mois d'avril 2023, Jims entend renforcer ses effectifs sur chaque site avec un demi-équivalent temps plein. Ainsi, il sera possible de prévoir un coach à temps plein épaulé par deux collaborateurs à temps partiel dans chaque établissement.

We Move With You

Plus que jamais, Jims fait la part belle à la santé au sens large et accorde une attention particulière aux exercices physiques, à l'alimentation, au sommeil, à la prévention du stress, etc. S'appuyant sur son nouveau slogan « *We Move With You* », la chaîne de fitness entend rendre la santé **accessible** au grand public et bouger avec ses clients à travers toutes les phases de leur vie. Cette démarche se traduit par une offre ciblée à l'attention de groupes cibles tels que les débutants, les sportifs chevronnés, les femmes enceintes, les personnes de plus de 55 ans...

Le nouveau slogan de la chaîne de clubs restylisée rappelle également son engagement à **nouer des liens**, entre son personnel et ses membres, entre membres et à l'égard de la société. L'entreprise a confirmé cet engagement à travers un partenariat conclu avec la *Special Olympics Team Belgium*, que Jims a préparée aux jeux d'été de 2023.

Tremplin pour l'exercice et la santé

Actif dans le secteur de la santé et du bien-être, Jims met au point des solutions holistiques concourant à un mode de vie plus sain.

- Le fitness constitue une activité gratifiante qui associe alimentation et exercice, et permet d'atteindre les groupes cibles des formules de distribution par l'intermédiaire de Jims. Quelques **créations conjointes** menées à bien avec les partenaires internes : exercices prénataux et postnataux en collaboration avec Dreambaby, entraînements cyclistes en association avec Bike Republic, suppléments alimentaires de Newpharma, camps sportifs pour enfants avec Dreamland, etc. Les distributeurs intelligents de produits sains approvisionnés par notre entreprise de foodservice Solucious ont également servi de source d'inspiration pour le concept automatisé « Spar For You ».
- Neuf projets pilotes novateurs sont à l'œuvre au sein du groupe, familiarisant notamment les collaborateurs logistiques sur site avec des techniques de levage ergonomiques ou des exercices d'échauffement en prévention des blessures ou des accidents du travail. Jims se livre par ailleurs à diverses expériences, notamment sur des concepts tels que des journées sportives ou des sessions de détente durant les pauses, que l'entreprise entend développer à terme en vue d'une **commercialisation** à des tiers.

Plans de croissance accélérée

Jims a investi massivement dans son expansion et a élargi son réseau de 27 à 34 clubs.

La reprise des six clubs de la chaîne **Oxygen** en Belgique permet de couvrir la quasi-totalité du territoire de Flandre orientale. Le concept des clubs nouvellement acquis s'accorde à merveille avec celui de Jims, ce qui limite essentiellement les coûts de l'intégration à l'implémentation du logiciel et au remodelage. Les clubs se verront doter du nouveau marquage de Jims d'ici fin 2023. L'ensemble des collaborateurs et la majorité des clients ont emboîté le pas.

En octobre 2022, un nouveau club a ouvert ses portes à Kuurne, à proximité des sites de Colruyt Meilleurs Prix, Bike Republic, Dreamland et Dreambaby. Cet établissement arbore fièrement la nouvelle charte graphique maison, qui élève Jims sur le marché médian.

Un nouveau club a été inauguré au Grand-Duché de Luxembourg tandis que Wilrijk a accueilli après la fin de l'exercice un établissement proposant des cours de boxe haut de gamme dans un « cube de boxe ».


Jims recherche des opportunités de poursuivre son expansion dans les grandes villes et entrevoit en Belgique comme au Grand-Duché de Luxembourg un potentiel de 50 à 60 clubs, de préférence sur des sites d'ores et déjà occupés par Colruyt Group. Quatre ouvertures et onze transformations figurent au programme de l'année prochaine.

La toute nouvelle **Jims Academy** est garante d'une uniformité accrue dans les formations des entraîneurs internes et externes, formations qui décrochent quantité de certificats de qualité européens et internationaux.



Dreamland, la chaîne de magasins pour toute la famille et pour toutes les saisons, constitue le leader belge du marché du jouet et propose une vaste gamme de jeux vidéo, de jeux d'extérieur et de meubles de jardin en plus des fournitures scolaires, des livres, etc. Dreamland entend inspirer les enfants et leurs parents à prendre davantage de plaisir ensemble en jouant. La formule dispose de magasins classiques et d'un webshop. Le service gratuit Click&Collect permet aux clients de réserver des articles disponibles dans le stock du magasin et de les y retirer dans les trois heures. Les réservations effectuées sur la boutique en ligne peuvent également être retirées dans un magasin Colruyt ou Okay, ou livrées à domicile.

° 1994 rachat de Droomland, rebaptisé Dreamland en 2002

 **EUR 604 millions** de chiffre d'affaires commun à Dreamland, Dreambaby, Bike Republic, The Fashion Society, Jims et Newpharma (+ 15,5%) ¹

 **48 magasins**

 **1.600 m²** de surface commerciale moyenne

 **45.000** références en magasin et en ligne

 **Plus de 750** collaborateurs en ÉTP

 **Déballe tes rêves**

 **dreamland.be**

(1) Y compris Jims depuis mai 2021 et Newpharma depuis octobre 2022 (trois mois de chiffre d'affaires)

Position à tenir sur un marché difficile

- Dreamland évolue depuis un certain temps déjà sur un marché riche en défis, qui se caractérise par une concurrence croissante, des volumes sous pression, un glissement des achats en magasin vers la consommation en ligne et un changement de comportement des clients. C'est dans ces circonstances particulières que Dreamland, en dépit de sa position de leader du marché, a connu un nouvel exercice comptable difficile. Cette tendance a été amplifiée par l'actuel contexte macroéconomique, qui a vu les consommateurs annuler des achats ou les reporter jusqu'aux soldes. Durant le premier trimestre 2023, le chiffre d'affaires a subi les effets délétères conjugués de la réduction de l'offre en ligne et de la météo printanière maussade. Dreamland est parvenu à liquider pendant cette période une partie du surstock accumulé en 2022 grâce à d'importantes réductions et aux prix ronds.
- Sur un marché belge des jouets et des jeux vidéo en contraction de quelque 7% sur l'ensemble de l'année 2022, Dreamland est parvenu à se maintenir en position de tête. Les articles de collection et de merchandising ont eu le vent en poupe, de même que les blocs et boîtes de construction pour jeunes et moins jeunes. En revanche, les jeux et les puzzles ont quelque peu perdu en popularité après leur plébiscite durant la période de coronavirus.
- Un intense exercice de rentabilité a été mené durant le dernier exercice. Dreamland a réduit le nombre de ses références, en ligne comme en magasin. Les catégories chambres d'enfants et décoration sont supprimées tandis que d'autres assortiments, comme les livres, les jeux vidéo et le matériel d'écriture, se voient réduits.
- Aucune nouvelle ouverture de magasin n'est planifiée pour l'exercice présent et à venir. Dreamland se recentrera sur la rentabilisation de ses actuelles activités dans un délai raisonnable.



- 1 nouveau magasin à Lanefte

Évolution vers le modèle « click2brick »

Dreamland tient lieu depuis des années déjà d'acteur omnicanal majeur, qui combine son vaste réseau de magasins avec un canal de vente en ligne. Ce webshop s'est révélé particulièrement difficile à rentabiliser, à plus forte raison en période de hausse des frais de transport. Aussi, Dreamland a choisi d'évoluer vers un modèle « click2brick », proposant sur sa plateforme en ligne une offre plus limitée, mais davantage d'informations et d'inspiration en matière d'achats dans les magasins classiques, où l'accent se situe sur l'expérience vécue par le groupe cible, à savoir les enfants et leurs parents. En effet, cette expérience vécue en magasin conserve toute son importance, particulièrement aux yeux des jeunes enfants, et présente un net avantage sur les acteurs uniquement présents en ligne. Quelques mesures prises depuis le début de l'année 2023 :

- La boutique en ligne vend désormais uniquement des jouets, des jeux d'extérieur et des articles de jardin.
- Un montant de 2,99 euros est désormais comptabilisé pour la livraison des réservations en ligne chez Colruyt ou Okay, tandis que la livraison à domicile de colis est facturée à 5,99 euros.
- Le service bien huilé Click&Collect proposé dans les magasins Dreamland reste gratuit. Les clients qui souhaitent réserver un article disponible dans le stock du magasin trouveront encore plus facilement leur bonheur en ligne.

Restructuration chez Dreamland et Dreambaby

Le 19 avril 2023, après la clôture de l'exercice, Colruyt Group a fait part de son intention d'entamer une restructuration de Dreamland et Dreambaby, avec application de la loi Renault. Dans ce cadre, l'intention est également de fermer un magasin de Dreamland et cinq magasins de Dreambaby. Après la phase légale d'information et de consultation, la décision a été prise de procéder au licenciement collectif de 151 collaborateurs au total pour les enseignes non-food réunies.

Nous sommes convaincus que ces actions sont indispensables pour garantir l'avenir de Dreamland et de Dreambaby. Nous prévoyons tout l'encadrement et tout le soutien nécessaires pour l'ensemble des collègues et mettons tout en œuvre pour collaborer de manière constructive avec toutes les parties concernées et pour favoriser la réorientation au sein du groupe.

Seconde vie pour 2.350 cartables

Dreamland s'est associé avec l'ONG Oxfam pour appeler ses clients à céder leurs vieux cartables ou sacs à dos en échange d'un bon d'achat de 5 euros. Quelque 2.850 pièces ont ainsi été récoltées, dont 2.350 ont par la suite été proposées dans les magasins d'Oxfam au prix moyen de 12 euros la pièce. L'ONG a reversé les bénéfices de l'opération au profit de son propre fonctionnement et de projets en Belgique.




Rachat par ToyChamp

Au même moment, nous avons également communiqué avoir signé un accord de principe avec l'entreprise familiale belge ToyChamp prévoyant le rachat de 75% des parts de Dreamland. Avec 24 magasins aux Pays-Bas et 9 points de vente en Belgique, ToyChamp représente un acteur majeur et rentable sur le marché du jouet. L'objectif de ce partenariat solide conclu avec ToyChamp consiste à offrir à Dreamland un avenir sain sur un marché du jouet riche en défis. En unissant leurs connaissances et leur expertise, Dreamland et ToyChamp devraient ravir la première place du podium des détaillants de jouets en Belgique, tout en étant actifs aux Pays-Bas. Dreamland est et demeure une marque forte qui perdurera à la fois comme employeur et comme entité juridique. Dès que la transaction pourra être finalisée (attendue pour la fin de l'année 2023), Dreamland ne sera plus consolidé intégralement dans les chiffres de Colruyt Group.



Principal acteur national sur le marché belge des articles pour bébés, Dreambaby commercialise une vaste gamme de qualité pour les bébés et les tout-petits jusqu'à 30 mois. Les magasins et le webshop proposent des produits de la plupart des grandes marques et de la marque maison Dreambee. Les clients peuvent composer et gérer les listes de naissance en ligne comme en magasin. Les réservations en ligne peuvent être retirées dans les magasins de l'enseigne, ainsi que dans les points de vente de Dreamland et Colruyt, ou encore livrées à domicile. Dreambaby se distingue par son accompagnement personnalisé et les conseils prodigués par des collaborateurs chevronnés.

° 2001

 **EUR 604 millions** de chiffre d'affaires commun à Dreamland, Dreambaby, Bike Republic, The Fashion Society, Jims et Newpharma (+ 15,5%)¹

 **32 magasins**

 **600 m²** de surface commerciale moyenne

 **8.000 références** dans les magasins et sur le webshop

 **Plus de 250 collaborateurs** en ÉTP

 **Le meilleur départ pour vous et votre bébé**

 **dreambaby.be**

(1) Y compris Jims depuis mai 2021 et Newpharma depuis octobre 2022 (trois mois de chiffre d'affaires)

Exercice comptable difficile, priorité à la rentabilité

- Dreambaby évolue depuis un certain temps déjà sur un marché riche en défis, qui se caractérise par une concurrence croissante, des volumes sous pression, un glissement des achats en magasin vers la consommation en ligne et un changement de comportement des clients. Cette conjoncture a donné lieu à un exercice comptable difficile, marqué par une baisse des volumes de vente de Dreambaby. Ce phénomène a de surcroît été amplifié par l'actuel contexte macro-économique : des ruptures de stock sont survenues dans la foulée de la crise logistique et les clients ont annulé ou reporté leurs achats. La plus forte baisse de volume a été enregistrée dans les listes de naissance.
- Dans un paysage relativement concurrentiel, Dreambaby est parvenu à renforcer davantage encore sa position de leader avec la plus forte pénétration du marché après les commerces de seconde main.
- Pour l'exercice 2023/24, Dreambaby nourrit principalement l'ambition de rentabiliser les activités existantes et ne prévoit aucune ouverture ni réouverture. En avril 2023, après la clôture de l'exercice, l'enseigne a annoncé son intention de fermer définitivement 5 points de vente. Sont concernées les implantations de Drogenbos, Vilvorde, Tirlemont, Beveren et Huy. Tout sera mis en œuvre pour proposer une réorientation interne aux collaborateurs concernés. Voir l'encadré à la p. 73.
- Il a été mis un terme au projet pilote de plateforme de seconde main en ligne. Dreambaby réfléchit à un service plus convivial et évolutif, susceptible de répondre à la demande croissante en produits de seconde main et permettant d'évoluer vers un secteur des articles pour bébés plus circulaire et plus durable.

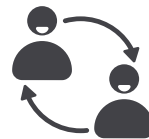


- 1 nouveau magasin : La Louvière
- 3 relocalisations : Wilrijk, Lede et Vilvorde
- 1 réouverture (après incendie) : Zaventem

Synergie accrue au sein du groupe

Dreambaby investit dans la fidélisation et l'acquisition de clients à travers de nouveaux partenariats fructueux conclus avec diverses formules.

- Ateliers en collaboration avec la **Colruyt Group Academy**. Disponibles en session présentielle et en ligne et proposant des thèmes en phase avec la grossesse et les bébés. Le thème des techniques de portage pour bébé constitue une valeur sûre depuis quelques années déjà.
- Un nouveau colis-cadeau à retirer en magasin et composé en collaboration avec **Newpharma, Foodbag, Jims, Boni** et **Collect&Go**.
- Toute personne déposant une liste de naissance se voit remettre pour 150 euros de réductions et des produits gratuits dans pratiquement chacune des formules de magasins de Colruyt Group.



Communauté enthousiaste

À la suite du test d'un groupe privé sur Facebook autour du thème du sommeil et du succès rencontré, Dreambaby a lancé un nouveau groupe à l'attention des futurs parents. La communauté « La grossesse avec Dreambaby » a rapidement compté 1.900 membres, qui partagent expériences, informations et conseils.

Entrepreneuriat durable

- Dreambaby et Dreamland ont mutualisé et optimisé leur fret, si bien que les deux enseignes sont parvenues à éviter de nombreux kilomètres de transport.
- Le textile utilisé dans la marque maison Dreambee se compose de coton 100% bio.
- Des emballages plus durables pour les emballages des articles de marque maison, en collaboration avec les fournisseurs.





