

LOTUS BAKERIES: HALFJAARRESULTATEN 2015

- Omzet groeit met 16,5%, voornamelijk dankzij zeer sterke organische groei van ruim 10% (*)
- Sterke stijging van recurrente bedrijfscashflow met meer dan 7 miljoen EUR
- Nettoresultaat stijgt met 5,5 miljoen EUR en bedraagt 21,6 miljoen EUR
- Overname van commerciële partner in Zuid-Korea succesvol afgerond (**)

1. Halfjaarresultaten 2015

Resultatenrekening ⁽¹⁾ (in duizend EUR)	30/06/2015	30/06/2014	Evolutie %	
Omzet	195.567	167.798	+	16,5
Recurrent bedrijfsresultaat (REBIT) ⁽²⁾	29.376	22.079	+	33,0
Recurrente bedrijfscashflow (REBITDA) ⁽³⁾	37.753	30.412	+	24,1
Niet-recurrent bedrijfsresultaat	(1.091)	(222)	+	391,4
Bedrijfsresultaat (EBIT) ⁽⁴⁾	28.285	21.857	+	29,4
Financieel resultaat	311	(922)	-	-
Resultaat vóór belastingen	28.596	20.935	+	36,6
Belastingen	(7.035)	(4.846)	+	45,2
Nettoresultaat	21.561	16.089	+	34,0
Nettoresultaat: aandeel derden	1	-	+	-
Nettoresultaat: aandeel Groep	21.560	16.089	+	34,0
Totaal aantal aandelen per 30 juni ⁽⁵⁾	790.318	780.997	+	1,2
Kerncijfers per aandeel (in EUR)				
Recurrent bedrijfsresultaat (REBIT)	37,17	28,27	+	31,5
Recurrente bedrijfscashflow (REBITDA) ⁽³⁾	47,77	38,94	+	22,7
Nettoresultaat: aandeel Groep	27,28	20,60	+	32,4
Balans (in duizend EUR)				
Balanstotaal	366.873	334.785	+	9,6
Eigen Vermogen	211.811	180.902	+	17,1
Investerings ⁽⁶⁾	6.267	8.427	-	25,6
Netto financiële schulden ⁽⁷⁾	22.728	47.112	-	51,8

(1) Meer informatie over de balans en resultatenrekening is terug te vinden op de website: www.lotusbakeries.com

(2) REBIT wordt gedefinieerd als het recurrent bedrijfsresultaat, bestaande uit alle opbrengsten en kosten die betrekking hebben op de normale bedrijfsuitoefening.

(3) Recurrente bedrijfscashflow wordt gedefinieerd als recurrent bedrijfsresultaat + afschrijvingen + voorzieningen en waardeverminderingen + niet-kaskosten waardering optie- en warrantenplan.

(4) EBIT wordt gedefinieerd als het recurrent bedrijfsresultaat + niet-recurrent bedrijfsresultaat.

(5) Totaal aantal aandelen per 30 juni, exclusief eigen aandelen.

(6) Omvat investeringen in materiële en immateriële vaste activa.

(7) Netto financiële schulden worden gedefinieerd als financiële schulden - geldbeleggingen - geldmiddelen en kasequivalenten - eigen aandelen.

De commissaris, PwC Bedrijfsrevisoren, vertegenwoordigd door Peter Opsomer, heeft een beperkt nazicht van de geconsolideerde balans en geconsolideerde halfjaarlijkse financiële informatie uitgevoerd. Hierbij heeft de commissaris geen opmerkingen geformuleerd. Wij verwijzen naar het Halfjaarlijks Financieel Verslag op onze website voor verslag hieromtrent.

(*) Exclusief wisselkoerseffecten en omzet Lotus Korea.

(**) Op 25 maart 2015 nam de Groep Lotus Bakeries 100% van de aandelen van Lotus Korea over, een toonaangevende distributeur voor koekjes en chocolade in Zuid-Korea. Resultaten worden sindsdien opgenomen in consolidatie.

2. Managementtoelichting

2.1 Omzet

Tijdens het eerste semester groeide de geconsolideerde omzet van de Groep Lotus Bakeries met 16,5% tot 195,6 miljoen EUR. De omzetgroei is quasi volledig toe te wijzen aan de groei van merkproducten, waar een groei van ca. 24 miljoen EUR werd gerealiseerd, voornamelijk door de verdere internationale groei van speculoos, alsmede de groei van Lotus Dinosaurus en Lotus wafels.

