

LOTUS BAKERIES : RAPPORT SEMESTRIEL 2015

- Chiffre d'affaires en hausse de 16,5 %, grâce notamment à une très forte croissance organique de plus de 10 % (*)
- Forte progression du cash-flow d'exploitation récurrent de plus de 7 millions EUR
- Le résultat net augmente de 5,5 millions EUR et s'établit à 21,6 millions EUR
- La reprise du partenaire commercial sud-coréen a été clôturée avec succès (**)

1. Résultats du 1er semestre 2015

Compte de résultats ⁽¹⁾ (en millier d'EUR)	30/06/2015	30/06/2014	Evolution %	
Chiffre d'affaires	195.567	167.798	+	16,5
Résultat d'exploitation récurrent (REBIT) ⁽²⁾	29.376	22.079	+	33,0
Cash-flow d'exploitation récurrent (REBITDA) ⁽³⁾	37.753	30.412	+	24,1
Résultat d'exploitation non-récurrent	(1.091)	(222)	+	391,4
Résultat d'exploitation (EBIT) ⁽⁴⁾	28.285	21.857	+	29,4
Résultat financier	311	(922)	-	-
Résultat avant impôts	28.596	20.935	+	36,6
Impôts	(7.035)	(4.846)	+	45,2
Résultat net	21.561	16.089	+	34,0
Résultat net : part de tiers	1	-	+	-
Résultat net : part du Groupe	21.560	16.089	+	34,0
Nombre total d'actions au 30 juin ⁽⁵⁾	790.318	780.997	+	1,2
Chiffres-clés par action (en EUR)				
Résultat d'exploitation récurrent (REBIT)	37,17	28,27	+	31,5
Cash-flow d'exploitation récurrent (REBITDA) ⁽³⁾	47,77	38,94	+	22,7
Résultat net : part du Groupe	27,28	20,60	+	32,4
Bilan (en millier d'EUR)				
Total du bilan	366.873	334.785	+	9,6
Fonds propres	211.811	180.902	+	17,1
Investissements ⁽⁶⁾	6.267	8.427	-	25,6
Dettes financières nettes ⁽⁷⁾	22.728	47.112	-	51,8

(1) Plus d'information sur le bilan et le compte de résultats à l'adresse: www.lotusbakeries.com

(2) REBIT désigne le résultat d'exploitation récurrent correspondant aux produits et coûts découlant de l'exercice normal de l'activité.

(3) Le cash-flow d'exploitation récurrent désigne le résultat d'exploitation récurrent + les amortissements + les provisions et réductions de valeur + les charges hors caisse évaluation plan d'option et - de warrant.

(4) EBIT est le résultat d'exploitation récurrent + le résultat d'exploitation non-récurrent.

(5) Nombre total d'actions au 30 juin, hors actions propres.

(6) Comprend les investissements en immobilisations corporelles et incorporelles.

(7) Le terme dettes financières nettes désigne les dettes financières - les placements de trésorerie - trésorerie et équivalents de trésorerie - les actions propres.

Le commissaire aux comptes, PwC Réviseurs d'entreprises, représenté par Peter Opsomer, a effectué un examen limité du bilan consolidé et de l'information financière semestrielle consolidée. Le commissaire n'a pas formulé de commentaire. Pour le rapport du commissaire nous nous référons au rapport financier semestriel sur notre site web.

(*) Hors effets de change et chiffre d'affaires de Lotus Korea.

(**) Le 25 mars, le Groupe Lotus Bakeries a racheté 100 % des actions de Lotus Korea, un distributeur de biscuits et de chocolat de premier plan en Corée du Sud. Depuis cette date, les résultats sont repris dans la consolidation.



2. Commentaires sur les résultats

2.1 Chiffre d'affaires

Au cours du premier semestre, le chiffre d'affaires consolidé du Groupe Lotus Bakeries a augmenté de 16,5 %, à 195,6 millions EUR. La croissance du chiffre d'affaires doit être attribuée presque entièrement à la progression des produits de marque : dans ce segment, le chiffre d'affaires a en effet augmenté d'environ 24 millions EUR grâce à la croissance internationale du speculoos et à la progression de Lotus Dinosaurus et des gaufres Lotus.

La stratégie visant à étendre de manière durable l'internationalisation du **speculoos** a été poursuivie de façon constante et a débouché sur quelques très belles réussites aux Etats-Unis et au Royaume-Uni. Aux Etats-Unis, le Groupe a continué à investir dans le renforcement de la distribution, mais les ventes par point de vente (rotation) ont aussi augmenté grâce aux efforts persistants visant à améliorer la visibilité dans le magasin et aux actions promotionnelles ciblées. Au Royaume-Uni également, nous observons à nouveau une très forte croissance grâce à une solide présence dans les points de vente, à des campagnes de RP ciblées et à une extension de la distribution. Mais d'autres pays, comme la France, la Suisse, l'Allemagne, l'Autriche, Israël, le Koweït et l'Arabie Saoudite ont aussi affiché une belle croissance en speculoos.