FS

FASHION SOCIETY

The Fashion Society regroupe trois chaînes multimarque de vêtements pour dames et hommes, essentiellement actives en Belgique, mais aussi au Grand-Duché de Luxembourg et en France. Ces magasins de destination situés en dehors des centres urbains font la part belle à la satisfaction de leur clientèle et à l'expérience en magasin.

Les concepts de magasin s'adressent à des groupes cibles diversifiés, mais clairement identifiés, et leur complémentarité leur permet de couvrir un vaste spectre du secteur de la mode. Zeb s'adresse aux clients à la mode, sûrs d'eux et en quête d'inspiration. Les magasins pour toute la famille PointCarré et The Fashion Store ciblent plutôt plusieurs générations de clients qui suivent la tendance, et se démarquent par leurs conseils personnalisés.

- **2020** : Colruyt Group augmente sa participation à plus de 96%, consolidée à 100% depuis janvier 2022



EUR 604 millions de chiffre d'affaires commun à Dreamland, Dreambaby, Bike Republic, The Fashion Society, Jims et Newpharma (+ 15,5%)¹



129 magasins de Zeb, PointCarré et The Fashion Store



1.000 m² de surface commerciale moyenne



En moyenne **7.500** références par an



Plus de **800** collaborateurs en ÉTP



zeb.be | pointcarre.be | thefashionstore.be

(1) Y compris Jims depuis mai 2021 et Newpharma depuis octobre 2022 (trois mois de chiffre d'affaires)

Chiffre d'affaires sans précédent

Sur un marché de la mode caractérisé par sa complexité, le groupe de mode peut se targuer d'une forte hausse de son chiffre d'affaires, essentiellement imputable à l'ouverture de nouveaux magasins et à l'afflux de clients. Des trois enseignes, Zeb occupe la première place du podium, The Fashion Store enregistre des résultats satisfaisants et PointCarré se situe juste en deçà des attentes. Le secteur textile a senti la pression inflationniste peser sur les coûts dès le printemps 2022, mais un été favorable lui a insufflé une bouffée d'oxygène salvatrice. L'automne étonnamment chaud est ensuite venu perturber le début de la saison hivernale. Le manque à gagner a pu être récupéré partiellement entre la mi-novembre et la fin de l'exercice. Après sa hausse enregistrée pendant la période de coronavirus, le chiffre d'affaires en ligne s'est stabilisé à son ancien niveau.

Les clients ont effectué des achats plus parcimonieux et se sont mis plus activement en quête de promotions, ce qui a mis les marges quelque peu sous pression. Les coûts sont restés sous contrôle, notamment grâce à un planning du personnel très strict. Après plusieurs mois difficiles, le groupe de mode se veut confiant à l'avenir.

The Fashion Society constitue l'un des rares détaillants du secteur à investir dans l'expansion, laquelle se traduit par sept nouveaux magasins en 2022 et par cinq ouvertures programmées en 2023. À travers ses collections variées, le groupe propose à ses clients le bon article au bon moment, tout au long de l'année. Les clients peuvent également s'appuyer sur de nombreuses promotions et bonnes affaires, une expérience intense et une communication sur mesure. Autant d'éléments qui concourent à la croissance constante des parts de marché du groupe, tant en Flandre qu'en Wallonie.



Passage au marketing numérique

Dans la foulée de tests méticuleux, les trois chaînes de magasins de mode ont accéléré la transition numérique de la communication marketing imprimée durant le dernier exercice. Ainsi, Zeb a remplacé les deux tiers de ses travaux d'impression par des campagnes numériques, avec à la clé des économies significatives sur les coûts du papier, d'impression et les frais de port. Par ailleurs, les campagnes en ligne permettent de recueillir davantage de données et d'informations utiles relatives à la clientèle.



- 79 magasins (+ 5)
- Nouveaux magasins à Auvélais, Braine-le-Comte, Malines et Lier, le plus grand du pays avec ses 1.500 m².
- Un potentiel de plus de 100 magasins en Belgique, dont 70 en Flandre.

Expérience et cocréation

- Durant le dernier exercice, Zeb a multiplié les expériences en magasin, notamment à travers un défilé de mode inclusif et des campagnes appuyées par des ambassadeurs de renom comme James Cooke. Zeb tire également son épingle du jeu grâce à ses cocréations exclusives, dont les nouvelles collections de Nora Gharib et Tourist LeMC.
- Ces dernières années, la chaîne de magasins de mode a investi massivement dans l'accessibilité de ses magasins en faveur des personnes atteintes d'un handicap. Le plan d'action **Zeb for Everyone** a d'ores et déjà décroché de nombreuses distinctions. Ainsi, la Reine Mathilde s'est rendue dans le magasin Zeb de Malines dans le cadre de l'initiative « Après vous » mise en place par la fédération du commerce Comeos.
- Les clients recourent dans une mesure croissante au shopping privé en dehors des heures d'ouverture.

THE FASHION STORE

- 19 magasins (+ 4)
- Nouveaux magasins à Wavre-Sainte-Catherine, Zoersel, Kalmthout et Hasselt
- Un potentiel de 30 magasins, principalement en Flandre

The Fashion Store a lancé son nouveau webshop, intégré de nouvelles collections et poursuivi le déploiement de son service de mode personnalisé.

PointCarré

- 31 magasins, dont 12 franchisés (principalement en Wallonie et 2 magasins en France)
- Nouveau magasin à Soignies
- La franchise séduit en France, où l'indépendance et l'approche individuelle sont particulièrement appréciées. En 2023, la chaîne entend y ouvrir trois magasins amiraux intégrés, qui serviront de tremplin à la future expansion à travers le franchisage.
- PointCarré a repris trois magasins franchisés en Belgique.



Bike

REPUBLIC

Bike Republic est un acteur de premier plan dans la vente aux particuliers et aux entreprises de tenues cyclistes, d'accessoires et, surtout, de vélos électriques. Son vaste assortiment se compose d'une trentaine de grandes marques, dont sa marque maison Hiron. En sa qualité de « compagnon de route » de chaque instant, Bike Republic entend insuffler le plaisir de la petite reine au plus large public possible, des navetteurs aux sportifs accomplis en passant par les cyclistes occasionnels. Le spécialiste du vélo brille par son accessibilité, notamment par l'attrait de ses magasins, son site web clairement structuré et sa grande disponibilité par téléphone et en ligne. Bike Republic se distingue également par son service et décharge sa clientèle de toute préoccupation grâce à ses conseils avisés, son service après-vente impeccable, ses ateliers d'entretien et de réparation, ses formules d'assurance, etc. Les clients B2B peuvent compter sur une solution globale, composée de diverses formules d'achat ou de leasing, de plans de paiement sur mesure, ainsi que sur un vaste éventail de services.

- **2019** : rachat de Fiets! par Colruyt Group, rebaptisé Bike Republic en 2021



EUR 604 millions de chiffre d'affaires commun à Dreamland, Dreambaby, Bike Republic, The Fashion Society, Jims et Newpharma (+ 15,5%)¹



27 magasins disposant d'une salle d'exposition et d'un atelier



800 – 1.200 m² de surface commerciale moyenne



Plus de **10.000 vélos** de stock, dont **7.000 vélos électriques**.



Plus de **150 collaborateurs** en ÉTP



Votre compagnon de route à tout moment



bikerepublic.be

(1) Y compris Jims depuis mai 2021 et Newpharma depuis octobre 2022 (trois mois de chiffre d'affaires))



L'expansion passe à la vitesse supérieure

- Bike Republic poursuit ses investissements massifs dans l'expansion et a ouvert six nouveaux établissements durant le dernier exercice, dont un premier dans la Région de Bruxelles-Capitale. La Flandre étant à présent relativement bien desservie, l'attention portera durant les années à venir sur des villes flamandes comme Bruges et Anvers, puis sur Bruxelles et la Wallonie. Notre spécialiste de la petite reine entrevoit pour la Belgique un potentiel d'une soixantaine de magasins et entend devenir la référence sur le marché du vélo (électrique).
- Les opérations de reprise doivent répondre à toute une série de critères, parmi lesquels le (potentiel de) chiffre d'affaires, le portefeuille des marques, l'identité, la culture et le savoir-faire, les services et des atouts uniques.
- Le magasin d'**Evere** a été repris à l'entreprise familiale IMP Bike, un nom réputé dans la région bruxelloise. Premier magasin véritablement bilingue, l'établissement d'Evere constitue un important tremplin vers le marché francophone.
- Les magasins d'**Alost** et de **Ninove** ont été rachetés à CycloM, les magasins de **Retie** et de **Turnhout** à Fietsen Van der Veken, deux enseignes solidement implantées dans leur région respective.

Une position sur le marché renforcée par une croissance significative

- Sur un marché du vélo en croissance, Bike Republic est pratiquement parvenu à doubler son chiffre d'affaires, porté en partie par l'expansion et en partie par les ventes supplémentaires enregistrées dans les points de vente existants. Ce chiffre d'affaires supplémentaire provenait essentiellement des clients B2B, tandis que les achats des clients particuliers se sont maintenus. Les ventes B2B représentent d'ores et déjà un tiers du chiffre d'affaires total.
- Bike Republic augmente continuellement sa part de marché et accroît son avance en sa qualité de principale chaîne multimarque du pays. Dans un contexte marqué par les longs délais de livraison persistants et les pénuries chez les fournisseurs, cette économie d'échelle constitue un avantage stratégique qui permet à l'enseigne de proposer à tout moment le vélo le plus adapté à ses clients.
- Plusieurs marques de qualité sont venues enrichir l'assortiment. Bike Republic peut à présent se targuer d'une jolie gamme de vélos électriques du segment de milieu à haut de gamme, complétée d'une gamme de vélos (de sport) classiques, du segment d'entrée à milieu de gamme. L'enseigne mise également davantage sur les vélos cargos pour les coursiers, professionnels ou professions libérales qui souhaitent disposer d'un moyen de transport urbain à la fois rapide et durable.



- Nouveau magasin à Sint-Denijs-Westrem
- Reprises à Evere, Ninove et Alost, Retie et Turnhout

300
vélos sur 1.000 m²

- Le nouveau magasin Bike Republic de Sint-Denijs-Westrem constitue l'un des plus vastes sites de l'enseigne et comprend une salle d'exposition de 1.000 m² proposant pas moins de 300 vélos ainsi qu'un parcours test intérieur.
- Avec trois magasins dans la région gantoise, Bike Republic est aisément accessible aux clients résidant en ville et dans les communes périphériques. Les clients peuvent voir toute la collection dans l'établissement de Sint-Denijs-Westrem, y commander un vélo et se le faire livrer dans l'un des magasins urbains. Pareil pour l'entretien. L'accessibilité est un véritable atout !



Première : le vélo cargo CityQ

Bike Republic est le distributeur exclusif pour la Belgique des vélos cargos électriques de CityQ, une entreprise germano-norvégienne. Ces vélos allient le confort d'une voiture et les avantages d'un vélo électrique, un atout pour les entreprises et les indépendants comme pour les familles. La plateforme modulable peut notamment être équipée d'un conteneur fermé ou d'une banquette à l'arrière, et éventuellement dotée d'un marquage et d'une finition sur mesure.

Le créneau du marché professionnel

Bike Republic entrevoit un fort potentiel sur le marché des vélos de société et propose à ses clients professionnels d'intéressantes formules d'achat et de leasing, des plans de paiement sur mesure et un vaste éventail de services, comme des conseils fiscaux, l'entretien et la réparation, l'assistance, etc. Afin de décharger davantage les clients B2B de toute préoccupation, une nouvelle **plateforme** est entrée en service en mars 2023. L'objectif : assurer la gestion complète de la flotte, de l'achat à la valeur résiduelle en passant par l'amortissement. Les collaborateurs peuvent également recourir à la plateforme pour prendre rendez-vous pour un entretien ou une réparation.



Synergie au sein du groupe

Bike Republic organise régulièrement des actions en collaboration avec d'autres formules commerciales.

- Des « colis vélo » uniques comprenant six bières, mis en jeu sur Facebook et à retirer chez **Colruyt**.
- Une année d'utilisation gratuite d'un triporteur, à remporter dans le cadre d'un concours organisé à l'occasion des 25 ans de l'enseigne **Okay**.
- Un bon de 250 euros dans le colis-cadeau de **Dreambaby** à l'attention des couples qui attendent un enfant.
- La plateforme clientèle offrant des avantages chez Jims, Okay, Newpharma...
- La participation à la journée découverte en famille « Gerust CO₂-Bewust » (en NL uniquement – « Moins de CO₂ pour vivre mieux ») organisée par la **Colruyt Group Academy** en collaboration avec DATS 24, Bio-Planet et Colruyt.



Team Bike Republic Evere



RETAIL PARTNERS


COLRUYTGROUP



Retail Partners Colruyt Group (RPCG) détient la licence de la formule Spar en Belgique et collabore intensivement avec les entrepreneurs Spar indépendants. En plus de la livraison et de la gestion des assortiments, l'entreprise assure la politique commerciale, des promotions au marketing en passant par le soutien à la vente. RPCG applique un modèle de concertation à nul autre pareil, en partenariat avec la délégation d'entrepreneurs élus. Ensemble, ils déterminent le rayonnement du magasin, l'assortiment, les visées commerciales et l'avenir de Spar Colruyt Group.

RPCG approvisionne également en produits frais et d'épicerie les commerçants indépendants d'Alvo ainsi que d'autres petits épiceries indépendants.

- 2003 Spar Retail, rebaptisé Retail Partners Colruyt Group en 2014

 213 magasins Spar
52 magasins Alvo
75 commerces indépendants, dont 20 Mini Markets

 Plus de 800 collaborateurs en ÉTP

 Grandir ensemble en entreprenant ensemble

 retailpartnerscolruytgroup.be

Exercice appréciable

Dans un contexte socioéconomique défavorable, Retail Partners Colruyt Group peut se targuer d'un exercice appréciable. Le chiffre d'affaires a progressé, essentiellement grâce à l'inflation galopante, tandis que les volumes des ventes ont accusé un net recul. Les clients des magasins affiliés ont accentué le nombre de visites et ont acheté en moyenne de plus petits paniers. Les ventes ont connu la plus forte baisse dans les catégories alcool et entretien, alors que le pain et les plats traiteur ont vu leurs volumes augmenter. En dépit de cette conjoncture, RPCG est parvenu à conserver sa part de marché, une remarquable performance sur un marché de la distribution en proie aux difficultés.

L'inflation et l'indexation des salaires ont mis la marge sous pression. L'entreprise est parvenue à annihiler en grande partie ces effets en maîtrisant fortement ses coûts, notamment grâce à des mesures d'économie d'énergie et à un effectif optimisé comportant moins de collaborateurs temporaires et intérimaires. Grâce à sa plateforme informatique performante, RPCG est parvenu à intervenir suffisamment rapidement et à multiplier dans la chaîne logistique les mesures permettant de faire face de manière flexible à la baisse des volumes.

Les entrepreneurs Spar indépendants ont vu leur rentabilité menacée par des dépenses énergétiques conséquentes et l'indexation des salaires de janvier 2023. RPCG leur a prêté main-forte, notamment en faisant passer la rénovation (énergétique) des magasins à la vitesse supérieure et en proposant des analyses techniques et des audits énergétiques aux entrepreneurs.