De strategie om **speculoos** op een duurzame manier verder te internationaliseren werd consistent voortgezet en leidde tot enkele zeer mooie successen in de Verenigde Staten en het Verenigd Koninkrijk. In de Verenigde Staten werd verder ingezet op het versterken van de distributie, maar ook de verkopen per winkelpunt (rotatie) namen toe dankzij de voortdurende focus op betere in-store visibiliteit en de juiste promotionele acties. Ook in het Verenigd Koninkrijk zien we opnieuw een zeer sterke groei dankzij sterke aanwezigheid in de winkelpunten, gerichte PR-campagnes en uitbreiding van de distributie. Andere landen zoals Frankrijk, Zwitserland, Duitsland, Oostenrijk, Israël, Koeweit en Saudi-Arabië konden eveneens een mooie groei voorleggen in speculoos.

De omzet van **speculoospasta** nam in het eerste semester sterk toe, deels door de introductie van een nieuw verpakkingsdesign dat nog sterker de link maakt tussen het koekje en de pasta. Bovendien blijft speculoospasta in veel landen één van de favoriete ingrediënten voor desserts.

In de basismarkten België en Frankrijk groeide **Lotus Dinosaurus** enerzijds dankzij distributiewinst, betere schappositie en goede in-store activatie voor het basisgamma, anderzijds door de introductie van de nieuwe variëteit 'Dinosaurus gevuld', de typische Dinosaurus koekjes met daartussen een vulling met echte Belgische chocolade of vanille. Dit nieuwe gamma kon op veel bijval rekenen bij de retailers en ook de reacties van de consumenten zijn zeer positief. In Nederland werd het basisgamma eind vorig jaar met succes geïntroduceerd in het koekjesschap. Dit succes wordt verdergezet in 2015 dankzij sterke ondersteuning zowel in het winkelpunt als via tv-commercials. In 2015 worden ook de eerste stappen gezet naar verdere internationalisatie van Lotus Dinosaurus in nieuwe markten, wat aanzienlijke commerciële en marketinginvesteringen vereist. De bijkomende brutomarge wordt volledig geherinvesteerd om een duurzame groei te kunnen realiseren.

De rebranding van de **wafels** naar 'Lotus Suzy' in België en de herlancering van de Luikse wafels in Frankrijk eind vorig jaar, zorgden voor een mooie omzetgroei van het wafelsegment gedurende het eerste semester van 2015. In beide landen werd de categorie ondersteund door nationale tv-campagnes, door aanwezigheid op events en door promotie op het winkelpunt. Ook de andere Lotus wafels, zoals de vanillewafels en de gevulde wafels evolueerden positief.

Op het einde van het eerste semester werd opnieuw een lichte groei vastgesteld in de categorie van **ontbijtkoek**. Eind 2014 werd de nieuwe Peijnenburg tv-campagne gelanceerd met als thema 'Lekker thuis met Peijnenburg' en er werd een nieuwe vershouddverpakking op de markt gebracht waardoor de fundamenteen gelegd zijn om het marktaandeel verder te versterken en opnieuw te groeien. Er zal in de tweede jaarhelft van 2015 sterk ingezet worden op het gezonde van ontbijtkoek door de introductie van een aantal nieuwe variëteiten.

2.2 Bedrijfsresultaat

Het recurrent bedrijfsresultaat en de recurrente bedrijfscashflow zijn met 7,3 miljoen EUR gestegen ten opzichte van vorig jaar, tot respectievelijk 29 miljoen EUR (+33%) en bijna 38 miljoen EUR (+24%).

De sterke omzetgroei in speculoos maar ook in Lotus Dinosaurus en wafels vormen de basis van het toegenomen bedrijfsresultaat. De groei van de omzet laat toe om de commerciële inspanningen voor de verschillende merken in de verschillende landen blijvend verder te verhogen, zowel wat betreft marketing als promotie in de winkelpunten. In Frankrijk werden drie televisiecampagnes gelanceerd, twee voor speculoos en één voor Luikse wafels. In Nederland werd een nieuwe commercial op de buis gebracht onder het thema 'Lekker thuis met Peijnenburg' en werden ook Lotus Koffieleutjes en Lotus Dinosaurus ondersteund. Ook in België was Lotus alomtegenwoordig met televisie-ondersteuning voor speculoos, Lotus Dinosaurus, Lotus Frangipane en de Lotus Suzy commercial.

