



**50 ans de  
meilleurs prix  
chez Colruyt**



# Colruyt fête 50 ans de meilleurs prix

## Le distributeur célèbre sa promesse de marque avec des promos tout l'automne

**Halle, le 3 octobre 2023** – Colruyt Meilleurs Prix fête un événement important cet automne : cela fait 50 ans que le groupe belge s'aligne sur les prix afin de proposer les meilleurs prix à ses clients pour chaque produit, à chaque instant et dans chaque région. Colruyt a lancé ce qui s'appelait à l'époque le secrétariat des prix en 1973. D'une équipe de quatre personnes, il est devenu en cinquante ans une machine bien huilée employant 110 personnes qui suivent et adaptent chaque jour les prix dans tout le pays. Colruyt fêtera cet anniversaire avec ses clients : ils profiteront de 50 % de réduction sur de grandes marques dans tous les magasins de Belgique **du 4 au 31 octobre inclus**. Le contexte économique difficile maintient plus que jamais Colruyt Meilleurs Prix sur le qui-vive, mais le distributeur continue à tenir sa promesse des meilleurs prix en se focalisant sur l'efficacité, les réductions de coûts et l'innovation.

### 50 ans de meilleurs prix

L'histoire de Colruyt remonte à bien plus de 50 ans. C'est en 1928 que Franz Colruyt, simple boulanger, lance un commerce de gros en produits coloniaux dans le Pajottenland (Ouest du Brabant flamand). Son entreprise familiale se développe dans les années qui suivent avec un seul mot d'ordre : l'efficacité et le bon sens. Jo Colruyt, le fils de Franz, ouvre son premier supermarché en 1964. Il y supprime toutes les infrastructures superflues et propose toutes les plus grandes marques 10 % moins cher. Il ne s'accorde même aucun moyen de publicité malgré une concurrence féroce. Ainsi naissent les magasins « Discount » proposant les meilleurs prix aux consommateurs. Ce n'est qu'en 1976 qu'ils prendront le nom de Colruyt.

En **1973**, pour s'assurer d'être moins cher que la concurrence, la direction a créé une unité spéciale de quatre personnes : le secrétariat des prix Colruyt. Au début, ces collaborateurs relevaient tous les prix des concurrents à la main. Au fil des années, ses leurs techniques se sont automatisées pour adapter les prix Colruyt toujours plus vite. Alors que nous avons besoin de cinq jours dans les années 80, nous diminuons aujourd'hui nos prix en moins de 24 h.

En 2023, le secrétariat des prix, entretemps rebaptisé **Service Center Prix**, compte 110 collaborateurs. Une **équipe dépliant** de huit spécialistes épluche les dépliantes et sites web de la concurrence et une autre de 52 **releveurs de prix** (45 en Belgique, 7 au Luxembourg) sillonne le pays pour noter les prix



directement dans les autres enseignes. Cette équipe discrète était par le passé majoritairement constituée de femmes pour se fondre plus facilement parmi les clients, à l'époque essentiellement féminins. Ensemble, ces collaborateurs comparent pas moins de 150 000 prix chaque jour (100 000 en ligne, 50 000 en magasin). Pour traiter ces informations, le système réalise plus de deux millions d'opérations quotidiennes. Colruyt réagit tant aux prix qu'aux promos des concurrents et adapte ses prix aussi bien en magasin que sur le webshop Collect&Go.

### **La promesse des meilleurs prix tiendra encore longtemps**

Malgré le contexte économique difficile de ces dernières années, Colruyt maintient sa promesse de marque et met tout en œuvre pour continuer à protéger le porte-monnaie des consommateurs. En période de forte inflation des produits alimentaires, Colruyt remplit donc également un rôle social, dans le respect des autres acteurs de la chaîne. Colruyt entretient par exemple depuis des décennies une collaboration constructive avec un grand nombre de fournisseurs. **Jo Willemyns**, COO Retail et actuel Directeur Général de Colruyt Meilleurs Prix, explique : « Pouvoir encore réaliser de bonnes affaires avec nos fournisseurs après toutes ces années est très important pour nous. Il y a parfois des malentendus à ce sujet, mais il y a bien une différence entre les prix d'achat et les prix de vente. Pour ces derniers, nous garantissons les meilleurs prix du marché, même si le prix d'achat devait augmenter. Nous sommes en mesure de garantir nos prix de vente compétitifs depuis des années grâce à une bonne synergie avec nos coûts les plus bas. »

Découvrez plus d'infos dans le dossier de presse qui suit. Nous vous souhaitons un bon voyage à travers l'histoire des meilleurs prix Colruyt !