RPCG est parvenu à maintenir un degré exceptionnellement élevé de fiabilité de ses livraisons tout au long de l'exercice. La qualité supérieure du service délivré aux entrepreneurs indépendants est largement reconnue dans le secteur.

Le nombre d'entrepreneurs Spar est demeuré relativement stable durant le dernier exercice, tout comme le nombre de magasins Alvo. RPCG compte un peu moins de commerces indépendants en raison de cessations d'activité ou d'économies d'échelle. L'organisation nourrit l'ambition de poursuivre l'extension de son réseau de commerçants affiliés et indépendants.



Contexte propice au succès de l'entrepreneuriat

- En dépit des difficultés qui affectent le marché de la distribution, RPCG recherche de nouveaux entrepreneurs indépendants désireux d'adhérer à la formule Spar, dont le modèle de franchise compte toujours parmi les plus rentables du secteur. Les candidats entrepreneurs peuvent compter sur un vaste programme de soutien pour monter leur affaire.
- RPCG est en mesure de proposer aux entrepreneurs des marges appréciables grâce à ses investissements continus dans l'efficacité de la chaîne logistique tout entière, du traitement des commandes à la facturation. Parallèlement, l'intérêt que l'organisation porte à la rentabilité des magasins affiliés permet d'intervenir à titre préventif en temps opportun.
- Le modèle de franchise offre une grande liberté personnelle d'entreprendre ainsi qu'un vaste éventail de conseils et de services d'appui, notamment destinés à améliorer la structure des coûts.
- Grâce à son environnement informatique stable au service d'une filière d'approvisionnement solide, flexible et extrêmement fiable, RPCG ne peut que mettre en place les conditions favorables au succès de l'entrepreneuriat.



ALIMENTATION

SANTÉ
& BIEN-ÊTRE

NON-FOOD

ÉNERGIE



Spar Colruyt Group représente la chaîne de supermarchés de proximité pour les courses quotidiennes et propose un vaste assortiment de produits frais, un service personnalisé et des prix serrés. Grâce à leur savoir-faire et à leurs assortiments spécifiques, les entrepreneurs indépendants apportent leur touche personnelle à leur établissement. Spar est source d'inspiration grâce à son magazine gratuit À Table et est réputé pour ses Top Deals hebdomadaires proposant 50% de remise. La plupart des magasins sont ouverts le dimanche (matin).



213 magasins, dont 176 dans la formule Spar Colruyt Group



350 - 1.800 m² de surface commerciale moyenne



monspar.be

Bénéfices de la rénovation

- Si les rénovations requièrent des investissements conséquents, les entrepreneurs peuvent bénéficier d'un appui commercial et d'un crédit partiel. Une fois mis sur les rails, un nouveau magasin Spar Colruyt Group affiche des résultats notablement supérieurs à la moyenne du marché.
- L'efficacité énergétique bénéficie elle aussi d'une attention toute particulière en cas de rénovation. Les entrepreneurs Spar peuvent solliciter auprès de RPCG des conseils techniques et des audits énergétiques tout en bénéficiant de conditions favorables auprès des entreprises, des installateurs et des sous-traitants.
- Pendant le dernier exercice, 3 magasins ont subi une refonte totale et ont été agrandis, si bien que 64 magasins arboraient le style de Spar Colruyt Group au terme de l'exercice.



- 4 nouveaux magasins
- 9 rénovations
- 3 fermetures
- 5 nouveaux magasins et 12 rénovations en 2023/24



Délicieuses réductions

Convaincu que ses clients accordent eux aussi davantage d'importance aux promotions avantageuses, Spar a repensé son dépliant bihebdomadaire. Le concept « Délicieuses réductions » a fait peau neuve : les offres 1+1 occupent à présent les premières pages du dépliant et les promotions les plus avantageuses sont davantage mises en lumière.

Le mensuel **À Table** continue quant à lui de faire la part belle à l'inspiration. Un tri des destinataires a permis de réduire le tirage d'un quart.

Différenciation par les produits frais

De nombreux magasins Spar sont réputés pour leurs départements fruits et légumes, plats traiteur, viande, fromage et pain richement achalandés. Autant de catégories phares, donc, qui permettent aux entrepreneurs de se distinguer dans leur région et de dégager de belles marges. Les boulangeries équipées d'étuves proposent du pain de qualité supérieure. Les entrepreneurs peuvent compter sur des conseils d'experts, généralement d'anciens boulangers, pour le lancement et l'exploitation de leur boulangerie.

Un nombre croissant d'entrepreneurs recourt à la plateforme centrale de commerce électronique, sur laquelle les clients posent leurs réservations de fin d'année ou pour la saison du barbecue.



Nouveau : la formule de vente autonome Spar For You

Spar For You constitue un nouveau concept de restauration automatisée destinée au marché B2B et répondant aux besoins de notre temps, comme le travail flexible et la consommation nomade. Le concept permet aux entreprises, établissements de soins, organisations, hôtels ou écoles de réaliser de jolis gains d'efficacité.

- Spar For You est disponible en plusieurs déclinaisons, de la solution à un ou plusieurs réfrigérateurs intelligents au Mini Market en passant par le food corner proposant du café frais. Collaborateurs, visiteurs et passants apprécieront la facilité d'utilisation, le paiement sans contact et la disponibilité permanente.
- Le service assure à la fois l'approvisionnement, la sécurisation et la technologie pour la plus grande tranquillité des clients B2B, qui se voient par ailleurs communiquer les résultats des ventes et la sélection de l'assortiment afin d'apporter les éventuels ajustements de rigueur.
- Spar For You représente l'aboutissement de la collaboration entre Spar, notre pôle d'innovation Smart Technics et notre spécialiste du foodservice Solucious, en charge de l'approvisionnement.
- Des projets pilotes ont été menés en 2022, notamment pour le compte d'ISS et de SN Brussels Airlines, tandis qu'une formule intégrale a été installée chez UCB début 2023.



ALIMENTATION

SANTÉ
& BIEN-ÊTRE

NON-FOOD

ÉNERGIE



Codifrance approvisionne en produits secs, frais et surgelés plus de 300 supérettes affiliées auprès des formules Coccinelle, Coccimarket et Panier Sympa. Les commerçants affiliés bénéficient également d'un appui en matière de marketing, de communication, de sélection de l'assortiment, de rénovation et d'aménagement de leur point de vente. Par ailleurs, Codifrance approvisionne quelque 1.200 commerces et grossistes indépendants dans plus de 70 départements.

Situées en milieu urbain ou rural, ces supérettes à taille humaine ciblent les clients qui font leurs courses au quotidien. Codifrance propose aux exploitants indépendants un vaste assortiment de produits de marques nationales, maison (Belle France) et premier prix. Les exploitants jouissent d'une grande latitude dans la gestion de leur magasin.

◦ **2004** : reprise de Panier Sympa et détention des licences Coccinelle et Coccimarket



302 magasins affiliés : **20** Coccinelle, **94** Coccimarket et **188** Panier Sympa



Livraisons à plus de **1.200** autres commerçants indépendants



100-400 m² de surface commerciale moyenne



Plus de **8.000** références



Entreprise présente sur les trois quarts du territoire français



Plus de **200** collaborateurs en ÉTP



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



codifrance.fr

Légère croissance du chiffre d'affaires

Grâce à une belle progression de son chiffre d'affaires, Codifrance est une nouvelle fois parvenu à boucler l'exercice sur des résultats positifs. Depuis la mise en place des restrictions généralement strictes en matière de mobilité durant la période de coronavirus, les consommateurs français sont restés remarquablement fidèles aux magasins situés dans leur voisinage immédiat. Dans un contexte de forte inflation, les canaux de distribution locaux ont conservé tout leur attrait grâce à leur offre diversifiée de produits et de services, mais aussi pour leur contact social.

Le résultat d'exploitation s'est amélioré, notamment en raison d'un suivi strict et continu des débiteurs. Grâce à la bonne maîtrise permanente de ses frais de transport, Codifrance est parvenu à atténuer les effets de l'inflation galopante.

Pleinement opérationnel depuis octobre 2023, le nouveau système ERP ultraperformant permettra à l'entreprise d'améliorer son excellence opérationnelle, sa productivité et sa rentabilité.

Le grossiste français représente un acteur majeur dans le secteur des supérettes, qui font partie intégrante du quotidien des consommateurs en France. Codifrance entend poursuivre l'expansion de son parc de magasins avec des commerces de qualité exploités par des gestionnaires passionnés et dotés d'un fort esprit d'entreprendre.



Rachat de Degrenne Distribution

- Colruyt Group a conclu en février 2023 un accord de principe pour le rachat de l'intégralité des parts du groupe français Degrenne Distribution, qui affiche un chiffre d'affaires annuel de quelque EUR 110 millions faisant de lui un acteur régional de premier plan sur le marché français des magasins de proximité.
- L'entreprise familiale est active dans le nord-ouest de la France et dans la région Île-de-France, où elle livre des produits secs, frais et surgelés à près de 1.800 points de vente. Degrenne approvisionne notamment 521 magasins de proximité affiliés sous les marques maison Episervice et Vivéco, de même que 47 magasins Coccinelle et 183 Coccimarket.
- Degrenne Distribution et Codifrance sont parfaitement complémentaires et pourront créer de véritables synergies, essentiellement sur le plan des achats et de la logistique. La reprise promet d'intéressants développements sur le marché français des magasins de proximité durant les années à venir.
- La transaction a été finalisée début juillet 2023 et l'intégration dans les chiffres consolidés de Colruyt Group sont attendues durant l'exercice 2023/24.





L'entreprise de foodservice Solucious livre des articles alimentaires dans toute la Belgique à ses clients professionnels, principalement actifs dans la restauration sociale (écoles, hôpitaux, établissements de soins...), l'Horeca et la restauration d'entreprise. L'assortiment comporte des produits secs, frais et surgelés, en petit comme en grand conditionnement, de marques nationales, de marques maison de foodservice Culino et Econom à l'attention des professionnels de la restauration, et de marques distributeur Boni Selection et Everyday. Solucious se distingue par sa facilité d'utilisation, une fixation des prix cohérente et équitable, avec remise sur quantité, ainsi qu'une fiabilité constante, sur lesquelles l'entreprise communique par ailleurs en toute transparence. Le département Culino accompagne et appuie les établissements de soins dans l'exploitation de leur cuisine de collectivité.

° 2013

**EUR 217 millions** de chiffre d'affaires (+ 40,8%)**29.000** clients**13.000** références en food, en produits frais et en produits surgelésPlus de **650** collaborateurs en ÉTP

solucious.be

Prestations de haut vol

- Pour la deuxième année consécutive, Solucious est parvenu à réaliser une croissance du chiffre d'affaires exceptionnelle, portée notamment par l'inflation mais plus encore par une forte augmentation des volumes.
- Sur un marché du foodservice en stagnation, l'entreprise est parvenue à convaincre de nouveaux clients essentiellement dans le secteur de l'Horeca, dont quelques grandes chaînes. La restauration sociale, segment proportionnellement majoritaire, a enregistré une légère croissance grâce à de bons résultats obtenus auprès de différents clients majeurs dont le choix s'était porté sur Solucious dès l'exercice précédent. Enfin, la restauration d'entreprise a encore quelque peu souffert du travail à domicile généralisé. De son côté, Culinoa est parvenu à intégrer quelques nouveaux centres de soins à son portefeuille de clients.
- Solucious a maintenu ses coûts sous contrôle et a poursuivi ses investissements dans la croissance à venir. Des espaces de stockage supplémentaires et le recrutement de nouveaux collaborateurs ont permis de renforcer la chaîne logistique. Par ailleurs, l'entreprise a invariablement maintenu ses investissements dans la numérisation des processus d'entreprise internes et l'extension de la plateforme de commerce en ligne.
- En moyenne, quelque 96% des articles commandés étaient disponibles de stock. Solucious parvient ainsi à maintenir un haut degré de fiabilité des livraisons, un atout majeur dans le secteur du foodservice.



Doublement de l'espace de stockage réfrigéré

Solucious approvisionne un nombre croissant de clients d'importance en produits frais et entend par ailleurs élargir sa gamme. À cette fin, l'espace libéré par le départ du service d'exportation Colex du site de Bornem a permis de porter à 7.900 m² les 3.600 m² d'origine de l'entrepôt réfrigéré. Les espaces existants ont été répartis autrement et réaménagés, donnant lieu à un travail plus efficace, plus sûr et plus agréable, ainsi qu'à une fiabilité accrue des livraisons.

- Chambres froides de 12 °C pour les fruits et légumes et de 4 °C pour les produits laitiers et la viande.
- Préparation des marchandises et transport à destination de 5 hubs régionaux. Bornem tient également lieu de hub.
- 28.000 opérations de préparation ou 900 commandes par jour.
- Durabilité : 640 panneaux solaires et réfrigération par récupération de chaleur couvrant 80% des besoins en chauffage des bureaux.

Transport plus durable

- Une livraison sur dix réalisée à Gand et dans le centre de Bruxelles est d'ores déjà assurée par **vélo cargo**. La livraison à vélo est également disponible à Anvers et à Liège depuis le mois d'août 2022. En mars 2023, un total de 700 livraisons ont été réalisées, pour une valeur moyenne de 280 euros.
- Dans les environs de Liège, Solucious a doté d'un sixième **hub** son réseau de transport, qui compte également trois centres de distribution. Le principe du hub limite la distance parcourue par les livreurs, qui évitent encore 900 km supplémentaires chaque jour grâce à la nouvelle implantation liégeoise.
- Mise en service des deux premiers **camions électriques** sur cinq. Dotés d'une autonomie de 300 km, ces véhicules réfrigérés sont principalement testés en vue de la distribution en milieu urbain.
- Test portant sur la transformation des **conteneurs à roulettes** à deux parois en modèles fermés à quatre parois, rendant inutile tout recours au film étirable. Une généralisation du concept pourrait permettre d'économiser plus de 700 km de film chaque année.

Synergies internes pour le plus grand confort des clients

En joignant ses efforts à ceux des partenaires du groupe, Solucious imagine des solutions qui répondent aux besoins en constante évolution des clients professionnels.

Les clients Horeca de la région bruxelloise peuvent désormais retirer leurs réservations du cash&carry **Colruyt for Professionals** de Meiser. Ils peuvent ainsi non seulement choisir parmi un vaste assortiment de produits pour le secteur de l'Horeca mais aussi économiser les frais de livraison.

Élaboration d'assortiments spécifiques pour les concepts de cantine automatisée de **Spar For You**.

Approvisionnement en denrées alimentaires et boissons équilibrées des réfrigérateurs intelligents des clubs de fitness de **Jims**.

**INCLUSIEVE
ONDERNEMING
AWARD 2022**

Des débouchés sur le marché de l'emploi

L'organisation de jeunesse JES a décerné à Solucious le titre d'« Entreprise inclusive 2022 » pour sa façon d'offrir des opportunités aux personnes qui éprouvent des difficultés à accéder au marché du travail. L'intérêt pour la diversité à l'embauche et les initiatives comme l'apprentissage sur le terrain, l'accompagnement professionnel et le coaching linguistique constituent autant d'éléments pris en considération. Des journées de l'emploi couronnées de succès ont également été organisées à l'attention des jeunes avec le concours de JES et de Future@Work.