De volumegroei in speculoos zorgt tevens voor een optimale bezetting in de fabriek, wat een aanzienlijke positieve bijdrage levert tot het bedrijfsresultaat. Sedert midden juni 2014 wordt Lotus Dinosaurus in-house geproduceerd in de fabriek te Lembeke, wat naast een toegenomen rentabiliteit ook garant staat voor superieure productkwaliteit en de nodige flexibiliteit. Lotus Bakeries blijft inzetten op het verhogen van de efficiëntie en flexibiliteit zowel in de fabrieken als in de logistieke ketting. Hiervoor werd geïnvesteerd in een systeem voor optimalisatie van opslag van verpakkingsmaterialen in Lembeke. Verder werd ook een project opgestart om de logistieke flows te optimaliseren en dichterbij de klant te brengen.

Het niet-recurrente bedrijfsresultaat bedraagt -1,1 miljoen EUR en is voornamelijk te wijten aan acquisitiekosten, de herstructurering van de logistieke activiteiten in het distributiecentrum van Lokeren en de afschrijving van het merk Wieger Ketellapper.

Het financieel resultaat van 0,3 miljoen EUR bestaat voornamelijk uit positieve wisselkoersresultaten. De intrestlasten zijn de helft lager dan vorig jaar dankzij de verdere afbouw van de schuld en de lage intrestvoeten.

De belastinglast bedraagt 7 miljoen EUR of 24,6% van de winst voor belastingen en is in lijn met de belastingdruk per eind 2014.

Het nettoresultaat van de eerste jaarhelft stijgt met 5,5 miljoen EUR (+34%) ten opzichte van 2014 en bedraagt 21,6 miljoen EUR.

2.3 Investerings

Het investeringsniveau tijdens het eerste semester van 2015 bedroeg 6,3 miljoen EUR. De belangrijkste investeringen vonden plaats in België en Nederland, met de installatie van een nieuwe verpakkingrobot voor de Lotus Madeleines in de fabriek te Oostakker, investeringen in bijkomende capaciteit in Lembeke en de plaatsing van een nieuwe oven in de ontbijtkoekfabriek van Sintjohannesga.

2.4 Netto financiële schulden

Dankzij de sterke operationele cash flow daalde de netto financiële schuld over de afgelopen 12 maanden met 24 miljoen EUR tot 22,7 miljoen EUR en dit ondanks de cash outflow voor investeringen en acquisities, ten belope van in totaal 35 miljoen EUR.

3. Overname distributeur van koekjes en chocolade in Zuid-Korea

Op 25 maart 2015 nam de Groep Lotus Bakeries 100% van de aandelen van Lotus Korea over, een toonaangevende distributeur voor koekjes en chocolade in Zuid-Korea. Door deze overname verstevigt de Groep Lotus Bakeries verder haar positie in Azië waar we nu aanwezig zijn met een eigen verkoopkantoor in China en Zuid-Korea, twee groeiende economieën met enorm veel potentieel.

Onmiddellijk na de overname werd in Zuid-Korea gestart met de implementatie van SAP en een strategische studie naar marktdynamiek en opportuniteiten, zodat de optimale strategie, structuur en organisatie kan worden opgezet om de toekomstige groei en winstgevendheid op een duurzame manier te ondersteunen.

De resultaten van Lotus Korea werden voor een periode van drie maanden mee geconsolideerd en dit vanaf 1 april 2015.

4. Brand in wafelfabriek te Meise

Op 3 juni 2015 brak brand uit in de wafelfabriek van Lotus Bakeries te Meise. Alle personen die aanwezig waren in de fabriek werden tijdig geëvacueerd en in veiligheid gebracht. De brandweer heeft er alles aan gedaan om de brand onder controle te krijgen, maar helaas is de fabriek volledig uitgebrand.

