



00

Intro

Woord van de voorzitter	09
Beheersverslag	11
Overzicht kerncijfers	15



1. Woord van de voorzitter

Net als vorig jaar heeft Colruyt Group sterk gepresteerd. De omzet groeide met 5,9 % en de nettowinst steeg met 3,1 %. In een markt waarin iedereen een heel afwachtende houding aanneemt, is dat geen sinecure. De consument houdt de vinger op de knip, de overheid zoekt een uitweg uit de crisis en bedrijven wachten met investeringen. De dagdagelijkse inzet en het enthousiasme van elk van de meer dan 25.000 medewerkers heeft aan dit mooie resultaat bijgedragen. Ik wens hen uitdrukkelijk te bedanken voor hun inzet.

In die moeilijke omstandigheden heeft Colruyt Group het verschil gemaakt door te blijven investeren: we openden en verbouwden heel wat winkels, bouwen een nieuw distributiecentrum voor Spar Retail in Mechelen en hebben een bouwaanvraag ingediend voor een nieuw distributiecentrum in Ollignies. Daarnaast hebben we de eerste stappen gezet voor de oprichting van de bakkerij Roecol en hebben we in Hongkong met Colimpo een eigen kantoor geopend voor onze aankoopactiviteiten in het Verre Oosten.

We merken dat de klanten in die moeilijke markt hun aankoopgedrag veranderen. Zijn groeiende marktaandeel bewijst dat Colruyt nog altijd de uitverkoren formule is voor klanten die de laagste prijs willen. Daarnaast zijn OKay en Spar de ideale oplossing voor klanten die in de eerste plaats dicht bij huis willen winkelen. Steeds meer klanten vinden bovendien ook de weg naar Bio-Planet, omdat ze op zoek zijn naar meerwaarde en bewust willen genieten van voeding.

Dat elk van deze winkelformules groeit, toont aan dat de ene een gepaste aanvulling is op de andere. En dat is geen toeval. Colruyt Group is de laatste jaren uitgegroeid van een familiebedrijf tot een familie van bedrijven. Die familie heeft 9 waarden als gemeenschappelijke basis en fundament van alles wat ze doet. Het nieuwe logo van Colruyt Group is de visuele bekrachtiging van die bedrijfscultuur, die alle activiteiten met elkaar verbindt. In alles wat we doen, willen we het verschil maken door 'Eenvoud in retail' te bieden.

Ook het nieuwe thuismerk Boni Selection zal onze klanten met betaalbare, huiselijke kwaliteitsproducten eenvoud in retail bieden. Het zal op termijn meer dan 50 bestaande huismerken van Colruyt Group bundelen met een nieuwe, herkenbare verpakking en een zorgvuldig uitgekozen assortiment. In het afgelopen jaar hebben heel wat medewerkers uit de hele groep de lancering voorbereid. In die zin is Boni Selection echt een merk van Colruyt Group. Eenvoud is ook de klant helpen om een duurzame keuze te maken. Daarom bevatten de producten van onze eigen merken alleen nog scharreleieren, opende Colruyt in Wépion een duurzame winkel, heeft Colruyt zijn visassortiment laten doorlichten en organiseerde DreamLand mee SOS Speelgoed.

De vele voorbeelden in dit jaarverslag tonen dat we op vele fronten bezig zijn om het leven van onze klanten te vergemakkelijken. Ze weten bovendien die inspanningen te appreciëren. Dat reputatiemetingen dit bevestigen, doet ons dan ook deugd.

Tegelijkertijd beseffen we dat 'Eenvoud in retail' een werk is dat nooit af zal zijn. Dag na dag zullen we hier met zijn allen verder aan blijven sleutelen. Alle medewerkers van Colruyt Group zullen zich, elk met zijn of haar talenten, tijdens het komende jaar inzetten om vanuit onze eigenheid eenvoud te bieden aan onze klanten. Alleen zo kunnen we blijven groeien.

We verwachten van de overheid dat ze het kader schept zodat onze groei zich kan doorzetten. Zowat 50 % van de meerwaarde die de 25.775 medewerkers van Colruyt Group in België creëren, vloeit via onze overheid terug naar de gemeenschap. Het is dus zaak om te blijven werken aan een efficiënte en effectieve overheid die de lastendruk op de toegevoegde waarde niet verder verhoogt. Om onze economie te ondersteunen, dient de overheid ook de nodige relancemaatregelen te nemen vanuit een langetermijnvisie. Daar willen wij, waar mogelijk, constructief aan meewerken. We zullen er immers met zijn allen wel bij varen.