Partenaire logistique de la semaine des soins

En mai 2022, Solucious a fait don de 3.000 coffrets-cadeaux aux collaborateurs d'institutions de soins et de bien-être en Flandre. Ces établissements ont ouvert leurs portes au grand public à l'occasion de la semaine des soins et ont accueilli la remise des coffrets avec faste.



Reprise en avril 2021, l'entreprise Culinoa encadre les établissements de soins dans l'exploitation de leur cuisine de collectivité afin que les chefs cuisiniers puissent se concentrer sur la préparation de repas savoureux, sains et de qualité à un prix contrôlé.

- Un vaste éventail de **services** a été défini pendant le dernier exercice. Clients et prospects peuvent solliciter auprès de Culinoa des audits et autres conseils sur la création de menus et de programmes nutritionnels, la gestion du personnel, la durabilité, l'hygiène, l'optimisation des processus de la cuisine et la maîtrise des coûts pour les denrées alimentaires. La nouvelle Culinoa Academy dispense diverses formations sur ces thèmes sur les sites de la Colruyt Group Academy.



- Si les établissements de soins demeurent son groupe cible principal, Culinoa se tourne aussi vers les centres d'hébergement pour personnes atteintes d'un handicap. L'enseigne se prépare également à mettre le pied en **Flandre**, où elle entend réaliser une forte croissance dans les années à venir. C'est ainsi que le bilinguisme a été introduit au sein du contact center, des canaux de communication et de l'équipe de vente.
- L'équipe de vente de Culinoa intégrera celle de Solucious, afin de proposer aux clients un seul et même interlocuteur pour l'ensemble des services, de la pure livraison à l'appui des processus de cuisine.



DATS 24

En Belgique, DATS 24 propose l'ensemble des carburants conventionnels et énergies de substitution, de l'essence au diesel en passant par l'AdBlue, l'électricité, l'hydrogène ou encore le gaz naturel (CNG). Le spécialiste en carburant et fournisseur d'énergie de Colruyt Group œuvre à une mobilité plus verte tout en poursuivant ses investissements dans l'extension de son réseau de stations et, plus particulièrement, de son infrastructure de recharge électrique et de ses stations à hydrogène publiques. DATS 24 organise notamment des ateliers, des conférences et des webinaires qui ont pour vocation d'informer et d'inspirer particuliers et entreprises à durabiliser leur mobilité. L'enseigne détient un certificat ISO 14001 entérinant le management environnemental de ses stations. Voici plus de 50 ans déjà, DATS 24 (Discount Automatic Tanking Service) innovait en ouvrant ses premières stations automatisées, ouvertes 24 heures sur 24.

- 1972
- 📊 EUR 886 millions de chiffre d'affaires (+ 11,0%)
- 🚰 145 stations, dont 92 proposant du CNG
- 🚗 208 sites de magasins équipés de bornes de recharge
- 👤 Plus de 70 collaborateurs en ÉTP
- 💬 De l'énergie sur la route, chez soi et au travail
- 🖥️ dats24.be

Volatilité exceptionnelle

- DATS 24 peut se targuer d'un exercice exceptionnel à tous les égards, avec un marché des carburants en proie à un haut degré de volatilité. Le chiffre d'affaires, qui a suivi la courbe de l'inflation tout au long de l'exercice, reposait sur la vente de carburants traditionnels tandis que le volume de CNG a accusé un recul de plus d'un quart. Le maintien des prix du gaz à un niveau exceptionnellement élevé a poussé les clients à se tourner vers les carburants classiques. Le volume total des ventes a légèrement diminué, là aussi conformément à la contraction du marché.
- Le nombre de **clients** est resté plus ou moins stable, tandis que le volume par prise de carburant a légèrement baissé. Divers facteurs expliqueraient cette baisse : sensibilité accrue au prix et contrôle plus strict du budget de la part des consommateurs, maintien du travail à distance et augmentation de la part des véhicules hybrides, qui nécessitent de plus faibles volumes de carburant.
- Les **marges** se sont maintenues, bien que les mécanismes du marché aient contraint DATS 24 à vendre presque à perte pendant un certain temps. En effet, les prix maximums officiels ont tardé à suivre la hausse des prix d'achat. Toutes les marques de carburant ont par la suite appliqué les prix maximums, neutralisant ainsi une grande partie des promotions de la concurrence, tout profit pour les marges.
- DATS 24 a accéléré le déploiement des pompes proposant de l'**AdBlue**, un additif qui réduit drastiquement les émissions de NOx des moteurs diesel. Au terme de l'exercice, le produit était disponible dans 85 stations, tandis que le chiffre d'affaires a plus que doublé.



- 4 nouvelles stations
- 2 stations CNG supplémentaires
- 270 bornes de recharge supplémentaires



Pleins feux sur la mobilité électrique



Bornes de recharge sur 230 sites

- DATS 24 a poursuivi ses investissements dans l'expansion de son réseau de bornes de recharge, tant sur les sites des magasins et bureaux de Colruyt Group qu'auprès de clients externes. Au terme de l'exercice, 735 points de charge répartis sur 230 sites, dont 13 délivrant jusqu'à 60 kW de puissance de recharge, proposaient de l'électricité verte. Des bornes de recharge équipent d'ores et déjà plus d'un tiers des magasins de Colruyt, Okay, Bio-Planet, Dreamland et Dreambaby, si bien que les clients peuvent aisément combiner courses et recharge.
- Une sélection de parkings de magasins accueillera progressivement des zones de recharge pouvant recharger jusqu'à dix véhicules simultanément. DATS 24 les mettra par ailleurs à profit pour combler la demande de recharge rapide en dotant ces installations de trois chargeurs rapides de 150 kW combinés à deux chargeurs conventionnels de 22 kW.
- Durant le dernier exercice, la consommation en kWh des bornes de recharge de DATS 24 a plus que doublé, d'une part en raison de l'expansion de son réseau, d'autre part en raison de la proportion croissante des véhicules électriques dans le parc automobile.
- Grâce à la **carte de recharge** DATS 24, les abonnés accèdent à plus de 23.000 bornes de recharge en Belgique et 222.000 à l'étranger.

Premières bornes de recharge pour clients externes

Sur le marché B2B, DATS 24 s'adresse essentiellement aux entreprises associées à Colruyt Group. Ainsi, des bornes de recharge (rapide) avaient été installées sur le site de sept magasins Spar indépendants dès la fin de l'exercice. Les commerçants acquièrent les bornes de recharge et en perçoivent une part des bénéfices. Compatibles avec la plupart des cartes de recharge et généralement accessibles en dehors des heures d'ouverture des magasins, ces bornes de recharge s'adressent à un vaste public.

La collaboration se veut mutuellement profitable. Le client externe peut s'en remettre au savoir-faire et à la fiabilité de DATS 24, du choix du type de chargeur à l'entretien, en passant par l'installation et la certification. Notre spécialiste de l'énergie est par ailleurs en mesure de rendre la mobilité durable plus accessible, à domicile, en déplacement et au travail.

Expertise combinée

En quelques années, DATS 24 est parvenu à se constituer une véritable expertise dans l'installation et l'exploitation d'infrastructures de recharge sur le site des magasins de Colruyt Group, dans les entreprises et au domicile des collaborateurs. Afin de donner un coup de fouet à l'expansion, notre spécialiste de l'énergie s'est associé à **Pluginvest**, une entreprise anversoise spécialisée dans les bornes de recharge, qui assurera l'installation et l'entretien du réseau. Avec un investissement de EUR 4 millions, Colruyt Group a acquis à la mi-mai 2022 une participation de 25% dans Pluginvest.



De l'énergie à domicile et au travail

Voici deux ans, DATS 24 commençait à fournir de l'électricité 100 % respectueuse de l'environnement et du gaz naturel aux particuliers et aux entreprises. Quelque quinze mille ménages ont d'ores et déjà souscrit à l'offre du fournisseur d'énergie sans le moindre investissement notable de ce dernier en marketing ou en acquisition de clients. Ces derniers apprécient l'offre claire et transparente, l'accessibilité du service et les prix avantageux. DATS 24 fait généralement bonne impression dans les simulations de prix des régulateurs officiels de l'énergie. Concernant les activités B2B, DATS 24 se focalise sur la prestation de services à l'attention des partenaires actifs au sein du groupe.



CNG : en attente de réglementation européenne

- En raison des hausses persistantes des prix sur le marché international de l'énergie, les prix du CNG ont eux aussi poursuivi leur augmentation tout au long de la première moitié de l'exercice pour atteindre un record historique en août 2022. Les prix ont entamé leur baisse dès le mois de septembre pour se stabiliser au terme de l'exercice au double du prix historique de moins d'un euro. Cette inflation a pratiquement mis un coup d'arrêt aux immatriculations de nouveaux véhicules au CNG.
- Comme prévu, DATS 24 a inauguré deux nouvelles stations au CNG durant l'exercice. Le spécialiste du carburant entrevoit toujours du potentiel dans son réseau de gaz naturel, puisqu'il est tout à fait possible d'y injecter du biogaz (renouvelable), qui délivre un mélange plus durable ne nécessitant aucune modification des actuels véhicules au CNG. Aussi, DATS 24 compte sur un cadre réglementaire européen régissant l'utilisation des carburants bio, éventuellement inspiré des systèmes de certification en vigueur aux Pays-Bas et en Allemagne.



L'hydrogène comme carburant durable

DATS 24 reste à l'avant-garde en matière de commercialisation d'hydrogène comme carburant durable pour véhicules. La conduite électrique à l'hydrogène s'accompagne d'une série d'avantages uniques : une prise de carburant rapide, aucune émission de CO₂, de suie ou de particules fines durant la conduite et la garantie d'une autonomie de 650 à 700 km indépendamment des conditions hivernales.

DATS 24 nourrit la conviction que l'hydrogène est appelé à compléter l'électricité sur batterie et estime qu'un véhicule électrique sur cinq sera doté d'une pile à combustible à l'hydrogène. Ce gaz démontre toute son utilité aux endroits caractérisés par un climat froid et une infrastructure électrique lacunaire, de même pour les conducteurs qui n'ont pas la possibilité d'installer de borne de recharge privée, qui tractent de lourdes charges ou qui parcourent de grandes distances et doivent pouvoir faire rapidement le plein.

- De nouvelles stations à hydrogène ont été mises en service à Wilrijk et Haasrode, portant le total à trois stations, qui ont vendu ensemble 10 tonnes d'hydrogène. Le site de Wilrijk réapprovisionne entre autres les camions-poubelles à hydrogène de la ville d'Anvers. La station à hydrogène publique de Haasrode a notamment vu le jour grâce au soutien du programme H2Benelux. De nouvelles stations seront mises en service à Ollignies, Herve et Erpe-Mere dans le courant de l'année 2023.
- Conjointement avec les pionniers de l'hydrogène que sont Toyota, Hyundai et ALD Automotive, DATS 24 aide les entreprises à franchir le pas de la mobilité à l'hydrogène, entre autres à travers d'attrayantes formules de leasing et des ateliers proposant des essais sur route.

Annonces publicitaires dans les stations

Les stations s'utilisent dans une mesure croissante pour les ventes d'annonces publicitaires : sur les écrans équipant les pompes et sur les affiches dans l'ensemble des 145 stations. Par ailleurs, une trentaine de stations est équipée de grands écrans numériques, exploités en collaboration avec Clear Channel Belgium. DATS 24 y diffuse non seulement ses propres communications en termes de qualité ou de durabilité, mais aussi des campagnes de partenaires internes comme Newpharma ou encore d'annonceurs externes.



Nouveaux terminaux de paiement

Au terme de l'exercice, toutes les stations étaient équipées des nouveaux terminaux de paiement, qui brillent par leur facilité d'utilisation : dotés d'un éclairage efficace et d'un affichage net, ils sont adaptés à toutes les cartes et au paiement sans contact. Le rouleau de papier de 400 m requiert un remplacement moins fréquent et le fonctionnement du terminal peut être aisément contrôlé à distance.



Économie d'énergie

Les clients de DATS 24 peuvent s'appuyer sur les nombreux conseils et astuces délivrés par l'enseigne pour réaliser des économies de carburant et d'énergie, à domicile comme pour les déplacements. Parallèlement aux fréquentes newsletters, deux ateliers très appréciés sont proposés par la Colruyt Group Academy : « Rouler plus vert sur la route » et « Faites des économies d'énergie ». L'outil en ligne guideducarburant.be remporte lui aussi un franc succès.

Intégration dans Virya Energy

En octobre 2022, Colruyt Group a fait part de son intention d'intégrer les activités de DATS 24 en Belgique dans le holding énergétique Virya Energy, dont le groupe est actionnaire majoritaire. L'intégration a été menée à son terme au 1er juin 2023.

Cette mutualisation des capacités s'avère indispensable pour rester dans la course sur un marché de l'énergie en mutation rapide. En évoluant dans un écosystème énergétique plus vaste, DATS 24 a les coudées franches pour concrétiser à la fois ses projets et ses ambitions : devenir l'un des principaux fournisseurs dans le segment de l'électrification et mener à bien la transition énergétique.

L'intégration de toute l'expertise énergétique dans l'ensemble de la chaîne de valeur est gage de grande valeur ajoutée et de synergie, puisque DATS 24 et Virya Energy se veulent complémentaires dans l'ensemble de la chaîne de valeur énergétique, du développement à l'entretien, en passant par le financement, la construction, l'exploitation, la livraison et l'offre de services.

DATS 24 continuera d'exister en tant que marque et poursuivra l'exploitation de ses stations et de son réseau de bornes de recharge. Ces changements seront donc à peine perceptibles aux yeux des consommateurs finaux.

L'entreprise continue également de contribuer à la réalisation des objectifs stratégiques de Colruyt Group.

virya

energy

Le holding énergétique Virya Energy est actif dans la conception, le financement, la construction, la production, l'exploitation et la maintenance d'installations de production d'énergie renouvelable, essentiellement éolienne en mer et sur terre.

Virya Energy a été constitué en 2019 par Colruyt Group et Korys, l'actionnaire majoritaire du groupe. Le holding détient des participations dans des entreprises qui se consacrent à la production d'électricité verte d'origine éolienne et hydroélectrique, et au développement d'installations de production et de stockage d'hydrogène vert. En tant que holding faïtier, Virya Energy favorise l'échange de savoir et de technologies entre les entreprises et investit massivement dans les services d'appui, la recherche et le développement.

1.548 GWh d'énergie verte

En 2022, Virya Energy a produit plus de 1.548 GWh d'énergie verte, soit l'équivalent de la consommation annuelle de 440.000 foyers.

° 2019 : constitution par Colruyt Group et Korys

● Participation : 59,94%



L'entreprise belge Parkwind est active dans la production d'énergie éolienne offshore dans divers pays. Elle développe des activités tout au long de la chaîne de valeurs et œuvre à divers programmes de recherche en collaboration avec des universités et des organismes publics.