Jo Willemyns estime que la formule est prête pour au moins 50 années supplémentaires de meilleurs prix : « Utiliser nos ressources avec précaution pour maintenir les coûts à un bas niveau fait partie de l'ADN de Colruyt. Il y a 50 ans, cette démarche est née d'une nécessité : chaque centime comptait. Aujourd'hui, nous sommes toujours **économes et créatifs** : nos magasins sont sobres et nos méthodes de travail aussi efficaces que possible. Cela nous permet de comprimer nos coûts et d'investir durablement ces bénéfices dans nos meilleurs prix. Nous avons encore tout un arsenal de possibilités pour l'avenir : l'innovation et l'automatisation au sein de nos magasins, de notre logistique et de notre environnement de production jouera un rôle de plus en plus important. Il suffit de penser aux caisses intelligentes que nous sommes en train de déployer dans nos magasins. »

### **Les clients à la fête pour les 50 ans des meilleurs prix**

Le jubilé des meilleurs prix ne passera pas inaperçu pour les clients. À partir du 4 octobre, Colruyt offre 50 % de réduction sur plusieurs grandes marques dans tous ses magasins, en plus des meilleurs prix, jusqu'au 31 octobre 2023. Les réductions changeront toutes les deux semaines. Les magasins Colruyt seront également décorés pour l'occasion. Nous en profiterons aussi pour mettre nos collaborateurs, toujours aussi sympathiques, à l'honneur : vive la « Team Meilleurs Prix » !

**50 ans de garantie des meilleurs prix**, c'est 50 ans de confiance dans notre Service Center Prix, mais aussi 50 ans d'innovations et d'engagement dans la maîtrise des coûts. Plongez-vous dans notre histoire !



**1980**

**La modestie faisant partie de notre ADN**, les clients sont parfois trop peu conscients que nous offrons les meilleurs prix. Nous instaurons les prix rouges et le **Téléphone Rouge**. Si les clients trouvent un article moins cher ailleurs, ils peuvent nous appeler pour le signaler.



**1987**

Colruyt est la première entreprise de distribution en Belgique à introduire le **full scanning**. Chaque emballage est muni d'un code-barres, ce qui permet de gagner un équivalent temps plein par magasin.



**1999**

Introduction des **imprimantes de rapports express**, grâce auxquelles nous pouvons imprimer immédiatement des modifications de prix dans les magasins.



**2007**

Lancement de la **carte Extra**. Les clients ne doivent plus découper leurs bons pour bénéficier des réductions qui s'ajoutent aux meilleurs prix.

**1973**

**Création du secrétariat des prix.** Pour être sûrs d'être moins chers que nos concurrents, nous devons contrôler leurs prix. Quatre releveurs de prix se mettent donc au travail.



**1986**

Nous lançons un **dépliant** auquel les clients peuvent s'abonner. Après une période difficile, nous affichons plus que jamais notre vitalité.



**1994**

De plus en plus de clients optent pour nos meilleurs prix. Avec plus de 110 magasins Colruyt, un **nouveau centre de distribution** s'avère nécessaire. Celui-ci ouvre ses portes à **Ghislenghien**.



**2006**

Naissance de l'**Indice des prix**. Il permet aux clients de vérifier les différences de prix objectives, validées par Quality Control. Il s'agit aujourd'hui du **Baromètre des prix**.



**2008**

Colruyt Meilleurs Prix ouvre un **premier magasin au Grand-Duché de Luxembourg**. Là aussi, le secrétariat des prix assure le relevé et la fixation des prix.





**2009**

Une **équipe dépliants** dédiée est mise sur pied, car le traitement des dépliants des concurrents nécessite un savoir-faire considérable.



**2010**

Le **Service Center Prix** voit le jour. Il continue à relever et à traiter les prix, mais achète également des articles (par exemple pour le contrôle de la qualité), répond aux appels du Téléphone Rouge et analyse les prix sur le marché.



**2018**

L'équipe dépliant utilise désormais un **appareil de relevé numérique (DOT)**, qui transmet presque immédiatement les prix relevés à l'application centrale en vue de leur traitement.