Jef Colruyt, Voorzitter



2. Beheersverslag

Overzicht boekjaar 2012/2013 - Financiële informatie

(in miljoen EUR)	2012/13	2011/12	Evolutie
Omzet	8.311,6	7.847,6	5,9 %
Bedrijfscashflow (EBITDA)	699,8	681,4	2,7 %
% omzet	8,4 %	8,7 %	
Bedrijfsresultaat (EBIT)	515,1	485,2	6,2 %
% omzet	6,2 %	6,2 %	
Netto financieel resultaat	(13,1)	2,9	
Winst vóór belastingen	502,5	488,8	2,8 %
% omzet	6,0 %	6,2 %	
Winstbelastingen	148,9	145,9	2,0 %
Winst van het boekjaar (aandeel van de groep)	353,7	342,9	3,1 %
% omzet	4,3 %	4,4 %	
Cashflow	538,4	539,1	(0,1 %)
Gewogen gemiddeld aantal uitstaande aandelen	156.217.581	157.391.224	
Winst vóór belastingen per aandeel in EUR	3,22	3,11	3,6 %
Winst per aandeel (aandeel van de groep) in EUR	2,26	2,18	3,9 %
Dividend per aandeel in EUR	1,00	0,95	5,3 %

Voornaamste elementen die onze kerncijfers in de afgelopen verslagperiode hebben beïnvloed:

- Omzetgroei van 5,9 % in een sterk concurrentiële omgeving (omzetgroei van 6,2 % op vergelijkbare basis met vorig jaar). Met onze laagsteprijzenstrategie en bijkomende kortingacties komen we tegemoet aan de dalende koopkracht van de consument. Dat reflecteert zich in een verdere stijging van het marktaandeel in detailhandel;
- Onzeker economisch klimaat en aanhoudend zwak consumentenvertrouwen in de eurozone maakt de klant nog prijsbewuster. Colruyt Group wil op dit veranderend aankoopgedrag inspelen door een ruim en kwalitatief aanbod huismerken aan te bieden, naast zijn breed assortiment nationale merken;
- Stabilisatie van de brutomarge na een mindere eerste jaarhelft;
- Niettegenstaande verdere kosteninflatie bleef onze algemene kostenevolutie onder controle;
- Foodretail Frankrijk: in een stagnerende retailmarkt met felle prijscompetitie blijven we verder investeren in onze laagsteprijzpositie en winkelexpansie, wat resulteert in een gestage omzetsijging maar voorlopig nog niet in een positieve winstbijdrage;
- Netto financieel resultaat geïmpacteerd door een impairmentlast van EUR 15,3 miljoen met betrekking tot de participatie van Colruyt Group in IKI (retailsupermarkt in de Baltische staten);
- Toename van netto geldmiddelen en kasequivalenten tot EUR 503,9 miljoen, voornamelijk door lagere inkoop eigen aandelen en verdere optimalisatie van het werkkapitaal;
- De groep telde op het einde van deze verslagperiode 24.287 werknemers uitgedrukt in voltijdse equivalenten (25.775 personen). Dit is een stijging met 3,1 % tegenover dezelfde periode vorig jaar.

2.1 Bespreking winst - en verliesrekening

Tijdens het boekjaar 2012/13 zag Colruyt Group zijn geconsolideerde omzet stijgen met 5,9 % van EUR 7.847,6 miljoen naar EUR 8.311,6 miljoen. Op vergelijkbare basis bedroeg de omzetstijging 6,2 %. Het verschil wordt voornamelijk verklaard door de bedrijfsdesinvestering van intrion op 1 april 2012. Gegeven het moeilijke economische klimaat zorgde een blijvende focus op de positionering van elke activiteit van de groep voor een verdere stijging van het marktaandeel. Nieuwe winkelopeningen en promotionele ondersteuning zorgden voor duurzame verkoopresultaten binnen de verschillende activiteiten.

