

De (zeven?) magere jaren voor de familie Colruyt

Date : 15 december 2021

Corona doet mensen anders denken over hun leven. Dat vertaalt zich ook in de consumptie. Niet langer de laagste prijzen zijn de eerste prioriteit. Wel bijvoorbeeld de nabijheid van de winkel. De grootste distributeur van het land Colruyt ondervindt dat aan den lijve. Klanten blijven weg of kopen minder. De concurrentie neemt toe. De leveranciers rekenen hun gestegen grondstofprijzen door aan de winkelende consument. Dat alles noopt Colruyt, de kampioen van de laagste prijzen, er toe de aandeelhouders te verwittigen dat hun winst onder druk staat. De koers van het aandeel, en dus meteen ook het vermogen van [de familie Colruyt](#), zakt naar een dieptepunt van 40 euro tegenover 60 euro begin 2019. Waar de distributeursfamilie begin 2019 nog 4,5 miljard euro waard was, is dat bedrag nu geslonken tot net nog 3 miljard euro. In onze ranglijst zakt de familie van de 4de naar de 10de plaats.

‘Beduidend tot sterk lager’ zo klinkt het in een persbericht van Colruyt wanneer het over de winstcijfers gaat. Deze zomer was dat nog gewoon ‘lager’. Colruyt lijdt op alle mogelijke manieren onder corona. Bijvoorbeeld omdat het zijn personeel een coronapremie betaalt en de lonen geïndexeerd worden. Volgens het bedrijf kost de corona-premie 15 miljoen euro extra. Belangrijker is wellicht het feit dat de mensen minder kochten. De keten Colruyt zelf verloor 4,9 procent aan omzet. OKay, Bio-Planet en Cru gingen er samen 9,6 procent op achteruit. Die terugval in de winkels is gedeeltelijk te verklaren doordat de eerste coronagolf gepaard ging met hamstergedrag van de consument enerzijds en een verbod op kortingen anderzijds. Die beide fenomenen zijn nu weggevallen. Daarbij komen nu ook oplopende kosten voor energie en transport. Tenslotte zijn er de stijgende grondstoffenprijzen. Leveranciers willen daarbij hun verkoopprijzen fors verhogen. Ook zij worden geconfronteerd met stijgende kosten, die ze willen doorrekenen aan de supermarkten. Dat eindigt in discussies waarbij bepaalde populaire producten niet langer in de winkelrekken liggen.