Parcs éoliens en Belgique	Participation Parkwind	Puissance	Production en 2022
Belwind (2010)	78,5%	171 MW	423 GWh
Northwind (2014)	30%	216 MW	506 GWh
Nobelwind (2017)	41%	165 MW	599 GWh
Northwester 2 (2020)	70%	219 MW	599 GWh
TOTAL		771 MW	2.127 GWh

Parcs éoliens offshore en Belgique

Parkwind détient une participation dans quatre parcs éoliens en activité situés en mer du Nord, au large des côtes belges. En 2022, ces parcs éoliens ont produit conjointement 2.127 GWh d'électricité verte, soit l'équivalent de la consommation annuelle de 607.000 foyers. Cette performance hisse Parkwind parmi les principaux producteurs d'électricité de Belgique. L'entreprise prévoit également de prendre part en 2024 à des appels d'offres pour la construction de parcs éoliens dans la zone Princesse Elisabeth au large des côtes belges.

- En raison de la faiblesse du vent, la production éolienne en mer comme sur terre s'est révélée plutôt peu performante en 2022, l'une des plus mauvaises années jamais enregistrées en Europe du Nord.
- Ce déficit éolien a été légèrement compensé par des prix de l'énergie culminant à un sommet historique en conséquence de la crise internationale de l'énergie. Seule une fraction de la production d'énergie a pu faire l'objet d'une augmentation de prix, puisque les prix de vente sont généralement fixés par des contrats à long terme.
- L'inflation générale a poussé vers le haut les coûts d'exploitation en 2022.
- Avec plus de 95% en moyenne, la disponibilité des installations s'est une nouvelle fois maintenue à un haut niveau. La continuité opérationnelle a également été assurée tout au long de l'année.

Virya Energy contribue activement à un approvisionnement en énergie plus durable, à la préservation de l'environnement ainsi qu'à une plus grande indépendance énergétique. Le holding participe à la fourniture d'énergie et œuvre depuis des années déjà à une industrie de l'énergie durable en Belgique comme en Europe. Cet état de fait a en partie permis au secteur éolien offshore belge de se hisser au rang d'industrie économique d'envergure à la renommée internationale. Virya Energy s'engage à consolider et à renforcer l'expertise acquise au niveau européen.

L'entreprise plaide en faveur d'un système transparent qui taxerait uniquement les bénéfices excédentaires de manière équitable. Malheureusement, nous ne retrouvons pas complètement ces conditions dans la mise en œuvre des impôts additionnels frappant les bénéfices excédentaires réalisés en 2022 par les producteurs d'énergie. Virya Energy entend toutefois se joindre aux autorités pour réfléchir à un financement des mesures de soutien qui ne porterait pas préjudice à l'ensemble de l'industrie de l'énergie renouvelable et ne compromettrait en rien le climat d'investissement.



Parcs éoliens offshore à l'étranger

Parkwind poursuit ses investissements dans le développement de projets éoliens internationaux, essentiellement en Europe mais aussi en Australie et en Nouvelle-Zélande.

Arcadis Ost I. Comme prévu, le parc éolien de la partie allemande de la mer Baltique a commencé à produire, au printemps 2023, de l'électricité à l'aide d'un nombre limité d'éoliennes. Le projet s'est déroulé sans encombre, mais a accusé du retard en raison de reports de livraison de certaines pièces. Notamment grâce à la conclusion de nouveaux accords avec les sous-traitants et les banques, l'intégralité du parc sera mise en service fin 2023, conformément au planning. Générant une puissance de 256 MW, les 27 éoliennes alimenteront jusqu'à 290.000 foyers allemands en électricité verte.

Oriel. Parkwind et la compagnie irlandaise d'électricité ESB ont obtenu les agréments nécessaires pour prendre part à l'appel d'offres lancé en mai 2023 pour la construction du futur parc éolien en mer d'Irlande. S'ils remportent le marché, les premières étapes du développement d'un parc éolien d'une puissance installée de 375 MW pourraient suivre à partir de l'automne 2023.

En outre, les deux partenaires se penchent ensemble sur la réalisation du futur parc éolien irlandais **Clogherhead**.

Norvège. En collaboration avec deux partenaires locaux, Parkwind se prépare à répondre en 2023 aux appels d'offres relatifs à deux parcs éoliens offshore dans les eaux norvégiennes.

Grèce. Parkwind a conclu un accord avec le conglomérat local Intrakat pour soumissionner à un appel d'offres portant sur un parc éolien terrestre de 300 MW.



JERA Green reprend Parkwind

En mars 2023, Virya Energy est parvenu à un accord avec JERA Green, une filiale de la multinationale japonaise JERA, spécialisée dans la production d'énergie, accord entérinant l'acquisition de l'intégralité des actions de Parkwind. La transaction sera probablement bouclée plus tard dans l'année et constituera une étape décisive dans le futur développement de Parkwind comme acteur international de premier plan dans le secteur de l'énergie.

- Active dans 18 pays et à tous les stades de la filière énergétique, JERA constitue la plus grande compagnie de production d'énergie du Japon.
- JERA appuiera les futurs projets d'expansion de Parkwind. L'entreprise sera en mesure d'étendre plus rapidement ses activités éoliennes offshore sur des marchés où JERA est d'ores et déjà représentée ou qui lui offrent des débouchés favorables. Parallèlement, JERA nourrit l'ambition d'investir davantage en Belgique afin d'étendre sa présence internationale au départ de Louvain.

Mi-2022, Colruyt Group communiquait l'intention de Virya Energy d'examiner diverses options de développement stratégique, dont le désinvestissement partiel ou total de ses participations dans Parkwind. En effet, l'industrie éolienne offshore est entrée ces dernières années dans une phase d'accélération. Le marché mondial de l'énergie éolienne en mer est devenu encore plus concurrentiel et les nouveaux projets gagnent substantiellement en ampleur, ce qui accroît les risques financiers pour les investisseurs. La reprise par JERA offre à Parkwind toutes les opportunités de conserver un rôle d'acteur majeur dans l'industrie éolienne offshore internationale.

De son côté, **Virya Energy** nourrit l'ambition de poursuivre ses investissements dans l'énergie éolienne terrestre, mais aussi dans d'autres technologies, comme l'énergie solaire et l'hydrogène, et d'étendre ses activités et ses sites de production.

Énergie renouvelable sur terre

En écho à son ambition de laisser une empreinte durable plus marquée, Virya Energy œuvre à la consolidation et au développement du savoir-faire et des compétences internes. À cette fin, les équipes d'Eurowatt et d'Eoly Energy s'appêtent à resserrer davantage encore leurs liens de collaboration dans le secteur de l'énergie éolienne et solaire terrestre.



EOLY

Eoly Energy est actif sur le marché belge de l'énergie et gère 21 éoliennes terrestres, dont trois unités détenues par Eoly Coopération. L'entreprise œuvre également au développement de 19 nouvelles éoliennes terrestres en Belgique. La production d'hydrogène vert et ses applications sont également à l'étude dans le cadre de divers programmes de recherche.

En 2022, Eoly Energy a produit 71 GWh d'électricité verte, soit l'équivalent de la consommation annuelle de 20.000 foyers. Les résultats significativement en deçà des attentes étaient imputables aux vents généralement faibles. La disponibilité s'élevait à 94,47%, un chiffre inférieur à la moyenne dû à des problèmes techniques, entre-temps résolus par les fournisseurs. La disponibilité affichait 96,57% dès janvier 2023.

- **Affligem.** Une demande de permis environnemental a été introduite pour 2 éoliennes le long de l'autoroute E40 en collaboration avec le producteur et fournisseur d'énergie ENGIE. Les riverains peuvent également investir dans le projet par le truchement de la société coopérative CoGreen de ce dernier.
- Une demande de permis a été introduite pour l'extension de l'actuel parc éolien installé sur le site de **Dassenveld** à Hal.



Eurowatt produit de l'énergie éolienne terrestre et de l'énergie hydroélectrique à petite échelle. L'entreprise compte 34 parcs éoliens opérationnels en France, au Portugal et en Pologne, et 3 centrales hydroélectriques en Espagne et au Portugal, qui génèrent une puissance totale de quelque 400 MW. En 2022, ces mêmes sites ont produit un total de 840 GWh d'électricité, soit l'équivalent de la consommation annuelle de 240.000 foyers.

Eurowatt investit dans l'expansion à travers la conception et la construction de nouveaux parcs éoliens et solaires en France et en Pologne, pays présentant un immense potentiel en termes d'énergie renouvelable.

En Grèce, le groupe Virya a obtenu l'autorisation de lancer le développement d'un parc éolien d'une puissance approximative de 250 MW.

Eurowatt étudie diverses formules permettant aux citoyens d'acquérir des parts dans les projets éoliens et solaires mis en œuvre dans les zones géographiques où l'entreprise est active.

Sanchore

Opérationnel depuis 2018, le parc éolien indien de Sanchore compte 20 éoliennes d'une puissance totale de 40 MW. En 2022, le parc a produit 94,5 GWh d'électricité verte, une quantité analogue à celle des années précédentes. Après un refinancement des dettes, Sanchore dispose à nouveau de suffisamment de fonds propres.

Virya Services

La division Virya Services regroupe un vaste éventail de services, qui appuient les entreprises productrices d'énergie et permettent à Virya Energy de couvrir un plus large spectre de la chaîne de valeurs offshore. En 2021, le holding a acquis des participations dans trois entreprises belges pour ensuite se recentrer sur l'appui aux entités constitutives de Virya Energy pendant son premier exercice complet en 2022. En 2023, le prestataire de services se focalisera davantage sur son expansion internationale et proposera des services d'entretien, de réparation et de sécurité des parcs éoliens, à l'issue de la phase de développement également.

Participation de 60% dans **GeoXYZ**, société spécialisée dans l'étude et la surveillance des fonds marins.

Participation de 37% dans **Fluves/Marlinks**, société spécialisée dans les systèmes de surveillance permanente des pipelines, des installations industrielles et des câbles électriques sous-marins.

Participation de 86% dans **dotOcean**, qui développe des logiciels de géolocalisation avancée et des systèmes de contrôle, notamment pour la navigation autonome de navires et de véhicules.

Investissements dans l'hydrogène vert

Virya Energy poursuit ses investissements dans le développement de projets permettant la production d'hydrogène durable au moyen d'électricité renouvelable. L'entreprise est avant tout convaincue du potentiel de l'hydrogène comme carburant durable pour le transport lourd, le transport de passagers et les applications industrielles. Ensuite, l'hydrogène permet non seulement d'équilibrer le réseau électrique, mais peut également être injecté sous la forme de gaz vert dans le réseau de gaz naturel et dans le futur réseau d'hydrogène. Virya Energy considère que l'hydrogène (vert) constituera un élément indispensable du futur mix énergétique et de la transition énergétique au sens large. Aussi, l'entreprise appelle de ses vœux l'instauration d'un cadre réglementaire européen.

- Virya Energy prend part à de nombreux projets (pilotes) impliquant de l'hydrogène vert, notamment dans la motorisation de bus, de bateaux de transport fluvial et de navires. À Bruxelles, un projet pilote d'un an, lancé en collaboration avec Taxis Verts, a mis en circulation un premier taxi à hydrogène vert.



- Aux Pays-Bas et en Allemagne également, Virya Energy intervient dans des projets industriels qui allient production d'électricité verte et production d'hydrogène vert. Les projets de Terneuzen et Vlissingen sont éligibles aux subventions accordées par les pouvoirs publics néerlandais.
- Virya mène également le développement d'une usine d'hydrogène de grande capacité à Zeebrugge.

Participation citoyenne

Eoly Coopération permet aux particuliers d'acquérir des parts dans les éoliennes bâties par Eoly Energy. Riverains et collaborateurs de Colruyt Group bénéficient d'un droit de préemption dans les nouvelles levées de fonds. À l'instar des levées de fonds précédentes, la collecte organisée en mai 2022 visant à récolter EUR 2,75 millions pour une troisième éolienne a atteint son objectif en quelques semaines. L'Assemblée générale de juin 2022 a approuvé pour l'exercice 2021 un dividende brut appréciable de l'ordre de EUR 13,75 par action, soit un rendement annuel de 5,5% brut.

Constituée en 2018 par Parkwind, Colruyt Group et Korys Investments, la coopérative **North Sea Wind** a offert au grand public la possibilité de financer les prêts octroyés à l'industrie éolienne en mer.

L'Assemblée générale de mai 2022 a approuvé pour l'exercice 2021 un dividende brut de l'ordre de EUR 0,45 par action, soit un rendement annuel de 3,9% brut.

Le rôle de précurseur tenu par North Sea Wind et l'expérience du modèle participatif d'Eoly Coopération ne pourront que profiter aux futurs projets éoliens offshore de Parkwind. En effet, la participation citoyenne finira probablement par devenir un critère majeur dans la participation aux procédures d'appel d'offres pour les nouveaux parcs éoliens en mer.





Symeta Hybrid

Symeta Hybrid est le leader du marché belge de la communication marketing personnalisée et du flux de documents administratifs, tels que les factures et les fiches de salaire. L'entreprise dispose d'une technologie d'impression et de publipostage dernier cri ainsi que d'une plateforme de gestion des données performante, et garantit le plus haut niveau de sécurité des données confidentielles telles que les données à caractère personnel. Ces solutions globales flexibles constituent un gage d'efficacité pour les entreprises et de facilité d'utilisation et de liberté de choix pour les clients finaux.

Symeta Hybrid se place au service de ses clients internes et externes⁽¹⁾ dans divers secteurs, tels que les ressources humaines, la finance, les soins de santé, les entreprises d'utilité publique, les télécommunications, les pouvoirs publics et l'industrie.

L'entreprise dispose de tous les certificats ISO liés à ses activités : 14001 (environnement), 9001 (production) et 27001 (sécurité de l'information).

(1) Le chiffre d'affaires externe est comptabilisé dans les « Autres activités ».

◦ 2020 : fusion de Symeta et de Joos Hybrid



Plus de 400 collaborateurs en ÉTP



symeta-hybrid.com



Chef d'orchestre

Symeta Hybrid combine les flux de documents papier et numériques et s'impose de plus en plus comme un véritable chef d'orchestre qui intègre également dans sa communication des plateformes et des outils externes, comme Doccle et ItsMe. Quant à la facturation, l'entreprise envisage de collaborer avec le spécialiste belge **Digitel**, dans lequel Colruyt Group détient des participations. Aussi, elle poursuit ses investissements dans un environnement informatique sûr et agile, qui permet l'élaboration de nouveaux services articulés autour des données.

Moins de papier, plus de valeur



Sur un marché particulièrement concurrentiel, Symeta Hybrid a produit de vastes quantités d'imprimés pour le compte de ses partenaires au sein de Colruyt Group et de clients externes. La demande de travaux d'impression a toutefois accusé un net recul, notamment en raison de la forte hausse des prix du papier et de l'énergie.



Symeta Hybrid poursuit la création abondante de valeur grâce à son avance dans les **travaux d'impression personnalisés**. Ainsi, l'entreprise est la référence dans la production d'enveloppes en papier pour dépliants et magazines, segmentées et personnalisées jusqu'au niveau individuel. Les enveloppes ne constituent que l'une des applications du papier comme élément différenciateur.



Symeta Hybrid est fin prêt à accélérer la transition entre les travaux d'impression traditionnels et une communication plus ciblée, centrée sur la durabilité, la maîtrise des coûts et la pertinence.