De brutowinst van de groep steeg met 4,9 % naar EUR 2.106,3 miljoen komende van EUR 2.008,6 miljoen wat overeenstemt met een brutowinstmarge van 25,3 % tegenover 25,6 % vorig boekjaar. Detailhandel slaagde erin zijn brutowinstmarge stabiel te houden en dit in een blijvend promotioneel en onzeker economisch klimaat. De groep ondervond wel invloed van het slechts gedeeltelijk kunnen doorrekenen van de verhoogde aankooprijzen alsook van het wijzigend consumptiepatroon naar goedkopere producten. Daarnaast ondervonden foodservice en de DATS 24-activiteiten het afgelopen boekjaar druk op de marges, voornamelijk door de toegenomen concurrentiedruk. Dit alles resulteerde in een daling van de brutowinstmarge met 25 basispunten.

In vergelijking met vorig boekjaar is de bedrijfscashflow (EBITDA) gestegen met 2,7 % tot EUR 699,8 miljoen. Dit is een gevolg van de verdere groei van onze omzet waarbij we er in geslaagd zijn de kostengroei onder controle te houden.

Tijdens deze verslagperiode daalden de afschrijvingen en waardeverminderingen tot 2,2 % van de omzet. Deze daling is in de eerste plaats het gevolg van de eenmalige impairmentlast op W-Cycle (EUR 18,3 miljoen) die in vorig boekjaar 2011/12 werd geboekt. De recurrente afschrijvingen stegen met 3,78 % door de verdere investeringsaangroei.

Het bedrijfsresultaat (EBIT) van de groep steeg met 6,2 % naar EUR 515,1 miljoen waarbij de EBIT-marge (6,2 %) in lijn blijft met die van vorig boekjaar. Hoewel de groep ook dit boekjaar terug de impact van de kosteninflatie

ondervond, bleven de loonkosten en de kosten van diensten en diverse goederen uitgedrukt als percentage op de omzet in lijn met vorig boekjaar.

Het netto financieel resultaat per 31 maart 2013 bevatte een impairmentlast van EUR 15,3 miljoen met betrekking tot de participatie van Colruyt Group in IKI (retailsupermarkt in de Baltische staten). Hierdoor werd het netto financieel resultaat van de groep negatief ten belope van EUR -13,1 miljoen.

De belastingen op het resultaat waren in lijn met vorig boekjaar (effectieve belastingsvoet van 29,7 %) maar stegen nominaal met EUR 3 miljoen.

De winst van de periode (aandeel van de groep) steeg met 3,1 % tot EUR 353,7 miljoen.

De nettowinst per aandeel (EPS) verhoogde met 3,9 % van EUR 2,18 naar EUR 2,26.

2.2 Informatie per activiteit

2.2.1 Detailhandel (Retail)

Het segment van de detailhandel vertegenwoordigde 75,9 % van de geconsolideerde omzet en realiseerde een omzetstijging van 5,2 % tot EUR 6.309,4 miljoen.

Aan het einde van dit boekjaar bestond dit segment van de winkels in eigen beheer in België en Luxemburg uit 230 Colruyt-winkels, 8 OKay-winkels (inclusief OKay Compact) en 8 Bio-Planets voor wat de foodactiviteiten betreft en 51 winkels voor de non-foodactiviteit DreamLand en DreamBaby (waarvan 2 in Frankrijk). In Frankrijk bestaan de foodretailactiviteiten tot op heden uit 62 winkels.

De Colruyt-winkels realiseerden een omzetstijging van 5,2 %. Tijdens het boekjaar 2012/13 bedroeg de omzet van de Colruyt-winkels EUR 5.232,3 miljoen, versus EUR 4.973,2 miljoen vorig boekjaar. Aan de basis van die groei lagen een uitbreiding van het winkelpark, een stijging van het klantenbestand met een verhoogde frequentie van de winkelbezoeken en de succesvolle promotionele acties.

Dankzij bovenvermelde elementen steeg het marktaandeel van de Colruyt-winkels over de verslagperiode tot 25,94 % of een stijging met 58 basispunten tegenover de vorige verslagperiode.

Waar in de eerste helft van het boekjaar de stijgende tarieven van onze leveranciers slechts vertraagd konden worden doorgerekend in de verkoopprijzen, verbeterde deze trend geleidelijk in de tweede jaarhelft.

De OKay- en Bio-Planet-formules blijven sterk presteren door nieuwe winkelopeningen en een sterke instroom van nieuwe klanten. Dit resulteerde in een omzetgroei van 11,0 % tot EUR 530,8 miljoen.