In de fabriek in Meise werden wafels geproduceerd voornamelijk voor de Franse en Engelse markt. De wafels voor de Belgische markt worden geproduceerd in de fabriek te Courcelles.

Lotus Bakeries is zeer trots dat ze reeds in de loop van juni erin geslaagd is haar producten opnieuw in de winkelrekken te hebben en dat de impact op de omzet voor het tweede semester relatief beperkt zal zijn. Het grootste deel van de productie kon worden opgevangen in de wafelfabriek in Courcelles.

Momenteel worden diverse pistes bekeken om de verloren capaciteit intern te herstellen en verdere communicatie hierover volgt in de loop van september.

5. Overname Natural Balance Foods, Britse pionier in 100% natuurlijke tussendoortjes

Op 14 augustus 2015 maakte Lotus Bakeries het strategisch partnership bekend met Natural Balance Food ('NBF'), de Britse pionier op het gebied van 100% natuurlijke tussendoortjes. NBF is revolutionair in deze sector met een gamma van innovatieve producten zonder toegevoegde suikers en lactose-, tarwe- en glutenvrij. De producten worden verkocht onder de merken Nākd en Trek.

Via het partnership willen Lotus Bakeries en Natural Balance Foods de expansie van de merken Nākd en Trek, zowel in het Verenigd Koninkrijk als internationaal voortzetten. Lotus heeft jarenlange ervaring, kennis en succes in het internationaliseren van consumer goods. Via de verschillende Lotus verkoopkantoren in meer dan 15 landen, zal NBF toegang krijgen tot nieuwe markten en consumenten.

Tot nu toe heeft Lotus Bakeries als Groep voornamelijk de focus gelegd op het traditionele segment van koekjes. Wereldwijd is er een groeiende vraag naar gezonde, onbewerkte en smaakvolle alternatieven. De Nākd en Trek merken, die complementair zijn aan de huidige producten- en merkenportfolio van Lotus Bakeries, zullen ervoor zorgen dat Lotus voor elk wat wils heeft.

De onderneming werd opgericht in 2004 door de Californische broers Jamie en Greg Combs die de onderneming zullen blijven leiden. De netto-omzet van NBF bedroeg vorig jaar 20 miljoen Britse pond (28 miljoen EUR) en wordt verwacht ongeveer 33 miljoen Britse pond (46 miljoen EUR) te bedragen voor het huidige boekjaar. Natural Balance Foods telt een 40-tal medewerkers. Lotus heeft ruim 67% van de aandelen in Natural Balance Foods verworven van de externe, niet-actieve investeerders. De prijs voor 100% van de aandelen, vertegenwoordigt ongeveer 1,8 keer de verwachte netto-omzet van het huidige boekjaar.

De cijfers van Natural Balance Foods zullen mee geconsolideerd worden vanaf 1 september 2015.

6. Besluit

Tijdens de eerste jaarhelft van 2015 kan Lotus Bakeries een mooie groei voorleggen van 16,5% op omzet en 33% op recurrent bedrijfsresultaat.

Lotus Bakeries blijft sterk investeren in de toekomst, door het zoeken naar nieuwe distributie in landen waar zij nog niet aanwezig is, maar ook door het opzetten van nieuwe verkoopkantoren in Azië (China en Zuid-Korea) en Zuid-Amerika. Deze verkoopkantoren laten toe om beter en sneller in te spelen op de specifieke marktdynamieken, maar vragen vooral in de beginjaren aanzienlijke investeringen in organisatie, marketing en commerciële support, waarbij de impact op de rentabiliteit beperkt is. Dat deze strategie succesvol is, toont de sterke groei in het Verenigd Koninkrijk en de Verenigde Staten aan, wat te danken is aan sterke lokale managementteams die de strategie van Lotus Bakeries op een juiste en consistente manier implementeren.

Daarnaast werd de rentabiliteitsgroei gerealiseerd dankzij belangrijke commerciële inspanningen in de thuismarkten (België, Nederland en Frankrijk) waarbij een duidelijke en consistente communicatie met de eindgebruiker centraal staat. Lotus Bakeries is ervan overtuigd dat het op lange termijn significant dient te blijven investeren in marketing en sales om haar merken en productengamma te ondersteunen en verder uit te bouwen.