**2020**

**Colruyt Professionals Meiser** ouvre ses portes.. Seuls les clients professionnels peuvent s'y rendre. Ils y trouvent un vaste assortiment de produits destinés à l'Horeca et à la vente au détail.



**2023**

Dans chacun des **262 magasins** de Belgique et du Luxembourg, nous garantissons les **meilleurs prix de la région**, pour chaque produit et à chaque instant. Nous continuons à tester des innovations tous les jours et mettons sur la simplification du travail afin de continuer à garantir en permanence nos meilleurs prix.

**2010**

Colruyt figure depuis plusieurs années à la première place des supermarchés les moins chers pour les marques A dans les enquêtes de l'organisation des consommateurs **Test Achats**.



**2017**

Lancement de **Xtra**. Grâce à cette nouvelle carte, les clients peuvent maintenant trouver les meilleurs prix, contacter directement le Téléphone Rouge... Tout sous un même toit.



**2019**

Tous les magasins sont équipés d'**ESL (Electronic Shelf Labels)** qui permettent d'adapter les prix électroniquement et de les rendre visibles le jour même.



**2022**

Le Service Center Prix compte désormais **110 collègues** qui se chargent chaque jour de rassembler, de traiter et d'analyser les prix.





# Comment Colruyt Meilleurs Prix suit les meilleurs prix depuis 50 ans

**Colruyt propose toujours les meilleurs prix à ses clients.** Et ce, depuis 50 ans déjà. Pour y parvenir, Colruyt compare le prix de ses produits avec celui de produits identiques ou de qualité équivalente dans les autres supermarchés. Une approche incomparable créée pour garantir les meilleurs prix et ainsi occuper – aujourd’hui encore – **une position unique dans le monde du retail belge.** Une position toujours tenue aujourd’hui. Comment tout cela a-t-il commencé ? Avec un tout petit secrétariat des prix composé de quatre personnes. Aujourd’hui, le **Service Center Prix** compte **110 collaborateurs** qui collectent, traitent et analysent les prix au quotidien.

## Le secrétariat des prix et le Téléphone Rouge

Le secrétariat des prix a été créé en **1973**. Il employait **4 releveurs** qui notaient les prix à la main, avant l'arrivée de l'informatique. Ils comparaient ensuite ces milliers de prix issus de centaines de magasins pour adapter les prix Colruyt quelques jours plus tard. **Le secrétariat des prix est vite devenu le centre névralgique de Colruyt.**

La garantie des meilleurs prix est un véritable engagement pour Colruyt. Pour le concrétiser et permettre aux clients d'y contribuer, Colruyt a créé le Téléphone Rouge. Grâce à cette ligne, chaque client peut signaler un produit vendu moins cher ailleurs. La différence de prix lui est alors remboursée et le prix adapté en magasin. C'est à cette époque que tous les prix adaptés dans les magasins Colruyt sont devenus les fameux Prix Rouges.



## Comparer les prix : 1973 vs. 2023

Aujourd'hui, le **Service Center Prix** ne relève plus seulement les prix dans les autres magasins, mais épluche aussi leurs dépliants promotionnels. Il compare ces promos avec les prix Colruyt et les adapte au besoin. Les prix en ligne sont également passés au peigne fin par l'équipe dépliants.

Ajoutés aux **50 000 prix** notés quotidiennement par les **52 releveurs de prix** sur le terrain, ce sont au total pas moins de **150 000 prix** que Colruyt traite et adapte chaque jour. Dès qu'un collaborateur adapte un prix dans la base de données, il apparaît directement en rayon grâce aux étiquettes de prix électroniques. Colruyt est donc capable de suivre de très près les promos de dernière minute des concurrents.

**Vous avez vu moins cher ailleurs ?** Vous pouvez appeler le **Téléphone Rouge** à tout moment ou contacter nos collaborateurs au moyen du formulaire en ligne.



# Évolution du Téléphone Rouge

L'idée du Téléphone Rouge naît en **1980**. Pourquoi ? À l'époque, peu de clients connaissaient le système des meilleurs prix. Colruyt les a donc invités à passer un coup de fil s'ils trouvaient moins cher ailleurs. Cette initiative est devenue la plus grande campagne de publicité de Colruyt jusque-là.

Aujourd'hui, le Téléphone Rouge **reste une valeur sûre**. Chaque dépliant Colruyt mentionne encore son numéro. Les clients peuvent aussi signaler des prix plus bas en ligne au moyen d'un formulaire. Une réponse leur sera envoyée dans les 24 heures.