Foodretail Frankrijk realiseerde een omzetgroei van 16,6 % tot EUR 226,3 miljoen. In een stagnerende retailmarkt met felle prijscompetitie weet de Franse consument ons concept van laagste prijzen te appreciëren. Door te blijven investeren in prijspositionering en winkelexpansie wil de groep haar geïntegreerde winkelactiviteiten in Frankrijk succesvol uitbouwen. Op groepsniveau resulteren deze activiteiten vooralsnog niet in een positieve winstbijdrage.

De omzet van onze gespecialiseerde non-fooddetailhandel DreamLand en DreamBaby in België en Frankrijk steeg met 2,8 % tot EUR 241,4 miljoen. Slechte weersomstandigheden beïnvloedden de verkoop van buitenspeelgoed en andere gerelateerde seizoenartikelen. De omzetgroei is te verklaren door de opening van 3 nieuwe DreamLand-winkels en 2 nieuwe DreamBaby-winkels.

2.2.2 Groothandel en foodservice

Het segment van de groothandel en foodservice vertegenwoordigde 16,6 % van de geconsolideerde omzet en realiseerde een omzetstijging van 6,9 % tot EUR 1.380,1 miljoen.

Het groothandelsegment, dat naast de Spar Retail-activiteiten ook onze leveringen aan zelfstandigen in België en Frankrijk omvat, boekte een omzetgroei van 9,8 %. De vergelijkbare omzetgroei bedroeg 3,7 % omdat sinds begin dit boekjaar de eigen Spar-winkels en Franse Coccinelle-winkels toegewezen zijn aan dit segment. De groei is hoofdzakelijk toe te schrijven aan Spar Retail. En is het resultaat van de nauwe samenwerking en betrokkenheid van onze zelfstandige ondernemers wiens rentabiliteit bij de beste in de markt hoort. Dankzij het aanbieden van concurrentiële prijzen weet de winkel formule een gestage groei van de omzet per m² te realiseren.

In een stagnerende markt deed onze foodservice het beter dan verwacht en kon het een positieve verkoopsevolutie van 4,2 % voorleggen. De sociale restauratie kon andermaal behoorlijke verkoopresultaten optekenen daar waar de klassieke commerciële restauratie zwaar onder druk stond. Een doorgedreven dienstverlening in een complexe out-of-home markt, het verder optimaliseren van de logistieke activiteiten en de nieuwe online bestelmogelijkheden zijn de speerpunten waarmee we ons verder succesvol willen positioneren in de foodservicemarkt.

2.2.3 Overige activiteiten

Het segment van de overige activiteiten vertegenwoordigde 9,0 % van de geconsolideerde omzet en steeg met 9,4 % ten opzichte van vorig boekjaar.

De overige activiteiten zijn sterk beïnvloed door de brandstofstations DATS 24 in België en in Frankrijk waar de omzet steeg met 14,6 % tegenover dezelfde periode vorig boekjaar. Deze stijging is toe te schrijven aan de volumegroei met 8 % ten opzichte van vorig boekjaar. Over deze verslagperiode werden in België 4 en in Frankrijk 5 nieuwe stations geopend.

De engineeringactiviteit draagt door de bedrijfs-desinvestering van intrion per 1 april 2012 niet langer bij tot de groepsresultaten.

2.3 Kasstroom- en balansanalyse

De netto boekwaarde van materiële en immateriële vaste activa van de groep bleef tijdens het afgelopen boekjaar stabiel en bedroeg op balansdatum EUR 1.586,7 miljoen. De groep heeft tijdens deze verslagperiode zijn investeringsprogramma verdergezet ten belope van EUR 248,5 miljoen (ten opzichte van EUR 298,2 miljoen vorig boekjaar).

Tijdens het boekjaar 2012/13 werden 92.762 eigen aandelen ingekocht voor een totaalbedrag van EUR 2,7 miljoen (ten opzichte van EUR 82,6 miljoen vorig boekjaar). De Raad van Bestuur besliste tevens om op 21 december 2012 in totaal 4 miljoen aandelen te vernietigen. Op 31 maart 2013 heeft de vennootschap 8.350.868 eigen aandelen in bezit of 5,07 % van het totaal aantal uitgegeven aandelen.

