

5 mai 2025 – 12h45 CET

Mondelēz International et Lotus Bakeries concrétisent leur partenariat stratégique pour la Belgique

Une stratégie de croissance ambitieuse pour la catégorie chocolat de Mondelēz International se traduit en Belgique par le lancement du Côte d'Or L'Original avec des morceaux croustillants de Lotus Biscoff®.

Malines et Lembeke, lundi 5 mai 2025 – Deux icônes du patrimoine belge unissent leurs forces. Aujourd'hui, Dirk Van de Put, CEO de Mondelēz International, et Jan Boone, CEO de Lotus Bakeries, annoncent le lancement de Côte d'Or L'Original avec des morceaux croustillants de Lotus Biscoff®: une nouvelle tablette de chocolat co-brandée disponible en chocolat au lait et en chocolat blanc, agrémentée de morceaux croustillants de Lotus Biscoff®. Cette introduction marque une nouvelle étape dans le partenariat stratégique entre les deux entreprises qui avait été annoncé en juin 2024.



Partenariat stratégique aux ambitions internationales et locales

Côte d'Or et Lotus Biscoff®, respectivement leaders du marché du chocolat et des biscuits en Belgique, unissent leurs forces pour proposer aux consommateurs une combinaison de deux saveurs authentiquement belges. Cette collaboration reflète non seulement leurs racines communes, mais également leur ambition partagée d'accélérer l'innovation et la croissance dans la catégorie du snacking.

Le partenariat entre Mondelēz International et Lotus Bakeries s'articule autour d'une double ambition. D'une part, développer conjointement de nouveaux produits chocolatés en associant les marques iconiques de Mondelēz International telles que Côte d'Or, Cadbury et Milka avec le goût et la texture uniques et croustillants du Lotus Biscoff®. D'autre part, unir leurs forces pour soutenir

l'expansion de la marque Lotus Biscoff® en Inde et stimuler sa croissance en s'appuyant sur les solides canaux de distribution de Mondelēz International.

Le nouveau Côte d'Or L'Original avec des morceaux croustillants de Lotus Biscoff® est le premier produit co-brandé en Belgique et constitue une nouvelle concrétisation de la collaboration stratégique entre les deux entreprises, après le lancement réussi des produits Cadbury Biscoff® au Royaume-Uni plus tôt cette année.

Côte d'Or comme fer de lance de la stratégie ambitieuse de croissance du chocolat chez Mondelēz Benelux

Mondelēz Benelux vise à atteindre un chiffre d'affaires d'1 milliard d'euros d'ici 2030 et considère le chocolat comme une catégorie clé pour concrétiser cette ambition, avec Côte d'Or comme fleuron stratégique. Pour conserver sa position de leader sur le marché du snacking, l'entreprise se concentre sur une croissance ciblée au sein de ses segments principaux, renforce son assortiment existant et répond en permanence aux tendances de consommation changeantes grâce à une innovation continue.

Sur le marché belge du snacking, le chocolat est un moteur de croissance. Au cours des cinq dernières années, le marché belge du chocolat a connu une hausse de valeur d'environ 22 %, portée à la fois par l'augmentation des prix et la croissance des volumes. Pour Mondelēz Belgique également, la croissance du snacking est principalement tirée par la catégorie chocolat, qui représente plus de 70 % de la croissance totale. En tant que leader du marché, Côte d'Or joue un rôle clé. Aujourd'hui, les produits Côte d'Or sont présents dans 70 %¹ des foyers belges et la marque de chocolat bénéficie d'une notoriété de 96 %.² La marque ambitionne de renforcer encore sa position de leader en atteignant un taux de pénétration de 80 % d'ici 2030. Les innovations, telles que la collaboration réussie avec Lotus Biscoff®, consolident cette position et contribuent à bâtir un portefeuille résilient pour l'avenir.

"À l'échelle mondiale, nous constatons qu'environ 91 % des consommateurs prennent un encas chaque jour, et pas moins de 61 % consomment deux encas par jour.³ En Belgique aussi, le marché du snacking continue de croître, avec actuellement une hausse de 2 %.⁴ En raison des modes de vie trépidants et du besoin de praticité, de santé et de moments de plaisir, les consommateurs se tournent de plus en plus souvent vers des encas tout au long de la journée.