## Le client avant tout

Le **Téléphone Rouge** était au départ un outil pour garantir les meilleurs prix aux clients. Au fil du temps, il s'est cependant mis à répondre à toutes sortes de demandes et est devenu un élément-clé du service clientèle de Colruyt.



“ J’ai commencé au Téléphone Rouge en 1990. À l’époque, certaines personnes essayaient de traquer elles-mêmes toutes les différences de prix et nous appelaient tous les jours. Ils se basaient surtout des dépliants concurrents. Notre prix était bien entendu déjà ajusté !

**Tina Delbaer** (photo),  
équipe d'expertise & marketing.

Hier



En 1990, on comptait :

**± 3 000**

appels au Téléphone Rouge par an



**3** collaborateurs  
répondaient aux  
appels des clients

Aujourd'hui



**± 20 000**

appels au Téléphone Rouge par an



**38** collaborateurs  
répondent  
aux appels des clients



**60%**

des contacts avec le Téléphone  
Rouge se font en ligne

# À la vitesse de l'éclair grâce à l'innovation constante

Colruyt réagit aux prix notés par les releveurs, mais aussi aux promos, aux actions et aux dépliantés des concurrents. Ce processus a connu une véritable révolution numérique. Tous les prix sont **mis à jour électroniquement** dans tous les magasins **depuis 2019**. Ainsi, Colruyt **réagit plus rapidement aux changements de prix inattendus**. L'introduction des étiquettes de prix électroniques a également libéré du temps pour que les collaborateurs en magasins se consacrent davantage au cœur de leur métier de vendeur.



## Il y a 50 ans : 5 jours de traitement en moyenne

**1 semaine à l'avance** : sélection des **produits à contrôler** par chaque releveur dans tel ou tel magasin et impression des fiches produits à compléter.

Chaque **releveur** contrôle les prix sur ses fiches et **faxe les résultats** en fin de journée.

Les prix transmis sont introduits dans la base de données par les encodeurs de prix au **secrétariat des prix** à Halle.

Les fixateurs de prix analysent les changements et établissent les nouveaux prix. Le système calcule toujours **les meilleurs prix**.

Ces derniers sont ensuite imprimés et envoyés dans chaque magasin. Les collaborateurs placent ensuite les **nouvelles étiquettes de prix** dans chaque rayon.

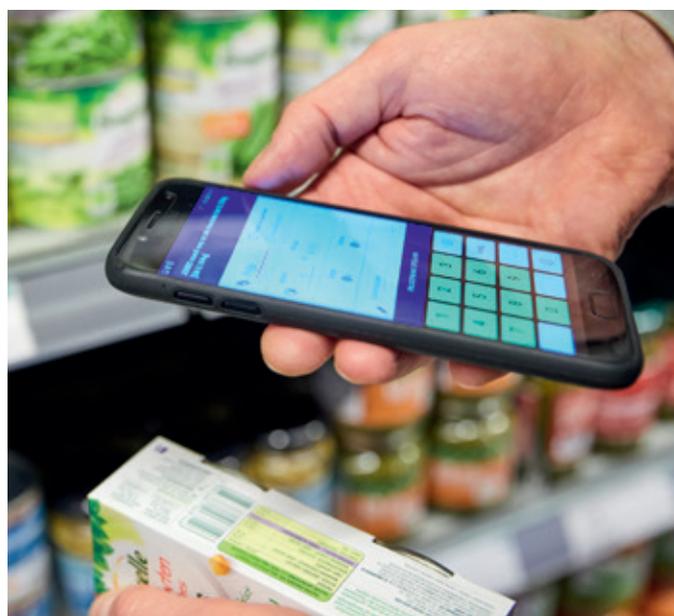


## Depuis 2009 : l'équipe dépliant analyse l'offre des concurrents

Chaque **dépliant concurrent** est analysé dès sa parution, soit quelques jours avant l'entrée en vigueur des promos.

Les fixateurs de prix analysent les changements et établissent les nouveaux prix. **Le système calcule toujours les meilleurs prix.**

Les nouveaux prix sont imprimés et envoyés vers les magasins avec les autres adaptations de prix. Les collaborateurs du magasin placent les étiquettes en rayon de sorte que **le prix Colruyt soit déjà adapté le jour où débute l'action du concurrent.**



## Aujourd'hui : moins de 24 heures

Aujourd'hui, Colruyt est capable d'adapter un prix signalé par un releveur en **moins d'un jour** et peut donc réagir très rapidement aux tendances et aux actions des concurrents. Ceci est rendu possible grâce aux **appareils de relevé numérique (DOT)**.

