



Veghel, 20 juli 2022

-Persbericht-

MARKTPOSITIE JUMBO STABIEL IN ONSTUIMIG EERSTE HALFJAAR 2022

Toenemende vraag naar lekker, gezonder en duurzamer eten

- *Concernomzet stijgt tot € 5,46 miljard in eerste helft 2022, waarvan consumentenomzet Jumbo formule uitkomt op € 5,41 miljard*
- *Kwaliteitsverbetering in aanbod verse, gezonde en duurzaam geproduceerde voeding 'Van Dichtbij'*
- *Succesvolle uitbreiding in België – eind dit jaar naar verwachting in totaal 27 winkels*
- *Jumbo Online handhaaft omzet op niveau 'coronajaren'*
- *Verstevigde samenwerking Gorillas – al ruim 1.600 Jumbo producten razendsnel thuisbezorgd*
- *La Place zit 'na corona' weer in de lift - omzetbijdrage van € 51 miljoen*
- *La Place zet samen met Thuisbezorgd.nl en Uber Eats sterker in op thuisbezorging*

Koninklijke Jumbo Food Groep noteerde in het eerste halfjaar (t/m week 28) van 2022 een concernomzet van € 5,46 miljard. Dat is een stijging van 1,6% in vergelijking met dezelfde periode vorig jaar. Het wegvallen van de meeste coronamaatregelen gedurende deze maanden, met volledige heropening van horeca en retail als gevolg, was mede van invloed op de autonome omzetzegroei van bestaande Jumbo winkels. Desondanks presteerde Jumbo met een index van 100 opnieuw boven het marktgemiddelde van 98,9 (bron: Nielsen, week 27). Het aandeel van Jumbo op de Nederlandse markt bleef circa 22%. De uitbreiding op de Belgische markt, waar Jumbo sinds eind vorig jaar vier nieuwe winkels opende, vorderde gestaag. Na de verplichte sluitingen vanwege de coronapandemie kon ook foodserviceformule La Place afgelopen halfjaar weer de groei herpakken. Koninklijke Jumbo Food Groep houdt met het oog op de onzekere marktontwikkelingen in de komende maanden rekening met een lichte omzetzegroei voor heel 2022.

Strategische keuzes

Algemeen directeur Frits van Eerd: "We zijn tevreden met de gerealiseerde omzetzegroei tot nu toe, zeker in het licht van de uitdagende marktomstandigheden. De eerste weken van 2022 hadden we nog te maken met beperkende coronamaatregelen en daarna met de gevolgen van de situatie in Oekraïne. De uitdagingen zijn divers en nemen in omvang toe, terwijl het er niet naar uitziet dat de rust in de markt komende maanden terugkeert. Toch houden we vast aan onze doelstelling om dit jaar door de omzetzegrens van € 10 miljard te breken. Ook blijven we extra alert op de kosten en richten we met vertrouwen onze aandacht op de strategische keuzes die we begin dit jaar hebben gemaakt."

Kwaliteitsverbetering Vers

In het kader van de [aangescherpte strategie](#) voert Jumbo onder meer een verdere kwaliteitsverbetering door in het versaanbod. Klanten zijn immers in toenemende mate op zoek naar betere, lekkerdere en meer verantwoorde voeding die bij voorkeur lokaal is geproduceerd. Inmiddels komt al zo'n 75% van het versassortiment bij Jumbo uit Nederland; dat aandeel zal komende jaren verder stijgen. Op steeds meer versproducten maakt Jumbo dit zichtbaar met het '[Van Dichtbij](#)' logo. Het logo benadrukt de breed gedragen trots op de mooie en lekkere producten van Nederlandse bodem. Met veel toewijding werkt Jumbo aan het verkorten van de voedselketens door direct in te kopen bij vaste boeren en telers, wat de kwaliteit, versheid en verduurzaming van het assortiment ten goede komt. Steeds vaker is dit al de praktijk bij de vleesproducten van Jumbo. Ook voor aardappelen, groenten en fruit (AGF) gaat Jumbo langlopende samenwerkingen aan met meer vaste leveranciers.

Uitdagingen te lijf

Frits van Eerd: "Kwaliteit, gezondheid en duurzaamheid zijn stevige pijlers van onze aangescherpte strategie. We zijn ervan overtuigd dat dit een belangrijke voorwaarde is om verder te groeien. Bovendien verwachten onze klanten dat we actief optreden op deze gebieden, en die vraag is voor ons minstens zo belangrijk. Het is onze drive om klanten de leukste én de beste boodschap te bieden, om hen te ontzorgen. Om te denken in oplossingen en steeds daarnaar te handelen. Daarom zijn we er scherp op om een wendbare, robuuste en ondernemende organisatie te blijven, zodat we in deze snel veranderende wereld de uitdagingen te lijf kunnen gaan."