¹ Yougov FY 2024

² Metrixlab - March 2025

³ Mondelez International State of Snacking report

⁴ Nielsen P3 2025

⁵ Kantar 2024 & HHP data 2024

⁶ Enquête Côte d'Or auprès de 2200 ménages

⁷ HHP data 2024

En répondant de manière ciblée à ces besoins changeants, de nouvelles opportunités s'ouvrent pour nous en tant qu'entreprise, que nous concrétisons notamment à travers notre partenariat avec Lotus Bakeries », explique Dirk Van de Put, CEO de Mondelēz International.

L'ambition mondiale de Lotus Bakeries pour le Lotus Biscoff®

Lotus Bakeries a pour mission, avec son pilier stratégique majeur Lotus Biscoff® qui représente la moitié du chiffre d'affaires du Groupe en 2024, de ravir les consommateurs du monde entier grâce à l'expérience inédite offerte par le Lotus Biscoff®. Le goût universel et la texture distinctive de la marque sont également les raisons pour lesquelles le Groupe aspire à positionner Lotus Biscoff® en tant que 3ème cookie à l'échelle mondiale.

“La collaboration avec Mondelēz International et l'intégration de Lotus Biscoff® dans leurs marques de chocolat renommées telles que Cadbury, Milka et Côte d'Or sont des étapes importantes dans cette direction ” déclare Jan Boone, CEO de Lotus Bakeries. “Surtout sur notre marché domestique belge, où nous produisons Lotus Biscoff® depuis 1932 et où nous avons désormais atteint une notoriété de 93 % et un taux de pénétration de 50%⁵ L'association avec Côte d'Or constitue une étape logique et puissante dans la réalisation de notre ambition mondiale. ”

Côte d'Or L'Original avec des morceaux croustillants de Lotus Biscoff®, deux icônes belges fondent en un mélange harmonieux

Avec ce lancement, deux marques belges emblématiques fondent littéralement et figurativement ensemble. En Belgique, Côte d'Or est la marque de chocolat préférée et le cookie crouillant et unique du Lotus Biscoff® est une valeur sûre. Les deux marques bénéficient d'une notoriété impressionnante. De plus, 80 % des Belges reconnaissent le goût du Côte d'Or même à l'aveugle⁶, tandis que le Lotus Biscoff® est présent dans 50 %⁷ des foyers belges. Le nouveau Côte d'Or L'Original avec des morceaux croustillants de Lotus Biscoff® réunit le meilleur des deux mondes: l'intensité du chocolat Côte d'Or et la texture crouillante et le goût unique de Lotus Biscoff®.

“En combinant le goût unique de Côte d'Or L'Original avec le cookie crouillant Lotus Biscoff®, nous renforçons ce qui est déjà excellent. Jan Boone et moi-même avons grandi, en tant que Belges, avec ces produits emblématiques. C'est donc une réalisation fortement imprégnée d'une forte belgitude, et elle inspire le rêve de développer encore plus de combinaisons nouvelles et uniques ” déclare Dirk Van de Put, CEO de Mondelēz International.

Jan Boone, CEO de Lotus Bakeries: *“La collaboration avec Côte d'Or, numéro 1 du chocolat belge depuis des décennies, est particulièrement précieuse. Cette collaboration réunit deux saveurs authentiques sans que chacune ne perde sa personnalité reconnue et appréciée. Cette tablette de chocolat est un bel exemple de ce que deux marques belges peuvent accomplir en unissant leurs forces.”*

Le Côte d'Or L'Original avec des morceaux croustillants de Lotus Biscoff® est disponible dès aujourd'hui en exclusivité dans les magasins Delhaize et sera déployé plus tard cette année auprès d'autres distributeurs belges.



À propos de Mondelēz International

Mondelēz International, Inc (Nasdaq : MDLZ) encourage les gens à consommer des en-cas de la bonne façon dans plus de 150 pays à travers le monde. Avec des ventes nettes d'environ 36,4 milliards de dollars en 2024, MDLZ est à la tête de l'avenir du snacking avec des marques mondiales et locales emblématiques telles que Oreo, Ritz, LU, Clif Bar et Tate's Bake Shop, ainsi que le chocolat Cadbury Dairy Milk, Milka et Toblerone. Mondelēz International est fière d'être membre des indices Standard & Poor's 500, Nasdaq 100 et Dow Jones Sustainability Index.