Les **releveurs** contrôlent les prix sur leur DOT et les envoient instantanément au **Service Center Prix**.

L'équipe dépliant analyse quotidiennement tous les dépliant papier et en ligne, de même que les sites web des concurrents.

Toute modification de prix est traitée et **transmise sur les étiquettes de prix électroniques en moins de 24 heures.**

“ Dans les années 2000, on recevait parfois 3 000 étiquettes à placer le jour du nouveau dépliant. On s'y mettait à 4 entre 6 et 9 heures du matin pour les découper une par une, pour ensuite les mettre en rayon. Cela faisait à peu près 10 km à pied à travers tout le magasin. Une jolie trotte matinale ...

**Frederic Destrebecq,**  
Colruyt Peruwelz, 33 ans d'ancienneté.

“ Quand j’ai commencé à la fixation des prix dans ce qui était encore le secrétariat des prix, on était à peine trois... et sans ordinateurs. Lorsqu’ils sont arrivés, j’ai dû m’adapter, je n’avais encore jamais travaillé avec un ordinateur. À l’époque, on notait toutes les données de la veille dans un cahier. On y avait collé une pièce d’un franc que le directeur avait trouvée. Parce que chaque franc comptait ! Et c’est toujours le cas aujourd’hui pour la fixation des prix : chaque euro compte. Beaucoup de choses ont changé, mais pas ça.

**Ingrid Stevens,**

40 ans d’ancienneté, dont 29 comme fixateur de prix.

#### Les chiffres en 2023

**± 600**

nouveaux prix sont calculés  
chaque nuit pour chaque magasin

Cela monte jusqu’à

**3 000** prix à la  
sortie de chaque nouveau  
dépliant Colruyt

#### Le saviez-vous ?

Le métier de releveur de prix était au début exclusivement féminin. À l’époque, il se disait que les magasins étaient principalement fréquentés par les femmes. Une releveuse de prix passait donc plus facilement inaperçue. Le premier releveur a rejoint l’équipe en 2004.



#### Le saviez-vous ?

Colruyt a installé des imprimantes de rapports express dans tous ses magasins en 1999. Elles servaient à imprimer directement en magasin les baisses de prix urgentes, comme les prix du jour des fruits et légumes et les réactions aux promos des concurrents.

# Les Meilleurs Prix. Noir sur blanc.

Noir = les meilleurs prix.

Rouge = promos en plus des meilleurs prix.

**colruyt**  
meilleurs prix

Valable du 1/6 au 14/6/2022 inclus.

09/2022

# Les meilleurs prix. Noir sur blanc.

Colruyt a simplifié ses affichages de prix en mai 2022. Tous les prix sont désormais imprimés en noir, avec la mention « meilleur prix ». Cette information tient aussi compte des prix alignés en réaction aux promos des concurrents. Les prix affichés en rouge sont les promotions propres de Colruyt et portent la mention « action ». Ce système renforce la perception des meilleurs prix permanents auprès des clients, et met en valeur les remises qui viennent encore s'y ajouter. Cette simplification répond en outre également à la nouvelle législation européenne applicable en Belgique depuis juin 2022.

## Comment lire l'étiquette de prix électronique ?

Colruyt affiche toujours ses prix, qui sont forcément les meilleurs, en noir. Si une promo vient s'y ajouter, elle est affichée en rouge. Mais quelle est la différence entre réduction Xtra et réduction par quantité ?

## Quelle est la différence entre réduction Xtra et réduction par quantité ?

Une **réduction Xtra** est une promo spécifique de Colruyt, à savoir une réduction en pourcentage ou en euro que l'on retrouve aussi dans le dépliant. Elle est accordée sur présentation de l'app ou de la carte Xtra.



Une **réduction par quantité** est un prix spécial. L'avantage est soit une réaction à une réduction par quantité chez un concurrent, soit un prix promo dans un dépliant, soit une réduction permanente pour les clients achetant en grande quantité. Cette réduction ne nécessite pas d'app ou de carte Xtra. Les réductions Xtra et réductions par quantité sont indiquées différemment sur les étiquettes de prix et les tickets de caisse.