À travers des contrats à long terme conclus notamment avec les services publics et les entreprises de télécommunication pour la production et l'envoi de documents transactionnels, Symeta Hybrid se profile comme le partenaire idéal pour les organisations désireuses de sous-traiter leurs activités d'impression et de publipostage. Afin de faire face à la future croissance de ce segment, 1,5 million d'euros ont été investis dans des machines de publipostage supplémentaires.



La hausse spectaculaire des prix du papier et de l'énergie a mis les marges sous pression. En raison de conditions fixées par contrat, l'inflation n'a pu être répercutée que partiellement ou avec retard sur les clients, à quelques ajustements intermédiaires près. Les clients ont par ailleurs envisagé plus fréquemment de recourir à des types de papier moins onéreux.







Départements d'appui du groupe

Informatique, technique, communication... Colruyt Group abrite en son sein de nombreux domaines d'expertise à la disposition des collaborateurs, partenaires internes et clients. Vous trouverez ci-après une sélection d'activités et de réalisations des départements d'appui de l'exercice écoulé.



Fine Food

Colruyt Group est le seul détaillant du secteur alimentaire en Belgique à disposer de ses propres départements de production à l'échelle industrielle, regroupés au sein de Colruyt Group Fine Food. Grâce à la production en gestion propre et à notre expertise accumulée au fil des ans, nous sommes à même de maîtriser nos coûts de production, de garantir une qualité constante et de créer une valeur ajoutée pour nos marques propres et pour les clients.

Fine Food transforme de la viande et prépare des salades à tartiner, découpe et emballe du fromage, embouteille du vin, torréfie du café et cuit du pain. Les produits prêts à la vente sont commercialisés sous nos marques propres, telles que Boucherie Colruyt, Boni Selection, Everyday et Spar. Fine Food compte plus de 1.100 collaborateurs permanents, répartis sur neuf sites de production.



41.195

tonnes de viande transformées



2.785

tonnes de salades à tartiner produites



23,9

millions de litres de vin mis en bouteille



17.290

tonnes de fromage emballées



6.265

tonnes de café torréfiées



35,75

millions de pains cuits



Moins de viande, plus de pain

- Sur un marché du détail en contraction, Fine Food a également enregistré une baisse et un déplacement de ses volumes de production durant le dernier exercice. Cette tendance s'est avérée la plus manifeste dans la viande de bœuf, quelque peu plus nuancée dans la viande de porc et minime dans la volaille, la charcuterie et les salades à tartiner. La production de salades à tartiner végétariennes a doublé. L'inflation a poussé les consommateurs à rechercher des solutions meilleur marché, provoquant notamment un basculement de la viande fraîche aux préparations, ou de Boni à Everyday. En raison des baisses de volumes, une plus forte proportion de viande a pu être transformée en interne plutôt que sous-traitée.
- Les volumes de production du fromage, du café et du vin se sont maintenus peu ou prou, tandis que ceux des boulangeries ont légèrement augmenté, notamment grâce aux prix très compétitifs et au succès du pain précuit produit pour le compte de l'enseigne Okay, aux produits à petit budget en général et aux sandwiches destinés au marché international.
- L'inflation des prix d'achat et l'indexation des salaires de janvier 2023 ont nui à la rentabilité, tandis que Fine Food n'a répercuté que partiellement et tardivement la majoration de ses coûts.
- Fine Food s'attend à ce que, l'année prochaine également, les prix restent élevés pour certaines catégories comme la viande, en raison de la persistance des prix élevés des aliments, matériaux d'emballage et matières auxiliaires comme le beurre, le lait et les œufs.
- Les départements de production multiplieront les investissements dans le développement d'assortiments spécifiques pour nos enseignes en veillant particulièrement aux aspects durables, comme la transition protéique et les emballages recyclables. Ainsi, le site produit d'ores et déjà un bel assortiment de houmous et d'autres produits végétariens.

Optimisations

Fine Food s'est concentré sur la poursuite des **optimisations** et des automatisations de ses systèmes et processus (de production), ce qui lui a permis de réduire le recours aux effectifs temporaires et aux intérimaires.



- Augmentation de l'efficacité opérationnelle des lignes de production et d'emballage, notamment par des interventions ciblées sur les pertes et les mises à l'arrêt.
- Réduction du nombre de recettes dans le département du pain.
- Réaffectation des volumes entre les sites de boulangerie, qui se spécialisent désormais dans les pains courants, la pâtisserie, le *bake-off* pour les clients externes, etc.
- Nouvelle installation ouvrant automatiquement les bacs pliants propres, faisant l'économie d'un important travail manuel.



Poursuite de l'intégration verticale

Colruyt Group continue d'investir dans sa propre production et dans l'intégration verticale.

- Afin d'accroître notre efficacité et notre compétitivité, nous retirerons progressivement la **production de volaille** du site de Wommelgem pour la centraliser intégralement en décembre 2023 sur celui de Fine Food Meat à Hal. Cette centralisation sera gage de synergies et de transferts plus efficaces entre nos centres de production et de distribution. Le nouvel emplacement se révèle par ailleurs plus adapté au léger recul des volumes sur le marché. Le nombre de postes sera maintenu et les collaborateurs concernés bénéficieront d'un accompagnement personnalisé.
- Les autorisations ont été demandées pour la construction d'un nouveau **département de découpe et d'emballage du fromage**, également sur le site de Fine Food à Hal, qui devrait être mis en service dans le courant de l'année 2025.

Investir dans la production nationale



Depuis des années déjà, Colruyt Group investit résolument dans l'agriculture belge afin d'ancrer la production dans le pays, de préserver le savoir-faire local et de mettre en place des modèles de collaboration durables. À travers des mécanismes d'achat garanti, nous offrons aux agriculteurs une garantie de revenus et des

perspectives de croissance durable. En notre qualité de distributeur belge, nous sommes donc toujours en mesure de proposer aux consommateurs un maximum de produits belges en des quantités suffisantes, à la qualité garantie et à un prix correct.

Ces dernières années, nous avons mis en place différents **modèles de collaboration directe** avec des agriculteurs belges, qui adhèrent alors à l'initiative en qualité d'entrepreneur indépendant, individuellement ou au sein de coopératives. Ces modèles regroupent notre expertise et celle des agriculteurs et d'autres acteurs de la filière agroalimentaire. De cette manière, nous représentons ensemble un levier important pour une collaboration encore plus intense.

Pour l'heure, nous collaborons directement avec quelque **600 entreprises agricoles belges**, dont des cultivateurs de pommes de terre et des fruiticulteurs, des éleveurs de bovins laitiers et viandeux, des éleveurs de poulets, etc. Avec le concours de producteurs et de divers partenaires, nous avons également mis en place de toutes nouvelles filières, comme le blé panifiable bio, le poulet bien-être et le porc bio.

Nous utilisons notre capacité financière pour investir dans des **unités de production en gestion propre**, comme l'entreprise agricole bio Het Zilverleen et notre ferme marine pour l'élevage de moules. Le groupe s'est également porté acquéreur de 500 hectares de terres arables que nous mettons à la disposition d'agriculteurs indépendants, leur récolte étant commercialisée dans nos magasins.

Cette collaboration permet aux agriculteurs de rentabiliser plus facilement leurs machines et de travailler davantage de terres sans devoir investir dans l'acquisition de ces terres. Nous avons conclu avec ces partenaires producteurs une **collaboration structurelle** et convenons avec eux de certaines dispositions, comme le planning des récoltes. Ensemble, nous sommes également mieux positionnés pour poser de nouveaux jalons dans les produits novateurs et la durabilisation, comme la biodiversité et la santé des sols. Et dans la mesure où nous intervenons dès la base de la filière en tant que distributeur, nous sommes à même de répondre plus rapidement à l'évolution de la demande de nos clients. À cet égard, il importe de souligner que nous optons pour des **partenariats durables** à long terme. Ainsi, nous nous engageons à ce que les terres arables de qualité acquises ne changent pas de destination.



La Colruyt Group Academy propose aux entreprises et aux particuliers une offre étendue d'ateliers présentiels et numériques regorgeant d'inspiration et d'expériences uniques. L'Academy dispose de dix centres d'apprentissage disséminés aux quatre coins du pays et propose des ateliers à des tarifs démocratiques grâce à des partenariats durables.



Thèmes festifs à la mode

- Après la période de pandémie, les clients ont à nouveau afflué dans nos centres d'apprentissage et avaient parfaitement intégré notre offre en ligne désormais bien implantée. L'Academy a investi dans de nouveaux thèmes et formats, individuels ou collectifs, présentiels ou numériques.
- Les thèmes culinaires, appuyés par des ateliers présentiels dans les cuisines de l'Academy, des conférences numériques et des démonstrations culinaires à suivre à domicile étaient particulièrement en vogue. À l'approche des fêtes, l'Academy brille toujours par ses conseils inspirants pour profiter ensemble des fêtes en toute décontraction. Ainsi, la session Okay consacrée aux bouchées festives a réuni près de 1.100 participants à l'occasion des fêtes de fin d'année.
- En 2022, la Colruyt Group Academy a renforcé sa présence sur le marché professionnel en proposant un vaste choix d'ateliers, de conférences et d'activités de teambuilding en plus de la location de salles.

Thèmes de durabilité toujours plus nombreux

L'Academy élargit sans cesse son offre consacrée aux thèmes de durabilité chers à Colruyt Group, comme l'environnement et la santé. Parmi les grands classiques, l'on compte notamment les ateliers « Des économies d'énergie à domicile et en déplacement » (en collaboration avec DATS 24), « La cuisine végétarienne et sans gluten » (avec le soutien de Colruyt et de Bio-Planet) et « Techniques de portage et conseils de sommeil pour les bébés » (en coopération avec Dreambaby).



- Orateurs passionnants, récits familiaux et conseils enrichissants constituent le programme du nouveau concept numérique **LifeTalks**. Le coup d'envoi de la série de conférences essentiellement consacrées au bien-être et à la santé a été donné en mars 2023 par Jef Colruyt. Son webinar sur le thème « Faire une différence positive en des temps incertains » a attiré plus de 2.000 participants. Les sessions suivantes ont suscité un vif intérêt elles aussi.
- Depuis fin 2022, les clients Xtra peuvent mettre à profit leurs **points de fidélité** pour prendre part gratuitement à des sessions numériques consacrées aux thèmes de l'environnement, comme la préparation des restes, les mythes en matière d'emballage et le jardinage respectueux du climat.
- L'Academy était co-organisatrice de la **journée découverte** organisée chez le producteur de pommes Wolfcarius. 550 personnes y ont participé. Wolfcarius cultive la variété de pommes Magic Star en exclusivité pour notre groupe. Une nouvelle journée découverte consacrée à un mode de vie respectueux du climat est venue compléter le tableau en mai 2023.



Journées loisirs pour enfants

Pour la deuxième année consécutive, l'Academy organise durant les vacances d'été des journées loisirs pour les enfants de 6 à 12 ans à Melle, Grimbergen et Namur. Proposée à un prix démocratique, la journée est judicieusement ponctuée d'activités sportives, relaxantes, créatives ou scientifiques, animées en collaboration avec Dreamland. Les parents peuvent travailler gratuitement à distance au sein de l'Academy et compter sur un service de garderie avant et après l'activité. La campagne d'été 2023 a débuté dès le mois de février, si bien que de nombreuses inscriptions nous étaient d'ores et déjà parvenues à la fin juin.



Learning & Development

Le département Learning & Development prend en charge l'ensemble des formations de croissance personnelle et professionnelle à l'attention des collaborateurs. Durant le dernier exercice, le groupe a investi quelque EUR 37,7 millions dans la formation, soit 2,6 % de la masse salariale.



Savoir-faire dans l'apprentissage

- Le département a franchi de nouvelles étapes dans sa transition et délaisse progressivement le rôle d'organisateur au profit de celui de facilitateur de toutes les formes d'apprentissage disponibles au sein du groupe, et d'appui à toute personne active dans le domaine de l'apprentissage. Ainsi, un réseau récemment mis sur pied permet à quelque 200 professionnels de l'apprentissage d'échanger connaissances et expérience. Indépendamment du contenu, ils peuvent dans ce cadre renforcer leur savoir-faire et leurs méthodologies d'apprentissage respectifs.
- Les anciennes équipes de formation ont été transformées en « équipes d'expertise », plus proches des activités et familiarisées avec leurs besoins. L'intégration rapide et efficace des nouveaux collaborateurs a bénéficié d'une attention accrue, incarnée par la mise à disposition des moyens nécessaires à leur croissance professionnelle et individuelle.

Savant mélange d'apprentissage présentiel et numérique

- Depuis la période de pandémie, un cinquième des formations se compose de formations numériques collectives ou individuelles. Ainsi, la majorité des cours de langue se veut numérique pour des raisons d'efficacité. Les collaborateurs en magasin disposent sur leur smartphone de plus en plus d'outils, de manuels et de vidéos d'instructions, à visionner à leur meilleure convenance. D'autres formations se tiennent, quant à elles, uniquement en présentiel pour des raisons de cohésion et d'implication.
- En répondant aux besoins évolutifs des collaborateurs, le département enrichit sans cesse son offre de nouvelles formations dans des domaines comme la croissance personnelle, la culture d'entreprise, le leadership ou les secours.
- Avec plus de 2.000 inscriptions, la formation « Vivre nos valeurs » a enregistré la plus forte affluence. De nombreux collaborateurs ont par ailleurs pris part à des ateliers consacrés aux comportements indésirables et abusifs ou à des programmes portant sur la collaboration et le développement des équipes.





People & Organisation

People & Organisation coordonne et appuie la politique du personnel de Colruyt Group. Épaulés par des effectifs externes, plus de 350 employés permanents s'assurent que les collaborateurs évoluent vers la meilleure version d'eux-mêmes. Le partenaire RH propose différents services : du traitement des salaires au recrutement, en passant par la prévention, le service médical, les conseils juridiques et les relations avec les partenaires sociaux. Le centre de connaissances RH couvre des thèmes tels que le développement des individus et des équipes, la rémunération, la croissance personnelle, le leadership, le bien-être et le savoir-faire.



Priorité à la mobilité interne

Depuis fin 2022, nous misons pleinement sur la mobilité interne pour pourvoir les postes vacants. Cette démarche nous permet d'agir promptement et de consolider le savoir-faire au sein du groupe. Parallèlement, notre entreprise aussi grande que diversifiée offre à la quasi-totalité des profils des possibilités de réorientation interne.

- Les nouvelles offres d'emploi sont publiées à l'attention exclusive des collaborateurs internes pendant deux mois. Elles s'ouvrent aux candidatures externes uniquement dans le cas où aucun candidat adéquat n'a été trouvé.
- Le processus de recrutement interne a été réduit à un mois maximum.
- Les collaborateurs qui doivent ou souhaitent se réorienter peuvent compter sur un encadrement supplémentaire, qui vient s'ajouter aux outils comme le site des offres d'emploi interne, le courriel des nouvelles offres d'emploi pertinentes et les boîtes à outils destinées à toute personne désireuse d'évoluer dans son rôle, d'en changer ou en situation de recherche.

Politique du personnel adaptée

Une politique de recrutement et de sélection adaptée a contribué pendant le dernier exercice à l'amélioration de la structure des coûts du groupe.

