

Colruyt trekt geen boetekleed aan

Date : 23 juni 2015

De [familie Colruyt](#), de vierde Rijkste Belg, moest gisteren wat woelige watertjes doorzwemmen. De Mededingingsautoriteit maakte bekend dat de distributeur tussen 2002 en 2007 mee betrokken was in een systeem van prijsafspraken waardoor de consument systematisch te veel betaalde voor drogisterijproducten zoals shampoos en deodorant. Colruyt kijkt nu aan tegen een boete van 31,6 miljoen euro. Toch klokte het aandeel gisteren iets hoger af. De belegger hanteert duidelijk andere waarden dan ethische principes. Al moet wel worden gezegd dat de volledige beurs half euforisch reageerde op wat een doorbraak wordt genoemd in het Grexit-dossier. Desalnietemin heeft de familie Colruyt een forse deuk opgelopen langs haar morele kant.

Tussen 2002 en 2007 organiseerden de supermarkten Carrefour, Colruyt, Cora, [Delhaize](#), Intermarché, Makro en [Mestdagh](#) enerzijds en anderzijds de leveranciers Beiersdorf, Bolton, Belgium Retail Trading, Colgate-Palmolive, D.E HBC Belgium, GSK, Henkel, L'Oréal, Procter & Gamble, Reckitt Benckiser (Belgium) en Unilever een “gecoördineerde stijging van de consumentenprijzen van drogisterij-, parfumerie- en hygiëneproducten”, aldus de mededingingsautoriteit. Het was Colgate-Palmolive dat de praktijk aan het licht bracht. Het bedrijf krijgt daarom geen geldboete. De hoogste boetes zijn voor Carrefour (36,4 miljoen euro), Colruyt (31,6 miljoen euro), Procter & Gamble (29 miljoen euro) en Delhaize (24,9 miljoen euro).

Aandeel Colruyt niet afgestraft na boete voor prijsafspraken

Colruyt kwam al snel met een mededeling terwijl de koers van het aandeel op de beurs even werd geschorst. Die mededeling was niet gehuld in een boetekleed. Eerder in tegendeel. We hadden geen keuze, zegt Colruyt, we moesten wel meedoen. En de consument heeft niet echt teveel betaald. En het is tenslotte al lang geleden. Officieel klinkt dat bij monde van COO Frans Colruyt als volgt: “We moeten toegeven dat ruim 10 jaar geleden onze interne controleprocessen niet zo geperfectioneerd waren als nu om voor de volle 100% te garanderen dat externe druk geen invloed kon uitoefenen op de autonome werking van het prijzensecretariaat. Maar we willen wel onderlijnen dat ons prijzensecretariaat er steeds over gewaakt heeft dat Colruyt zijn laagsteprijsengagement heeft waargemaakt.” (...) Er is geen sprake van dat Colruyt onrechtmatig te hoge prijzen zou hebben aangerekend aan haar klanten. Het enige wat wij jarenlang gedaan hebben, is transparant en consequent onze laagsteprijzenpolitiek voeren. Iedereen weet dat Colruyt steeds alle prijzen in de markt volgt, en op die manier haar klanten steeds de laagste prijzen aanbiedt.”

Er restte Colruyt niets anders dan ook te melden dat de winstcijfers voor dit jaar wellicht niet zullen worden gehaald. Want ondanks het feit dat Colruyt “altijd heeft meegewerkt met het onderzoek” werden geen financiële reserves aangelegd voor mogelijke veroordelingen en

boetes.

De familie Colruyt heeft zich altijd ver gehouden van het financiële moeras waarin geld is verworden tot een doel op zich en beladen is met een negatieve drijfkracht. Nu lijkt dat imago geblutst en gedeukt te worden. Om zijn klanten de laagste prijs te kunnen aanbieden heeft de kruidenier zijn prijzen van deodorants kunstmatig opgedreven. Het is een moeilijk te verkopen boodschap. Meer zelfs, het is de foute boodschap.