

Familie Colruyt

Date : 6 maart 2015

Distributeur Colruyt was lange tijd de lieveling van de beleggers en de beurs. Maar in 2011 moest Jef Colruyt tot drie keer toe negatief nieuws brengen. Dat was nooit eerder gezien in de geschiedenis van Colruyt. De groep moest dan ook de nodige beursklappen incasseren. Sommigen stellen ook vragen bij de attitude van Jef Colruyt, die soms meer doet denken aan een goeroe dan aan een manager.

De familie Colruyt ging in de jaren 1950 van start als groothandelaars in Vlaams-Brabant. Jo Colruyt was ongetwijfeld de meest durvende telg van de familie. In 1965 opende Colruyt zijn eerste winkel waar hij het concept van lage prijzen hanteerde. Zijn concurrentiële mikpunt was de GB van Bosvoorde. Colruyt moest en zou 10 procent goedkoper zijn. Het werd

meteen de eerste winkel die het uithangbord 'Discount' meekreeg. En de formule sloeg aan. Nadeel was wel dat geen enkele handelaar mocht weten dat groothandelaar Colruyt met een eigen concurrerende kleinhandelszaak was begonnen. Toch ging Jo Colruyt verder met zijn expansie. Elke vrijdag ging hij op zoek naar goedkope locaties voor nieuwe winkels. Het verhaal wil dat hij 300 frank bood per aangekochte parkeerplaats. Een ander verhaal zegt dat nieuwe geranten van Colruytwinkels dagelijks 30 potentiële klanten moesten opbellen. Altijd welstellende klanten. Die boden de grootste weerstand om in de kale betonnen winkels te komen.

Eind jaren zeventig was de discountformule gemeengoed geworden. Colruyt schakelde over op een algemene strategie van lage prijzen gekoppeld aan een doorgedreven informatisering. Wanneer Jo Colruyt in 1994 overleed was zijn groep uitgegroeid tot een volwaardige evenknie van zijn twee grote concurrenten: Delhaize en GB-Inno-BM. Zijn zoon Jef Colruyt kwam later aan het hoofd van de groep te staan. Die verrast vriend en vijand soms met zijn merkwaardige uitspraken. 'De Stichting Marketing, daar ga ik nooit naartoe', zo liet hij zich ooit ontvallen. 2011 was het jaar waarin Colruyt voor het eerst een winstdaling moest bekendmaken. Volgens sommigen heeft de groep de grenzen van haar groei bereikt.

Desondanks werd onder leiding van Jef Colruyt in de Franse markt geïnvesteerd en nieuwe winkelformules ontwikkeld, zoals Okay, Dreambaby, Dreamland en de Spar. Ondernemen wil hij op een duurzame manier. Zo bouwde de Group Colruyt haar eerste windmolen in 1999. De afgelopen jaren investeerden ze verder in windenergie, in zonne-energie, in vergisting en warmterecuperatie. "Het gaat erom welke wereld we onze kinderen willen nalaten. Als we groene industrie en energie willen, dan moeten we daarin investeren", aldus Jef Colruyt in een interview voor *Trends*.

Begin 2020 werd duidelijk hoe zwaar de familie Colruyt zich heeft geëngageerd in windenergie. Dat bleek bij de kapitaalverhoging van de holding Virya Energy, in één klap goed voor 701 miljoen euro. Via drie tussenholdings is Virya Energy in handen van de familie Colruyt. Het gaat concreet om 83 % van het bedrijf Parkwind en 52 % van de Luxemburgse holding Eurowatt.

Met de nieuwe holding wil Colruyt genieten van schaalvoordelen. Ook interessant, 'Virya' is Sanskriet en staat voor de boeddhistische term die gewoonlijk wordt vertaald als "energie", "ijver", "enthousiasme" of "inspanning". Het kan worden gedefinieerd als een houding van graag betrokken zijn bij gezonde activiteiten en het zorgt ervoor dat iemand gezonde of deugdzame acties uitvoert.