- Les départs n'ont pas été automatiquement compensés par des recrutements, en dehors des profils essentiels et des métiers en pénurie comme les collaborateurs de vente, les bouchers, les informaticiens et les ingénieurs.
- La politique de présence et l'activation des malades de longue durée ont bénéficié d'une attention accrue. Les responsables hiérarchiques se sont vu remettre un nouveau tableau de bord pour le suivi de leurs équipes.
- Les centres d'expertise n'ont pas ménagé leurs efforts pour développer de manière plus ciblée le savoir-faire des collaborateurs existants.
- Les services d'appui ont optimisé leur fonctionnement en affinant leur prestation de services et en se recentrant sur l'efficacité et sur l'essentiel.

Des fiches de salaire désormais numériques

Début 2023, 12.500 collaborateurs en Belgique recevaient déjà leurs fiches de salaire en version numérique sur la plateforme externe Doccle. Dans l'intervalle, nous avons décidé de fournir l'ensemble des fiches de salaire belges en version numérique à compter du 1^{er} juin 2023, et de ne plus envoyer de versions imprimées par défaut.

- Nous entendons poursuivre la numérisation de nos documents administratifs afin de suivre l'évolution du monde qui nous entoure. Doccle est la plateforme numérique la plus importante et la plus polyvalente de Belgique en matière de gestion administrative personnelle.
- Maîtrise des coûts et durabilité. L'abandon de l'impression et de l'envoi par courrier des fiches de salaire nous permet d'économiser jusqu'à 300.000 euros et 5 tonnes de papier par an.
- Facilité d'utilisation. Toutes les fiches de salaire depuis 2015 sont sauvegardées dans un emplacement centralisé, consultables en tout temps et en tout lieu. Les collaborateurs dépourvus d'outils numériques peuvent demander de recevoir leur fiche de salaire imprimée.



Travailler de manière plus ingénieuse ensemble

Les quelque 70 collaborateurs du département Operate & Improve fournissent un soutien structurel dans notre quête de simplicité et d'efficacité dans le travail quotidien, un thème plus que jamais d'actualité. L'amélioration et la simplification des processus, systèmes, postes et méthodes de travail existants concourent à une productivité et à une rentabilité accrues. Travailler, collaborer de manière plus ingénieuse profite par ailleurs à l'implication, à l'esprit d'entreprendre et à la joie au travail de chacun.

Optimisation et automatisation

- Appui dans l'intégration d'un nouvel outil de planification chez Colruyt, permettant aux magasins de faire l'économie d'un équivalent temps plein en moyenne.
- Début de l'automatisation du travail administratif répétitif, volumineux et chronophage réalisé sur ordinateur. Cette automatisation des processus s'applique d'ores et déjà au département Finance, aux contact centers et à la chaîne d'approvisionnement, et présente un vaste potentiel d'avenir.
- Réalisation d'optimisations dans le processus de retour des étiquettes de prix électroniques défectueuses, dans les activités de chargement et déchargement et dans le nettoyage des remorques, de même que dans les processus opérationnels du contrôle des factures, le recrutement des étudiants...



Customer Services traite toutes les questions adressées par les clients, collaborateurs, fournisseurs et autres parties prenantes. Des contact centers spécialisés sont au service de toutes les enseignes et des départements internes, comme le département informatique, l'appui à la vente et les ressources humaines. Ils comptent plus de 200 collaborateurs joignables par téléphone, par e-mail, sur les plateformes en ligne et les réseaux sociaux. Ensemble, ils traitent plus de deux millions de contacts par an. Le département représente un savant mélange de technologie intelligente, de processus et systèmes standardisés et de collaborateurs compétents et dévoués à la clientèle. Customer Services délivre à nos enseignes un retour structuré sur les besoins et les souhaits de leurs clients afin qu'elles puissent prendre les mesures correctrices nécessaires.



Investir dans la maîtrise des coûts

Customer Services a poursuivi ses investissements dans les systèmes et les processus, dans la formation de ses collaborateurs et dans la refonte de sa structure organisationnelle. Ces investissements ont permis de réaliser d'appréciables gains en efficacité et de réduire le nombre de postes de 10 %.

Organisation flexible. Les différentes équipes food, non-food, énergie, Xtra et réseaux sociaux ont été regroupées en une grande équipe **polyvalente**, qui assiste les clients de plusieurs enseignes. Cette réorganisation requiert certes une formation plus approfondie, mais autorise également une répartition du travail plus équilibrée et un effectif moindre durant les périodes creuses. Toutes les équipes ont par ailleurs été rassemblées sur un même site, entraînant une réduction significative des coûts immobiliers.

Optimisation de la joignabilité. Le département a réduit ses heures d'ouverture, essentiellement durant les heures creuses, mais demeure aisément joignable par téléphone tous les jours de 8 à 19 heures et le dimanche à partir de 10 heures.

Interaction fructueuse. Customer Services informe systématiquement nos enseignes des demandes de leurs clients. Ces dernières sont ainsi en mesure de centrer davantage leurs processus autour de leurs clients, ce qui réduit au bout du compte le nombre de demandes qui parviennent au contact center. Les clients recourent dans une mesure croissante aux FAQ en ligne.

Nouveaux outils. Le déploiement de nouveaux outils conviviaux et l'intégration des réseaux sociaux dans la plateforme de contact ont été menés à bien. L'intégration de solutions d'IA, comme les chatbots, suivra ultérieurement.

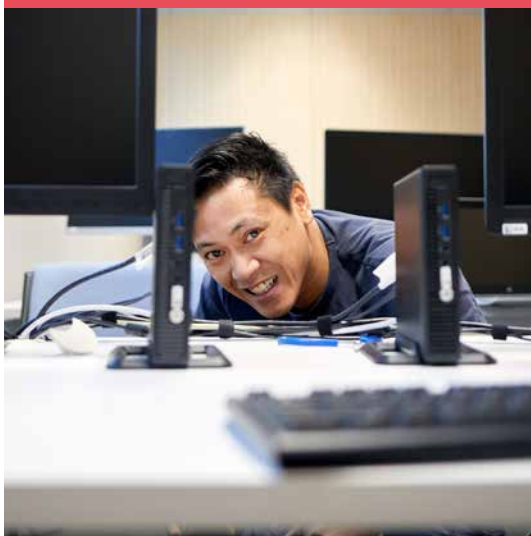
✓ Le meilleur dans sa catégorie

Customer Services ambitionne de se profiler comme le « meilleur dans sa catégorie » dans le secteur des contact centers.

- Généralement bons bilingues, les collaborateurs bénéficient de nombreuses opportunités de formation et de croissance.
- Les collaborateurs peuvent souvent faire part de leurs préférences en matière d'horaire, travaillent maximum un dimanche tous les deux mois et peuvent travailler à domicile ou dans un bureau régional jusqu'à trois jours par semaine.
- Au plus fort de la crise énergétique également, le contact center est resté aisément joignable pour toute question portant sur le fournisseur d'énergie DATS 24.



Colruyt Group IT procure à l'ensemble de Colruyt Group un appui sur le plan de l'IT et de l'optimisation des processus, suit les développements technologiques et novateurs et les transpose pour répondre aux besoins spécifiques des différentes divisions et entreprises. Le département produit non seulement des outils, mais fournit également des services complets, de la mise au point et l'implémentation de solutions IT sur mesure à leur gestion, en passant par leur maintenance, leur support et autres mises à jour. Colruyt Group IT étudie proactivement le marché, teste les nouveautés et développe des prototypes en guise d'inspiration pour ses partenaires. Le département compte plus de 1.000 collaborateurs permanents en Belgique et environ 600 en Inde, épaulés par des effectifs externes.



15 années d'activité en Inde

Voici 15 ans, Colruyt Group a posé la première pierre d'un département IT dans la mégapole indienne d'Hyderabad. Ce département compte désormais quelque 600 collaborateurs, internes ou détachés par des agences d'intérim. Colruyt India vient compenser la pénurie de talents informatiques en Belgique et contribue à la maîtrise de la structure des coûts à l'échelon du groupe.

Le département poursuit sa croissance et entend désormais diversifier ses activités dans des domaines tels que les RH, le contact clientèle ou encore les finances, afin de soutenir la croissance durable du groupe. Ainsi, le helpdesk IT centralisé bénéficie aujourd'hui d'un soutien des collègues en Inde.

Colruyt India dispose à Hyderabad d'un bâtiment moderne de bureaux en gestion propre et recherche un emplacement adapté à la construction d'une seconde implantation dans un autre État à moins de deux heures de vol. Un second site serait gage de croissance et permettrait de toucher une réserve de collaborateurs plus vaste et plus diversifiée.

L'entreprise s'est vu décerner le certificat « Great Place to Work » à l'issue d'une enquête de satisfaction, qui a récolté les réponses de quatre cinquièmes des collaborateurs. Le certificat constitue un atout majeur pour l'image de l'employeur, dans un pays où Colruyt Group jouit d'une moindre notoriété et dont le marché du travail compte une multitude d'entreprises technologiques internationales.

Réductions de coûts

Le département IT a eu voix au chapitre dans l'amélioration de la structure des coûts à l'échelon du groupe.

- Plusieurs investissements programmés pour le dernier exercice et l'exercice à venir ont été reportés à une date ultérieure grâce à des mesures créatives. Par ailleurs, la portée d'une série de projets a été ramenée à l'essentiel sans incidence directe sur le fonctionnement quotidien.
- Les licences logicielles et le nombre d'accès nécessaires ont été réévalués à l'aune des besoins réels.
- Les systèmes mainframe ont été vendus afin de rentrer les versions les plus récentes par leasing.
- Réduction du nombre de consultants en Belgique. Extension des activités en Inde et des possibilités de télétravail.



Collaboration avec des entreprises de travail adapté

Pour la livraison de grands volumes de matériel informatique neuf et de récupération, le département IT a fait appel cette année encore aux services d'une entreprise de travail adapté.

- 20.000 nouveaux appareils informatiques déballés, étiquetés et enregistrés.
- 21.000 câbles triés et testés, dont 15.000 ont pu être récupérés par Colruyt Group IT pour réutilisation.
- 65.000 étiquettes de prix électroniques de Colruyt contrôlées, dont plus de 60 % ont été remises en circulation.
- 3.000 ordinateurs portables, ordinateurs de bureau et stations d'accueil triés en 6 mois.



Œuvrer à un groupe plus agile

- Le département informatique a franchi de nouveaux paliers dans son évolution vers une **organisation orientée service**, entamée voici deux ans avec la création de plus de trente Service Centers au service des partenaires internes. Dans l'intervalle, il s'est appliqué à mettre au point procédures et méthodologies, et à documenter et définir son offre de services pour poursuivre l'amélioration de sa prestation de services pendant les deux années à venir.
- La mise en place d'**écosystèmes informatiques** a débuté, notamment pour Java et SAP. Ces équipes virtuelles harmonisent les technologies et les services, tracent les contours d'un cadre et déterminent un langage commun.

Innovation dans la logistique

- Mise à jour de la technologie de **préparation vocale** de commandes en mode mains libres dans sept centres de distribution alimentaire, en ce compris de nouveaux appareils, logiciels, dialogues et fonctionnalités comme le traçage des articles de tabac. L'opération était répartie sur deux ans et n'a en rien affecté le fonctionnement opérationnel. Aujourd'hui, 1.200 préparateurs de commandes utilisent cette technologie évolutive.
- Déploiement d'une automatisation « **Goods-to-Person** » dans le centre de distribution d'Ollignies, laquelle achemine les articles non alimentaires au préparateur de commandes.



Innovation dans la vente

- Développement d'un nouvel **algorithme** pour le calcul des prix de référence et des diminutions de prix et leur affichage dans l'ensemble des formules de magasin.
- Poursuite du développement de la plateforme d'économie collaborative et de l'app **Collect&Go Drivers**, qui permet à des particuliers de livrer des commandes à domicile.
- Élargissement à une trentaine de fonctionnalités intuitives du **Digital Shop Assistant** de 22.000 collaborateurs en magasin. Parfaitement connectés entre eux et avec les services centraux, ils sont idéalement équipés pour venir en aide aux clients. De plus, ils peuvent consulter leur courrier par voie numérique, ce qui réduit drastiquement la quantité de courrier papier expédié aux magasins par le siège. Cette action génère une économie annuelle de 273.000 euros.
- Introduction du **scale computing** pour le concept de magasin automatisé Okay Direct, un système de serveurs de magasin extrêmement fiables et dotés de trois modules de sauvegarde qui se relaient en cas de panne ou de dérangement.

Talents informatiques recherchés

Sur un marché du travail concurrentiel, le département informatique a multiplié les initiatives visant à attirer et à retenir de nouveaux talents.

- Foire d'inspiration, séances découverte de jobs et parcours professionnels ont permis aux collègues de se familiariser avec les différentes possibilités d'emploi.
- Plus de 40 personnes ont suivi un traineeship. L'offre a été élargie, tant au niveau des sessions d'intégration que des fonctions, et comporte désormais des parcours dans les domaines de l'analyse opérationnelle et des données et informations.
- Participation à des salons de l'emploi et à l'événement de réseautage et de coaching « Young Potential Boostcamp ». Collaboration intensive avec l'enseignement supérieur, matérialisée par des conférences, stages, apprentissages sur le lieu de travail et encadrements de thèse.
- Chasse de têtes visant à attirer des professionnels.





Avec ses quelque 1.600 collaborateurs, le service technique est actif en Belgique et au Grand-Duché de Luxembourg et propose un service complet, de l'étude à l'achat, en passant par la conception, la construction, l'installation, l'entretien et la prévention. Non seulement pour les magasins, complexes de bureaux, centres de données, centres de distribution et bâtiments de production, mais aussi pour les véhicules et les machines. Technics opte pour des solutions innovantes et des techniques durables, respecte scrupuleusement les principes de gestion de l'environnement et adopte souvent une démarche plus stricte que les prescriptions légales.



Principal chantier : l'efficacité et les économies d'énergie

Pendant le dernier exercice, l'efficacité énergétique des bâtiments, machines et processus a bénéficié d'une attention toute particulière. Diverses campagnes ont encouragé les collaborateurs à économiser de l'énergie dans le travail quotidien à travers des gestes simples. Voilà comment une cinquantaine d'actions menées entre octobre et décembre 2022 ont permis de réduire drastiquement la consommation d'énergie. Ainsi, la consommation de gaz a baissé de 30% dans les magasins, et même de plus de moitié dans les centres de distribution et les bureaux.

- Les **magasins** sont en passe de renoncer définitivement aux carburants fossiles pour leur chauffage, conformément au calendrier. Tous les nouveaux magasins sont d'ores et déjà des bâtiments basse énergie, tandis que les magasins existants subissent une réfection énergétique conforme à la méthode éprouvée, qui comprend l'amélioration de l'isolation et de l'étanchéité à l'air, et l'application de techniques durables de chauffage, de ventilation et de réfrigération. Citons notamment la réfrigération au propane, la récupération de chaleur et les pompes à chaleur. Le cas échéant, l'installation de panneaux solaires est accélérée.
- Les magasins ont par ailleurs adopté un ensemble supplémentaire de mesures temporaires visant à économiser l'énergie, comme la diminution de la température intérieure et de la luminosité, ou la remise en place provisoire des bandes en plastique aux portes d'accès de l'espace fraîcheur de Colruyt.
- La température a également été abaissée dans les **bureaux**. Le chauffage se met en route plus tard le matin et est même limité au maximum durant le week-end. La lumière s'éteint plus rapidement grâce au système de détection de mouvement adapté qui a été installé sur l'éclairage.
- Les imposantes chaudières pour le chauffage central ont été remplacées dans les différents **centres de distribution** par des systèmes plus sobres, dotés de plusieurs unités de chauffage plus petites.