Winkelbestand en supply chain

Het voortdurend inspelen op de veranderende klantwensen en -behoeften vraagt ook om aanpassing van het winkelbestand. Zo zijn afgelopen halfjaar 32 Jumbo winkels geheel vernieuwd; in Dordrecht is de negende Jumbo Foodmarkt geopend. Nederland telt nu in totaal 687 Jumbo winkels. In België staat de teller inmiddels op 21 locaties; naar verwachting stijgt dat aantal dit jaar nog tot 27. De gloednieuwe Jumbo winkel in Antwerpen beschikt als eerste in België over een Klets-kassa; later dit jaar krijgt dit initiatief navolging in meer winkels. Ook zal het aantal nieuwe Jumbo winkels in België dat wordt uitgebaat door franchisenemers toenemen. Met het oog op de aanhoudende groei bouwt Jumbo verder aan het versterken van haar supply chain. Zo verrijst in Nieuwegein een nieuw gemechaniseerd distributiecentrum voor verse producten. Medio 2024 zal dat zijn voltooid naast het reeds uitgebreide geautomatiseerde centrale distributiecentrum voor houdbare producten op hetzelfde terrein.

Ontwikkelingen online

Tijdens de coronapandemie is het thuisbezorgen van online bestelde boodschappen in een stroomversnelling geraakt. Nu de meeste coronamaatregelen zijn weggevallen, combineren steeds meer Jumbo klanten het bezoek aan de winkel met het gemak en de ontzorging van online. De omzet

van Jumbo Online is daardoor gelijk gebleven aan dezelfde periode vorig jaar. Jumbo verwacht dat klanten in toenemende mate zelf blijven bepalen waar, wanneer en hoe zij hun aankopen doen, én hoe en wanneer zij de boodschappen thuis willen ontvangen. Met gerichte investeringen en samenwerkingsinitiatieven blijft Jumbo inspelen op deze behoefte. Zo breidt Jumbo dit jaar het aantal regionale bezorghubs met nieuwe vestigingen in Emmen en Bergen op Zoom uit tot in totaal achttien en introduceert ze onder de naam Jumbo Bezorgeloos een aantrekkelijk geprijsd abonnement op thuisbezorging. De onlineactiviteiten op de zakelijke markt, die al ruim de 100 miljoen aan omzet zijn gepasseerd, worden verder aangescherpt om de forse groei in dit segment vast te houden en te vergroten. Daarnaast werkt Jumbo aan het verstevigen van de strategische samenwerking met 'flitsbezorger' Gorillas, zodat klanten in de binnensteden via Jumbo.com straks ook kunnen kiezen voor supersnelle thuisbezorging van hun boodschappen door de fietskoeriers van Gorillas. Jumbo levert inmiddels zo'n 1.600 producten aan Gorillas. Voor haar onlineactiviteiten heeft Jumbo zich eerder dit jaar aangesloten bij de nieuwe werkgeversvereniging E-commerce Nederland.

La Place

Sinds het wegvallen van de coronamaatregelen per begin maart dit jaar, veert de foodserviceformule La Place weer op. Met de opening van nieuwe restaurants in de Amerikaanse staat Californië en aan de Grote Markt in Groningen beschikt La Place nu over 73 locaties. De nieuwe vestiging in Groningen bevindt zich boven de Jumbo winkel, waarin tevens een La Place Express onderdak vindt. Verdere internationale uitbreiding staat hoog op de agenda. Ook zet La Place steeds meer in op het thuisbezorgen van verse maaltijden, gezonde lunches en lekkere snacks. Eerder al is daarvoor een succesvolle samenwerking aangegaan met Thuisbezorgd.nl. Uber Eats bezorgt nu ook voor La Place, waardoor het aantal steden met bezorgservice is uitgebreid tot acht.

Noot voor de redactie – niet voor publicatie

Over Jumbo Supermarkten

Jumbo is een Brabants familiebedrijf met een rijke ondernemershistorie. In 1921 begonnen als groothandel en sindsdien een indrukwekkende groei doorgemaakt naar inmiddels de tweede supermarktketen van Nederland. 2021 was een bijzonder jaar voor Jumbo. Het 100-jarig bestaan van het familiebedrijf werd gevierd en als bekroning op 100 jaar ondernemerschap werd de organisatie vereerd met het Koninklijk predicaat. Door de klant altijd centraal te stellen is Jumbo één van de best gewaardeerde supermarkten van Nederland. En dat werd in 2021 wederom bevestigd toen Jumbo voor de negentiende keer werd verkozen tot beste landelijke supermarkt volgens het GfK Kerstrapport.

Jaarlijks mag Jumbo ruim 10 miljoen klanten verwelkomen in meer dan 700 winkels en middels haar online bestel- en bezorgservice via Jumbo.com en de Jumbo app. Sinds 2019 is Jumbo ook actief in België en telt daar inmiddels ruim 20 winkels. Jumbo wil lekker en gezond eten makkelijk bereikbaar maken voor iedereen. In alles wat Jumbo doet, staan de wensen, behoeften en verwachtingen van de klant voorop. De supermarktketen zet met ruim 100.000 collega's alles op alles om klanten te blijven verrassen en inspireren en hen elke dag de leukste boodschap te bieden. In alle winkels én online wordt de unieke Jumbo formule gevoerd, met de combinatie van een groot assortiment én de beste

service én euro's goedkoper. Klanten kunnen daarbij altijd vertrouwen op de 7 Zekerheden van Jumbo.

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met:

Jumbo Supermarkten

Afdeling Corporate Communicatie

Telefoon: 0413 – 38 48 00

E-mail: communicatie@jumbo.com

Website: pers.jumbo.com

Beeldbank: pers.jumbo.com/beeldbank