Le chiffre d'affaires de la **pâte à tartiner au speculoos** a augmenté fortement au premier semestre grâce, entre autres, à l'introduction d'un nouveau design d'emballage qui marque plus clairement le lien entre le biscuit et la pâte à tartiner. Du reste, dans de nombreux pays, la pâte à tartiner au speculoos reste l'un des ingrédients favoris pour les desserts.

Lotus Dinosaurus a progressé dans les marchés de base que sont la Belgique et la France grâce, d'une part, aux bénéfices de distribution, à un meilleur positionnement dans le rayon et à une bonne activation en magasin pour la gamme de base et, d'autre part, à l'introduction de la nouvelle variété 'Dinosaurus fourré', le biscuit Dinosaurus classique avec, au milieu, une couche de vrai chocolat belge ou de vanille. Cette nouvelle gamme a été fort bien accueillie par les détaillants et les réactions des consommateurs sont très positives également. Aux Pays-Bas, la gamme de base a été introduite avec succès à la fin de l'an dernier dans le rayon biscuits. Ce succès s'est prolongé en 2015 grâce à un solide support, à la fois dans le point de vente et via la publicité à la télé. En 2015, l'internationalisation de Lotus Dinosaurus sera aussi amorcée vers d'autres marchés, ce qui nécessite d'importants investissements commerciaux et en termes de marketing. La marge brute additionnelle sera entièrement réinvestie dans le but de réaliser une croissance durable.

Le rebranding des **gaufres** en Belgique sous le nom 'Lotus Suzy' et le nouveau lancement des gaufres de Liège en France fin de l'an dernier ont généré une belle croissance du chiffre d'affaires dans le segment des gaufres au premier semestre 2015. Dans les deux pays, la catégorie a été soutenue par des campagnes télé nationales, par la présence lors d'événements et par la promotion dans les points de vente. Les autres gaufres Lotus, comme les gaufres vanille et les gaufres fourrées, ont aussi évolué positivement.





À la fin du premier semestre, la catégorie **pain d'épices** a affiché de nouveau une légère croissance. Fin 2014, la nouvelle campagne télé pour Peijnenburg a été lancée sous le slogan 'Lekker thuis met Peijnenburg' et un nouvel emballage fraîcheur a été mis sur le marché, si bien que les bases ont été jetées pour renforcer le part de marché et pour une croissance élevée. Au second semestre du 2015, le Groupe misera pleinement sur le caractère sain du pain d'épices en introduisant une série de nouvelles variétés.

2.2 Résultat d'exploitation

Le résultat d'exploitation récurrent et le cash-flow d'exploitation récurrent ont augmenté de 7,3 millions EUR par rapport à l'année précédente pour s'établir respectivement à 29 millions EUR (+33 %) et près de 38 millions EUR (+24 %).

La forte croissance du chiffre d'affaires en speculoos mais aussi en Lotus Dinosaurus et en gaufres est à la base de l'augmentation du résultat d'exploitation. La croissance du chiffre d'affaires permet de continuer à intensifier les efforts commerciaux pour les différentes marques dans les différents pays, tant en ce qui concerne le marketing que la promotion dans les points de vente. En France, trois campagnes télévisées ont été lancées : deux pour le speculoos et une pour les gaufres de Liège. Aux Pays-Bas, une nouvelle publicité a été diffusée à la télé sous le slogan 'Lekker thuis met Peijnenburg', tandis que Lotus Koffieletjes et Lotus Dinosaurus ont également été soutenus. En Belgique aussi, Lotus était omniprésent avec un support télévisuel pour le speculoos, Lotus Dinosaurus, Lotus Frangipane et la publicité pour Lotus Suzy.

La hausse des volumes en speculoos permet également une occupation optimale dans l'usine, ce qui génère une contribution positive substantielle au résultat d'exploitation. Depuis la mi-juin 2014, Lotus Dinosaurus est produit en interne à l'usine de Lembeke ce qui, outre une rentabilité améliorée, est gage de qualité supérieure et assure la flexibilité nécessaire. Lotus Bakeries s'attelle toujours, par ailleurs, à accroître l'efficacité et la flexibilité, à la fois dans les usines et dans la chaîne logistique. Pour ce faire, l'entreprise a investi dans un système visant à optimiser le stockage des matériaux d'emballage à Lembeke, tandis qu'un projet a été lancé pour optimiser les flux logistiques et de les rapprocher du client.

Le résultat d'exploitation non récurrent s'élève à -1,1 million EUR et résulte principalement des frais d'acquisition, de la restructuration des activités logistiques dans le centre de distribution de Lokeren et de l'amortissement de la marque Wieger Ketellapper.

Le résultat financier de 0,3 million EUR se compose principalement de résultats de change positifs. Les charges d'intérêts ont diminué de moitié par rapport à l'année précédente grâce à la réduction progressive de la dette et au faible niveau des taux d'intérêts.