De strategie van een doorgedreven focus op de belangrijkste specialiteiten zal worden voortgezet alsook het verder internationaliseren van Lotus speculoos.

Lotus Bakeries blijft investeren in haar fabrieken, zowel wat betreft machines, veiligheid en optimalisatie van processen zodat wordt verder gebouwd aan het verhogen van de productie-efficiëntie in de verschillende sites en een consistent hoog kwaliteitsniveau van de verschillende producten kan worden gegarandeerd. Ook de logistieke ketting wordt herbekeken om Lotus Bakeries in staat te stellen de producten nog sneller bij de consument te krijgen.

Zowel het Management als de Raad van Bestuur van Lotus Bakeries zijn overtuigd dat de juiste strategie en goede basis aanwezig zijn om op termijn verder te blijven groeien.

CEO Jan Boone geeft aan verheugd te zijn met de resultaten en ontwikkelingen van de afgelopen periode:

“We hebben een voortreffelijk intern groeicijfer kunnen neerzetten van ruim 10% tijdens dit eerste semester. Bovendien groeit de rentabiliteit zelfs sterker dan de omzet waaruit blijkt dat met de investeringen in mensen en fabrieken van voorgaande jaren de juiste fundamenten zijn gelegd voor een duurzame en winstgevende groei op lange termijn.

Toch was het eerste semester van 2015 ook een bewogen periode, waarbij de brand in de fabriek te Meise een zwarte pagina is. We betreuren het verlies van de fabriek. We zijn evenwel trots dat het Belgische managementteam er zo snel in geslaagd is onze producten terug in de winkelrekken te hebben. Het zo snel mogelijk intern opvangen van de verloren capaciteit zal een belangrijke uitdaging zijn voor de nabije toekomst.



Persbericht

Gereguleerde informatie
Embargo 24/08/2015-17.45 uur

Met de acquisitie van Lotus Korea en het verder uitbouwen van het verkoopkantoor in China hebben we de fundamenteën gelegd voor een verdere groei in een zeer interessante markt. Daarnaast begeven we ons via het partnership met Natural Balance Foods op de markt van de natuurlijke tussendoortjes, een groeiend segment dat geen hype is, maar mainstream wordt."

7. Financiële kalender

Financiële analistenvergadering (conference call):	25 augustus 2015
Bekendmaking jaarresultaten 2015:	12 februari 2016
Financiële analistenvergadering:	12 februari 2016
Gewone algemene vergadering:	13 mei 2016
Betaalbaarstelling dividend:	23 mei 2016

Lotus Bakeries in een notendop

Lotus Bakeries is wereldwijd actief in koekjes, gebak en tussendoortjes met de merken Lotus, Lotus Biscoff, Lotus Dinosaurus, Lotus Suzy, Peijnenburg, Snelle Jelle, Annas, Nākd en Trek. Lotus Bakeries, met hoofdzetel in België, is een dynamische en internationaal georiënteerde onderneming met productievevestigingen in België, Nederland, Frankrijk en Zweden, en heeft vijftien eigen verkooporganisaties in Europa, de Verenigde Staten en Azië. Verder werkt Lotus Bakeries samen met commerciële partners in een veertigtal landen wereldwijd. Lotus Bakeries telt 1.321 medewerkers. Door een gezond evenwicht te bewaren tussen traditie en innovatie verwent het Lotus merk de consument met een uniek gamma van kwaliteitsvolle en lekkere producten. Met Peijnenburg en Snelle Jelle is de onderneming marktleider in ontbijtkoek in Nederland. Onder de merken Nākd en Trek biedt Lotus Bakeries lekkere tussendoortjes aan, gemaakt van volledig natuurlijke ingrediënten, onbewerkt en zonder toegevoegde suikers. In 2014 realiseerde Lotus Bakeries een omzet van 347,9 miljoen EUR. De aandelen van Lotus Bakeries zijn genoteerd op Euronext Brussels.

Voor verdere informatie kunt u contact opnemen met:

Jan Boone, CEO
Tel. + 32 9 376 26 14

Isabelle Maes, CFO
Tel. +32 9 376 26 01

Meer informatie over Lotus Bakeries is terug te vinden op www.lotusbakeries.com