Mondelēz International est fortement implanté à la Belgique. Son portefeuille comprend des marques majeures telles que Côte d'Or, LU, Prince, TUC, Milka et Philadelphia. La Belgique est en fait le berceau des marques phares telles que TUC, Prince, Côte d'Or, Pims, Bastogne, LEO....

En Belgique, Mondelēz International est leader dans le segment du chocolat, des biscuits et du fromage frais. Mondelēz International emploie environ 1 900 personnes à la Belgique et, outre son siège de Malines, possède 2 sites de production : une usine à biscuits et chocolat à Herentals et une usine de fromage à Namur. L'usine à Herentals est une des plus grandes usines de biscuit en Europe avec une production annuelle de 70.000 tonnes.

Consultez le site www.mondelezinternational.com ou suivez l'entreprise sur X via <https://twitter.com/MDLZ>.

À propos de Côte d'Or

Côte d'Or fait le bonheur des amateurs de chocolat depuis plus de 140 ans. Tout a commencé en 1883, lorsque Charles Neuhaus, maître chocolatier, a créé la marque Côte d'Or en référence à la Côte de l'Or, l'actuel Ghana, qui fournissait une partie des fèves de cacao. Depuis lors, l'histoire de la première tablette de chocolat s'est transformée en une saga avec plus de 100 produits et saveurs. Côte d'Or est sans aucun doute devenue une

marque mondiale qui est restée fidèle à son goût intense unique, attribué à son savoir-faire et à ses innovations réussies. Côte d'Or fait partie de l'entreprise mondiale de snacks Mondelēz International. En Belgique, Mondelēz International est leader du marché des biscuits, du chocolat et du fromage à la crème. Son portefeuille comprend des marques majeures telles que Côte d'Or, LU, Milka, Oreo, Philadelphia et TUC.

Contact presse

Annick Verdegem
Senior Corporate Affairs Manager Benelux, Mondelēz International
annick.verdegem@mdlz.com
Tél: +32 15 74 38 88

Lotus Bakeries en bref

Fondée en 1932 à Lembeke, en Belgique, Lotus Bakeries est aujourd'hui active dans le monde entier dans le segment des snacks traditionnels et naturels avec notamment les marques Lotus®, Lotus® Biscoff®, nākd®, TREK®, BEAR®, Kiddylicious®, Peter's Yard®, Dinosaurus®, Peijnenburg® et Annas®. Lotus Bakeries, dont le siège social est situé en Belgique, est une entreprise dynamique et orientée vers l'international qui possède des sites de production en Belgique, aux Pays-Bas, France, en Suède, en Afrique du Sud et aux États-Unis. Une troisième usine de production pour Lotus Biscoff® est actuellement en construction en Thaïlande et sera opérationnelle en 2026. Lotus Bakeries dispose de 23 organisations commerciales en Europe, en Amérique, en Asie et en Australie. Lotus Bakeries collabore également avec des partenaires commerciaux dans une cinquantaine de pays à travers le monde. Lotus Bakeries emploie environ 3 360 personnes et a réalisé un chiffre d'affaires de 1 232,0 millions d'euros en 2024. Lotus Bakeries est cotée à la bourse Euronext Bruxelles. La majorité des actions est détenue par les familles Boone et Stevens.

Consultez le site <https://www.lotusbakeries.com> ou suivez Lotus Bakeries sur [LinkedIn](#).

Lotus Biscoff® en bref

Depuis 1932, Lotus Biscoff® ravit les papilles des consommateurs grâce à son délicieux goût caramélisé et sa texture croustillante. Originaire de Belgique, mais désormais apprécié dans le monde entier, le cookie Lotus Biscoff® a été commercialisé pour la première fois par Jan Boone Sr., qui a créé un cookie caramélisé à base d'ingrédients naturels. Cette recette et ce cookie unique restent à la base de nos trois produits hero: le cookie Lotus Biscoff® original, le Lotus Biscoff® sandwich cookie et la pâte à tartiner Lotus Biscoff®. Cette large gamme nous permet de toujours satisfaire les consommateurs. Que ce soit à la maison, en déplacement, au bureau ou en avion, Biscoff® offre à tous, partout dans le monde, un moment unique pour savourer pleinement !

Contact presse

Emma Van Praet
Corporate Communications Manager, Lotus Bakeries
corporate@lotusbakeries.com
Tél.: +32 9 376 69 20