Chantiers réalisés durant l'exercice 2022/23

13 nouveaux magasins
22 rénovations
13.400 m² de surface commerciale
supplémentaire



Centre de distribution peu énergivore

Le nouveau centre de distribution pour les produits frais de Solucious à Bornem brille par son efficacité énergétique.

- Deux chambres froides séparées aux températures adaptées : 12 °C pour les fruits et légumes et 4 °C pour les produits laitiers et la viande notamment.
- Isolation optimale, obtenue notamment par la mise en place d'abris de quai dotés de coussins d'air, qui isolent l'espace entre la porte du quai et le camion.
- Récupération de chaleur : la chaleur résiduelle du système de réfrigération couvre 80% des besoins en chauffage des bureaux.
- 640 panneaux solaires sur les toits, une zone de recharge pour 25 véhicules électriques...



Vers un transport zéro émission

Une étape majeure a été franchie au printemps 2023 dans l'**électrification** de notre flotte de camions avec la mise en circulation d'un camion électrique de 44 tonnes affecté au transport entre les centres de distribution et les magasins. À son tour, notre entreprise de foodservice Solucious a réceptionné cinq camionnettes réfrigérées électriques.

De précieux partenariats ont été conclus avec les constructeurs Volvo et Scania, et une toute nouvelle infrastructure de recharge rapide a vu le jour.

À terme, les camions électriques nous permettront d'effectuer des livraisons silencieuses sans émission, un atout appréciable pour les livraisons en milieu urbain. Cet investissement s'inscrit dans le cadre du Green Deal bruxellois pour une logistique basses émissions et de notre engagement de supprimer les émissions de gaz à effet de serre de notre transport de marchandises entrantes et sortantes pour 2035.



Un bureau hypermoderne à Zwijnaarde

Un nouveau bureau régional a été inauguré en septembre 2022 à Zwijnaarde, dans la proche périphérie gantoise. Avec plus de 9.500 m² de surface de bureaux et 261 emplacements de parking, le site a remplacé les bureaux de Deinze et de Merelbeke occupés en location. Le bâtiment complètement obsolète qui abritait le siège de Thomas Cook a été rénové de fond en comble et accueille désormais près de 400 collaborateurs du service informatique et du personnel, de Bike Republic, de SmartWithFood et de Jims dans un cadre agréable, moderne et peu énergivore. Un espace a également été aménagé pour le travail flexible et l'aile droite (2.000 m²) est consacrée à la location externe. Ce projet de construction circulaire intègre un maximum de matériaux et de techniques durables :

- Éclairage LED, récupération des eaux de pluie, récupération de chaleur, chauffe-eau à pompe à chaleur, réfrigérants naturels, toiture végétalisée...
- 524 panneaux solaires et 48 points de recharge pour véhicules électriques.
- Accessibilité aisée en transports en commun et à vélo. Service de navette assuré au départ et à destination de la gare de Gand Saint-Pierre.



Real Estate

Real Estate s'emploie à répondre aux besoins immobiliers du groupe : magasins, bureaux, centres de distribution et de production, en Belgique, en France et au Grand-Duché de Luxembourg. L'équipe recherche des terrains à bâtir, se charge de tous les permis d'environnement, rédige les cahiers des charges et s'occupe du développement des bâtiments. Real Estate vise une intégration sociétale et urbanistique optimale des immeubles et réalise de plus en plus souvent ces dernières années des projets mixtes, combinant magasins et logements.



Corporate Marketing

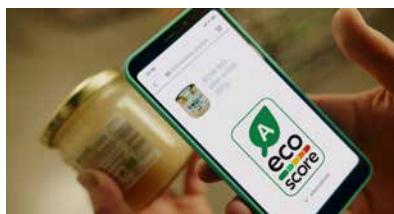
Corporate Marketing détermine la stratégie en matière de marketing, de communication et de marque de Colruyt Group, et de ses sous-marques corporatives telles que la Collibri Foundation. Le département délivre des services dans les domaines de la presse et des relations publiques, du marketing et de la communication, des études de marché et de l'identification des tendances, et appuie nos enseignes dans leur stratégie en matière de marque et de marketing.



Maintien de la confiance

Pendant le dernier exercice, Corporate Marketing n'a pas ménagé ses efforts pour maintenir le haut degré de confiance placé en Colruyt Group au sein de la société.

- Une communication **interne** plus intensive, visant à tisser des liens entre les collaborateurs actifs dans une entreprise d'envergure et diversifiée, essentiellement entre la direction et les collaborateurs. Afin de déterminer les besoins et les préoccupations de chacun, nous avons notamment organisé plus de 20 lunches réunissant à chaque fois des membres de la direction et une quinzaine de collaborateurs, qui pouvaient profiter de l'occasion pour échanger leurs points de vue.
- Nouvelles initiatives visant à partager la vocation de Colruyt Group avec les **partenaires commerciaux**. À l'occasion des toutes premières journées des partenaires commerciaux organisées fin mai, près de 150 fournisseurs directs ont pu prendre connaissance du plan stratégique du groupe et de la manière dont nous entendons poursuivre notre croissance en tant qu'entreprise belge novatrice et durable. Dès la mi-2023, nous informerons ces mêmes partenaires par courriel des évolutions et autres réalisations dignes d'intérêt.
- Dans le contexte d'**un marché de l'emploi** complexe et compétitif, nous avons repensé la proposition de notre marque employeur dans le but de soigner notre notoriété de meilleur employeur dans le secteur belge de la distribution.



- La généralisation de l'**Éco-score** met davantage encore la consommation responsable à portée de main de nos **clients**. Ce simple code alphachromatique qui rend compte de l'empreinte environnementale des produits, orne l'emballage de plus de 500 produits de marques maison et les étiquettes de prix électroniques de nos magasins. Les clients peuvent consulter ces scores sur l'ensemble de nos supports numériques. Nous encourageons également les fournisseurs des marques nationales à doter leurs produits d'un Éco-score. En mai 2023, Danone a été la première entreprise à s'engager à encourager les clients à effectuer des achats plus respectueux de l'environnement grâce à l'Éco-score.

Points d'épargne pour l'environnement

- Fin 2022, nous avons mis sur pied un programme permettant aux clients d'accumuler des points pour tout achat de produits arborant un Éco-score A ou B. Ces points peuvent ensuite être échangés contre des initiatives environnementales, comme la plantation d'un arbre, l'aménagement d'une parcelle fleurie ou encore la participation à un atelier de la Colruyt Group Academy.
- Nous avons demandé à un panel d'experts de nous conseiller dans la sélection d'une série de projets et de partenaires soucieux de l'environnement comme BeeOdiversity, GoodPlanet et Nassonia. Dans une phase ultérieure, nous choisirons également des projets qui s'inscrivent dans le cadre de nos autres thèmes de durabilité que sont le bien-être animal, la santé et la société.
- Nous affermissons la présence sur le marché du programme d'épargne en mettant en lumière les produits dotés d'une meilleure note environnementale à travers une meilleure visibilité en rayon. Nous encourageons les clients à échanger leurs points, notamment avec des notifications dans leur app Xtra.
- Corporate Marketing rationalise la communication relative à l'Éco-score en collaboration avec les enseignes, bon nombre de services internes et la Collibri Foundation, notre fondation appelée, à terme, à gérer l'ensemble des projets issus du programme d'épargne durable.





Marketing Communication Services

Marketing Communication Services traduit la stratégie marketing du groupe et de ses différentes marques et enseignes en communications marketing en ligne et hors ligne ciblées. Le département compte quelque 230 collaborateurs permanents, des graphistes aux copywriters, en passant par les photographes, spécialistes vidéo et autres stratèges en communication. La production et l'envoi des communications sont confiés à Symeta Hybrid, notre spécialiste en solutions d'impression et de gestion documentaire.



Créations notables

- Nouveau dépliant d'inspiration pour le compte de **Colruyt Meilleurs Prix**, articulé autour du planning hebdomadaire.
- Nouveau dépliant promotionnel **Spar**, caractérisé par une forte présence promotionnelle, une nouvelle mascotte, un processus d'élaboration simplifié et un format moins onéreux.
- Nouveau magazine d'inspiration trimestriel « **Totalement Okay** », en collaboration avec un partenaire externe spécialisé dans le marketing de contenu.
- Campagne servie par un journal de l'emploi imprimé, consacré au recrutement de collaborateurs en magasin dans la région anversoise, un véritable coup de fouet pour le nombre de candidatures et de recrutements dans la région.
- Campagne de publipostage destinée à réactiver les clients dormants de la **Colruyt Group Academy** et délivrant un remarquable taux de conversion de 4,5%.



Organisation flexible

- En raison de la baisse de la demande en dépliants et autres communications marketing de nos formules de magasin, Marketing Communication Services a enregistré une diminution significative de ses volumes de production durant le dernier exercice. En recourant notamment à des freelances, le département a fait preuve de la flexibilité de rigueur pour assurer la prise en charge des volumes de travail fluctuants. Plusieurs communications requérant un savoir-faire spécifique ont été confiées à des bureaux de communication externes pendant une période prolongée.
- Des économies appréciables ont été réalisées, notamment sur les coûts de stockage numérique des photos et des vidéos. Globalement, les images seront dorénavant supprimées automatiquement et plus rapidement des serveurs.

Création et collaboration plus efficaces

Le département et l'ensemble des services marketing du groupe commenceront à appliquer dans le courant de l'année 2023 un vaste programme destiné à permettre à plus de 400 collaborateurs un formidable gain en efficacité. Le programme appuiera les processus de création, du briefing à l'archivage, en passant par la correction et la validation définitive. La réutilisation du contenu existant s'en trouvera elle aussi sensiblement facilitée, notamment grâce à une banque d'images accessible et à des modèles pour les communications récurrentes.





Notre fondation d'utilité publique Collibri Foundation laisse entrevoir un avenir plus radieux à de nombreux jeunes évoluant dans un contexte sociétal vulnérable en Belgique et à l'étranger. À cette fin, nous apportons notre soutien à divers projets de formation qui offrent aux jeunes une formation de qualité (*educate*), les aident à se développer en tant que personne (*develop*) et leur inculquent le sens de l'initiative, de la collaboration et de l'esprit d'entreprendre (*empower*). La Collibri Foundation favorise l'interaction et les échanges entre jeunes, met sur pied un réseau pédagogique et implique collaborateurs et clients dans la plus large mesure possible.

Colruyt Group finance tous les frais d'exploitation et une partie significative des dépenses liées aux projets. Le groupe double les sommes récoltées dans le cadre de ses campagnes de collecte de fonds menées dans les magasins et grâce aux donations de particuliers (jusqu'à un certain montant). Les attestations fiscales sont délivrées aux donateurs par la Fondation Roi Baudouin.

« Nous croyons en un monde qui offre à chaque jeune la chance de devenir l'entrepreneur de sa propre vie. »

Nouveaux projets en Belgique

En 2023, de nouveaux partenariats ont été conclus pour une durée de cinq ans avec quatre organisations belges, sélectionnées soigneusement à l'issue d'un appel à projets auquel ont répondu une soixantaine d'organisations.

- **Story-me** encadre les jeunes Bruxellois de l'enseignement technique et professionnel dans leur parcours d'apprentissage et leur choix de carrière à travers un programme éducatif novateur.
- **Make it Work** accompagne chaque année en Belgique 132 jeunes ayant un passé judiciaire sur le chemin du marché de l'emploi ou (de la reprise) de la formation à travers un coaching individuel.
- **Sport2Be** favorise l'intégration socioprofessionnelle des jeunes issus des quartiers défavorisés de Bruxelles à travers des activités sportives régulières.
- **Rising You** organise à l'attention des jeunes réfugiés allochtones des programmes centrés sur l'apprentissage des langues et divers métiers (techniques).



À l'étranger : une incidence plus marquée grâce aux audits

- Dans le courant de l'année 2022, la fondation a confié à des parties externes le soin de vérifier une série de projets à l'œuvre depuis trois ans en dehors des frontières belges. Après l'évaluation méticuleuse des incidences et des objectifs atteints, un partenariat au Burundi a été temporairement suspendu. Trois autres ont été prolongés à l'appui d'un nouveau contrat entérinant les conditions de fond adaptées à l'aune des données recueillies.
- Les audits fournissent une multitude de données et d'informations, qui se révèlent non seulement utiles pour piloter les projets en cours, mais aussi pour établir de bonnes pratiques pour d'autres projets.

18 projets de formation
dans 8 pays



Interaction fructueuse

La Collibri Foundation entend assortir d'un projet de formation chaque projet de filière agricole du groupe à l'étranger. Un projet de filière produit des effets sur l'économie locale à relativement brève échéance tandis que l'initiative de formation associée se révèle bénéfique à plus long terme sur le plan socio-économique dans cette même région. Une interconnexion enrichissante et pérenne peut naître entre les deux initiatives. Il existe aujourd'hui neuf projets de formation adossés à des projets de filière, dont la production de café, de miel et de quinoa.

EUR 1.152.935
de donations à des projets, dont EUR 74.665
provenant d'actions de collecte et de dons
de particuliers.



Implication accrue

La Collibri Foundation favorise l'interaction et les échanges entre les organisations partenaires, les jeunes et les collaborateurs participants. Ainsi, la fondation apporte un **soutien non financier** croissant à ses partenaires ou directement aux jeunes. Il peut s'agir pour les partenaires d'un partage d'expertise et pour les jeunes d'un accès au réseau de Colruyt Group ou de l'organisation de visites, de stages et des jobs d'étudiant au sein des services centraux, de la distribution ou de la logistique. Nombreux sont les collaborateurs à s'impliquer de diverses manières dans le fonctionnement de la fondation :

- Certains collègues endossent volontairement le rôle de **mentor**, qui les amène à encadrer les jeunes et à les aider dans la pratique d'une langue, la rédaction d'un travail de fin d'études ou l'orientation sur le marché du travail dans le cadre de projets en Belgique.
- Plusieurs collaborateurs **accueillent** chaque année des étudiants indonésiens qui effectuent un mois de stage au sein de l'entreprise, une expérience unique pour toutes les parties.
- Les collègues du département Finance ont organisé un second défi sportif, dont le groupe sponsorise chaque kilomètre parcouru au profit de la Collibri Foundation.

www.collibrifoundation.org

11.200
jeunes directement concernés

Réseautage

- Après deux éditions numériques, l'événement de réseautage Tomorrow's Voices a une nouvelle fois mis en relation directe une quarantaine de jeunes avec des collaborateurs et des organisations partenaires.
- La fondation est membre de la Fédération belge des Fondations Philanthropiques, forte d'une centaine d'adhérents, et du European Venture Philanthropy Network, qui regroupe plus de 300 organisations et recueille expertise, données et perspectives en matière d'investissements à forte résonance.