Colruyt publie son **tout premier dépliant**, l'ancêtre du bimensuel actuel, en **1985**. Il est né de la volonté de mettre les tout nouveaux Prix Rouges en avant. Le succès fut immédiat. Cela encouragea le directeur commercial de l'époque à inviter les fournisseurs à y insérer leurs produits, contre rémunération. Certains saisirent la balle au bond et deux nouveaux dépliant furent encore publiés cette année-là, avec de nouveaux produits en plus des Prix Rouges. La machine était lancée. Dès 1986, Colruyt éditait 10 dépliant thématiques par an.

Le dépliant Colruyt fonctionnait par abonnement. Chaque client abonné y retrouvait un **livret de bons de réductions** à découper. Ces mêmes bons pouvaient être récupérés en rayon par les clients non abonnés. Ce système de bons a perduré malgré les changements de forme du dépliant.

Tout change en **2007** avec le lancement de la **carte Extra**. Toutes les réductions sont désormais chargées sur la carte du client et accordées automatiquement à la caisse. Le dépliant change alors de rôle. Plus de livret de bons, mais un volet Inspiration, un dépliant Action et un nouveau livret révolutionnaire : « Sélectionné pour vous » qui propose des réductions sur mesure pour chaque client.

Le dépliant Colruyt devient **bimensuel en 2012**. La carte Extra se modernise et devient **Xtra** en 2017, doublée d'une app mobile à l'avenir prometteur.

Le dépliant fait à nouveau peau neuve en 2023 et abandonne le Menu de la Semaine du cahier Inspiration au profit du **Planning de la semaine** pour épauler chaque client avec des conseils, des recettes et des suggestions. Toutes les publications Colruyt sont également disponibles en ligne.



De  
**400 000**  
 exemplaires en 1986  
 naar  
**1 850 000**  
 exemplaires aujourd'hui

# Les coûts les plus bas pour les meilleurs prix



Cela n'étonne aucun visiteur : **l'agencement** des **magasins** Colruyt est **unique**. Ils sont sobres, mais efficaces. Tout comme les méthodes de travail des collaborateurs. Une seule logique : l'optimisation. En baissant ses coûts de fonctionnement, Colruyt peut investir tous ses moyens dans les meilleurs prix.

# L'ingéniosité Colruyt en bref



**Des surgélateurs-coffres sobres :** leur design et leur porte non vitrée les rendent 5 fois moins énergivores que les surgélateurs verticaux.



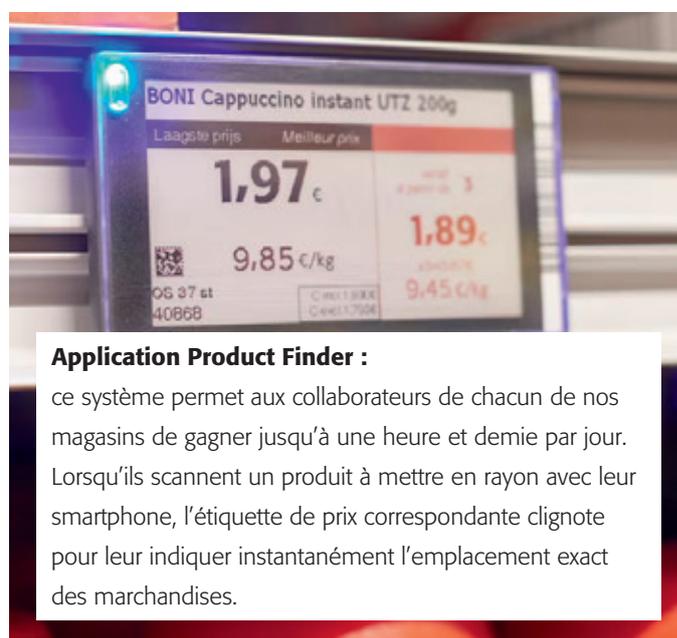
**Un seul grand espace fraîcheur :** le froid reste concentré et la chaleur des installations chauffe le magasin.



**Chariots sans monnayeurs :** économie de 14 € par chariot et plus besoin de chercher la monnaie.



**Caisses intelligentes :** actuellement en cours de déploiement, elles permettent aux caissiers de transborder les produits à deux mains, ce qui est plus ergonomique et plus rapide.



**Application Product Finder :** ce système permet aux collaborateurs de chacun de nos magasins de gagner jusqu'à une heure et demie par jour. Lorsqu'ils scannent un produit à mettre en rayon avec leur smartphone, l'étiquette de prix correspondante clignote pour leur indiquer instantanément l'emplacement exact des marchandises.