Op het einde van deze verslagperiode resulteerden hogervermelde elementen, samen met een verdere optimalisatie van het werkkapitaal, in netto geldmiddelen en kasequivalenten ten bedrage van EUR 503,9 miljoen tegenover EUR 307,6 miljoen voor dezelfde verslagperiode vorig jaar.

2.4 Vooruitzichten

Door de algemene economische crisis en een blijvend zwak consumentenklimaat dient ook de komende verslagperiode zich aan als uitdagend. Colruyt Group zal zijn algemene kostengroei onder controle houden en via zijn consistente prijsstrategieën tegemoet blijven komen

aan de dalende koopkracht van de consument. Ter gelegenheid van de Algemene Vergadering van Aandeelhouders van 25 september 2013 zal Colruyt Group een vooruitzicht geven over het boekjaar 2013/2014.

2.5 Dividend

Op de gewone algemene vergadering van 25 september 2013 zal een brutodividend worden voorgesteld van EUR 1,00 per aandeel tegenover EUR 0,95 vorig boekjaar; dit vertegenwoordigt een stijging van 5,3 %.

Segmentinformatie

(in miljoen EUR)	Omzet	Bedrijfs cashflow (EBITDA)	Bedrijfs winst (EBIT)
I. DETAILHANDEL (RETAIL)	6.309,4	613,3	478,2
- Colruyt (1)	5.232,3		
- OKay en Bio-Planet (2)	530,8		
- DreamLand en DreamBaby	241,4		
- Foodretailwinkels Frankrijk (3)	226,3		
- Overige supermarkten (3)	0,00		
- Transacties met andere operationele segmenten	78,6		
II. GROOTHANDEL EN FOODSERVICE	1.380,1	35,9	18,6
- Groothandel (3)	751,1		
- Foodservice	624,5		
- Transacties met andere operationele segmenten	4,5		
III. OVERIGE ACTIVITEITEN	750,5	24,5	12,2
- DATS 24 België en Frankrijk	690,3		
- Printing & document management solutions	13,7		
- Engineeringactiviteiten (4)	0,2		
- Overige	0,9		
- Transacties met andere operationele segmenten	45,4		
IV. TRANSACTIES TUSSEN OPERATIONELE SEGMENTEN	(128,4)	(0,1)	(0,1)
V. CORPORATE (niet toegewezen)	0,0	26,2	6,2
Totaal groep geconsolideerd	8.311,6	699,8	515,1

(1) Inclusief de omzet van de webshops (Collect&Go, Bio-Planet, Collishop, DreamLand en DreamBaby) gerealiseerd door de Colruyt-winkels.

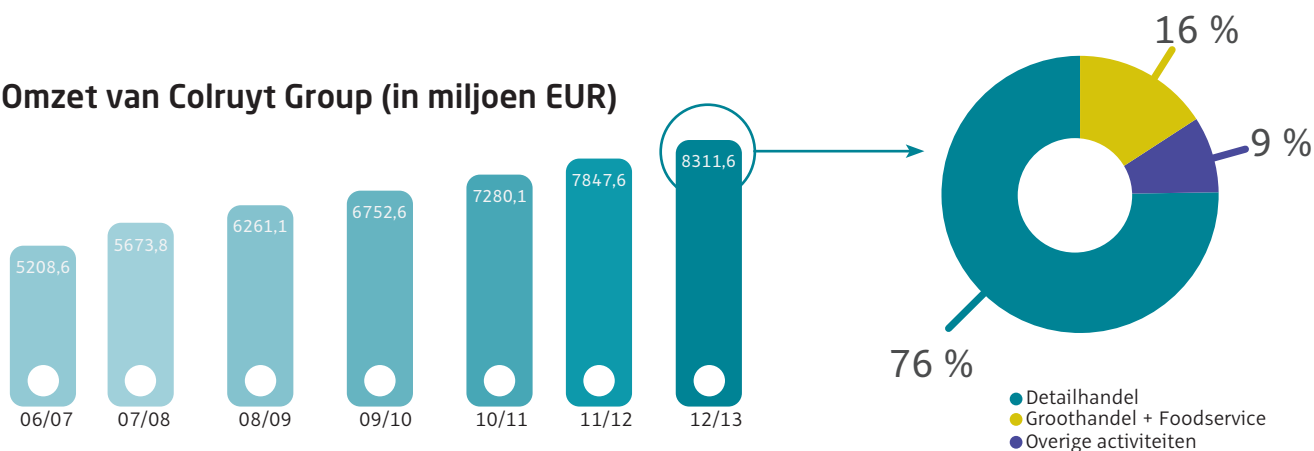
(2) Inclusief de omzet van Collishop en DreamBaby gerealiseerd door de OKay- en Bio-Planet-winkels.