# C'est quoi un simplificateur du travail ?

Colruyt propose une fonction **unique en son genre** : simplificateur du travail. Il s'agit littéralement de **simplifier le travail de ses collègues** en se posant constamment les questions « Comment travaille-t-on maintenant ? » et « Comment améliorer cela ? ». Colruyt compte actuellement 55 simplificateurs du travail qui analysent et optimisent en permanence toutes les fonctions et tous les services dans le but de garantir les meilleurs prix au client.

“ Nos tâches sont variées, et c'est une grande satisfaction de voir le résultat de nos efforts : réduire les coûts, améliorer l'efficacité, travailler de manière ergonomique, et surtout aider nos collègues. Nous sommes le ciment entre les différentes fonctions et les différents services. Nous assemblons toutes les pièces du puzzle en gardant une vue globale de l'ensemble. Tout peut toujours être amélioré. Chaque petit changement peut avoir de grandes conséquences.

**Luigi Tavagnacco**,  
simplificateur du travail.



## C'est simple comme bonjour !

### Réduire les comptages dans l'espace fraîcheur

Il est impératif de compter régulièrement chaque produit présent dans l'espace fraîcheur. En rendant cette tâche plus efficace, le nombre de comptages obligatoires a pu être réduit de deux à un. Soit un gain de temps de deux à quatre heures par semaine.

### Rationaliser le ramassage du pain

Les vieux pains étaient évacués chaque jour dans des charrettes souvent à moitié pleines. Un projet de ramassage deux ou trois fois par semaine est en cours de test. Cela représente un gain de temps et de kilomètres parcourus.

### Optimisation de la réception à Ollignies

Le hall de réception des marchandises du centre de distribution d'Ollignies a été largement automatisé. Le nombre de réceptionnistes est passé d'un par quai à deux pour trois quais.

# Tous ensemble pour les meilleurs prix

50 ans de meilleurs prix, c'est au moins autant d'années de collaborations constructives avec nos fournisseurs. Outre l'attention que nous portons à nos réductions de coûts internes, nos accords avec nos fournisseurs sont aussi essentiels. Voici quelques témoignages de fournisseurs avec lesquels nous travaillons depuis plusieurs décennies. Certaines relations étaient d'abord de petits contrats et sont devenus de véritables partenariats.

## **Bangels, fruiticulteur, presque 30 ans de collaboration**

“ Nous avons commencé à travailler avec Colruyt à la criée. Cela a duré quelques années. Nous sommes devenus l'un de leurs trois fournisseurs de pommes permanents depuis une dizaine d'années. Nous avons développé les variétés belges Magic Star et Coryphee avec eux. Nous en sommes vraiment très fiers.

**Christophe Bangels,**  
fondateur de la fruiticulture Bangels.

## **Samenwerking met chipsfabrikant Crocky: al meer dan 35 jaar**

“ J'ai personnellement commencé à travailler avec Colruyt en 1991. Et chaque acteur en est toujours sorti gagnant : pour le fournisseur, pour Colruyt et surtout le consommateur. Chez Colruyt, tout le monde est tellement investi dans son travail qu'on dirait que c'est leur propre boîte à tous ! Ce n'est pas comme ça partout dans le monde du retail.

**Hein Debever,**  
Sales Manager Home Belgium, Crocky.

## **Erard SA, producteur et fournisseur de bacs pliants, 40 ans de collaboration**

“ Colruyt participe à notre processus de réflexion et n'a pas peur de l'innovation. Lorsque nous avons présenté des bacs pliants italiens il y a plus de 20 ans, l'entreprise nous en a tout de suite commandé tout un camion. Et lorsque nous avons envisagé d'investir dans notre propre fabrication, Colruyt nous a non seulement soutenu, mais aussi garanti une collaboration de 3 ans. Notre partenaire nous a pour ainsi dire lancés sur le marché. Napoléon a dit : « La capacité n'est rien sans l'opportunité ». Mon entreprise pouvait fabriquer un produit, mais il fallait que quelqu'un le commande. Ce que Colruyt a toujours fait.

**Kris Erard,**  
fondateur d'Erard NV



**Contact :**

press@colruytgroup.com

0473/822 715



**Retrouvez le  
dossier de presse  
en ligne**

**colruyt**   
meilleurs prix