(3) De Spar-supermarkten (België) en de Coccinelle-winkels (Frankrijk) door de groep zelf uitgebaat (al dan niet tijdelijk), zijn vanaf 01/04/2012 opgenomen onder Groothandel.

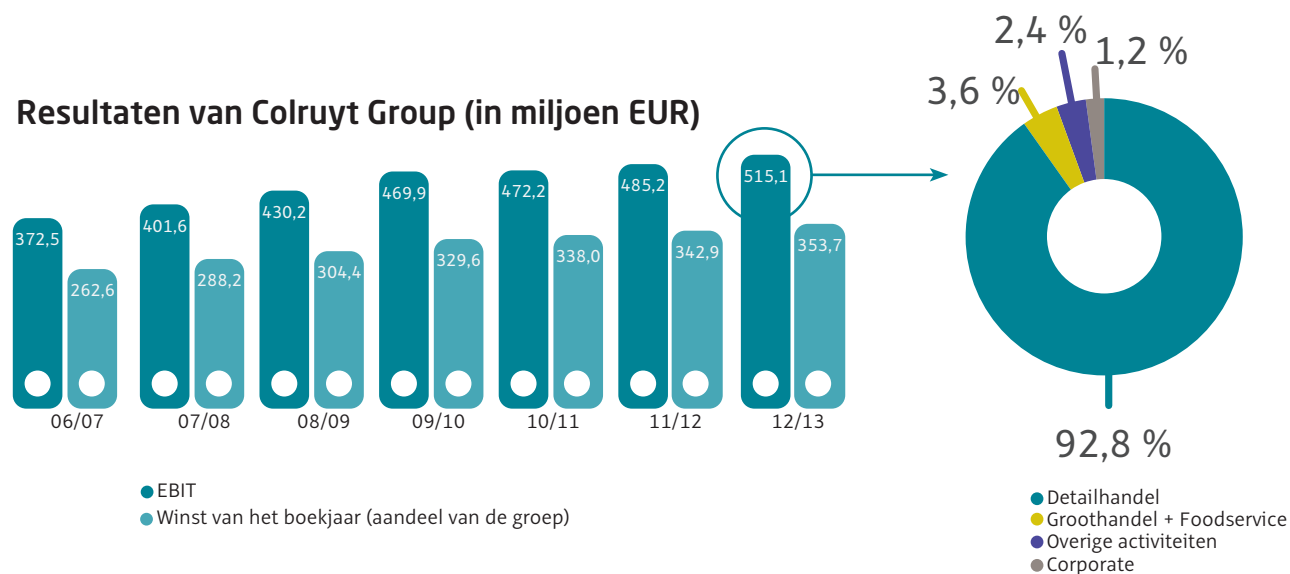
(4) De engineeringactiviteiten (intrion) werden verkocht op 1 april 2012 en dragen vanaf boekjaar 12/13 dus niet langer bij tot de resultaten van Colruyt Group.

3. Overzicht kerncijfers

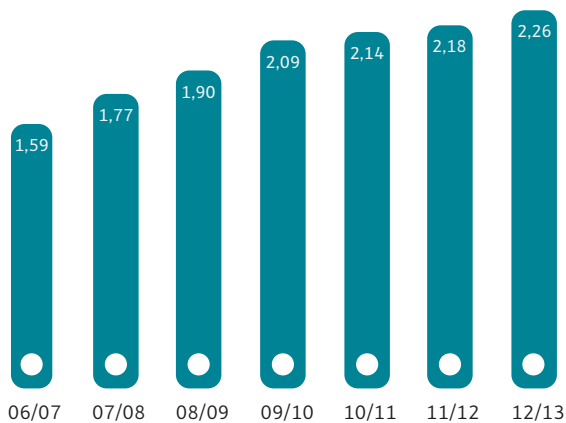
Omzet van Colruyt Group (in miljoen EUR)



Resultaten van Colruyt Group (in miljoen EUR)



Winst per aandeel Colruyt (in EUR)



Brutodividend per aandeel (in EUR)