La charge d'impôts s'élève à 7 millions EUR, soit 24,6 % du bénéfice avant impôts, et est comparable au chiffre de fin 2014.

Le résultat net du premier semestre est en hausse de 5,5 millions EUR (+34 %) par rapport à 2014 et atteint 21,6 millions EUR.



2.3 Investissements

Le niveau d'investissement a atteint 6,3 millions EUR au premier semestre 2015. Les principaux investissements ont été réalisés en Belgique et aux Pays-Bas, avec l'installation d'un nouveau robot d'emballage pour les Madeleines Lotus à l'usine d'Oostakker, des investissements d'augmentation de capacité à Lembeke et l'installation d'un nouveau four à l'usine de pain d'épices de Sintjohannesga.

2.4 Dettes financières nettes

Grâce au solide cash-flow opérationnel, la dette financière nette a diminué, passant de 24 millions EUR à 22,7 millions EUR sur les 12 derniers mois, et cela malgré les décaissements pour investissements et acquisitions pour un total de 35 millions EUR.

3. Reprise d'un distributeur de biscuits et de chocolat en Corée du Sud

Le 25 mars 2015, le Groupe Lotus Bakeries a racheté 100 % des actions de Lotus Korea, un distributeur de biscuits et de chocolat de premier plan en Corée du Sud. En opérant cette reprise, le Groupe Lotus Bakeries renforce encore sa position en Asie, où il est désormais présent avec son propre bureau de vente en Chine et en Corée du Sud, deux économies émergentes avec un potentiel énorme.

Une fois la reprise finalisée, le Groupe a immédiatement lancé l'implémentation de SAP et une étude stratégique sur la dynamique du marché et les opportunités, afin de pouvoir mettre en place une stratégie, une structure et une organisation optimales pour soutenir durablement la croissance et la rentabilité dans le futur.

Les résultats de Lotus Korea ont été repris dans la consolidation pour une période de trois mois à partir du 1^{er} avril 2015.

4. Incendie dans l'usine de gaufres à Meise

Le 3 juin 2015, un incendie s'est déclaré dans l'usine de gaufres de Lotus Bakeries à Meise. Toutes les personnes présentes dans l'usine ont pu être évacuées à temps et mises à l'abri. Les sapeurs-pompiers ont tout fait pour maîtriser l'incendie, mais malheureusement l'usine a été entièrement détruite par le feu.

L'usine de Meise produisait des gaufres destinées principalement au marché français et britannique. Les gaufres pour le marché belge sont produites à l'usine de Courcelles.



Lotus Bakeries a réussi - et elle en est fière - à faire en sorte que ses produits soient à nouveau en rayon au cours du mois de juin et que l'impact sur le chiffre d'affaires pour le second semestre reste relativement limité. La plupart de la production a pu être assurée dans notre usine de gaufres de Courcelles.

Différentes pistes sont actuellement à l'étude pour rétablir en interne la capacité perdue. Ceci fera l'objet d'une communication au cours du mois de septembre.

5. Reprise de Natural Balance Foods, pionnier britannique des snacks 100 % naturels

Le 14 août 2015, Lotus Bakeries annonçait un partenariat stratégique avec Natural Balance Foods ('NBF'), entreprise wholefood britannique pionnière dans le secteur du snacking avec sa gamme de barres et snacks wholefood innovants, constitués d'ingrédients 100 % naturels sans sucres ajoutés et sans lactose, ni blé, ni gluten. Les produits sont vendus sous les marques Nākd et Trek.

À travers ce partenariat, Lotus Bakeries et Natural Balance Foods veulent poursuivre leur croissance sur le marché britannique ainsi que leur déploiement ciblé à l'échelle internationale. Lotus possède des connaissances approfondies et une solide expérience dans l'internationalisation des biens de consommation. Grâce aux nombreux bureaux de ventes de Lotus répartis dans plus de 15 pays, NBF aura accès à de nouveaux marchés et de nouvelles ressources.

En tant que Groupe, Lotus Bakeries s'est toujours essentiellement attaché au segment gourmand des biscuits et du snacking. La demande d'alternatives saines, naturelles et savoureuses connaît une croissance à l'échelle mondiale. Les marques Nākd et Trek, qui sont complémentaires à la gamme actuelle de produits et de marques de Lotus Bakeries, permettront à Lotus d'offrir à chaque consommateur le produit et la marque qu'il recherche.

L'entreprise a été fondée en 2004 par Jamie et Greg Combs, deux frères californiens qui continueront à assurer la direction et la gestion quotidienne de l'entreprise. Le chiffre d'affaires net de NBF pour l'exercice de l'année précédente se montait à 20 millions £ (28 millions d'euros), et est estimée à approximativement 33 millions £ (46 millions d'euros) pour l'exercice en cours. Natural Balance Foods compte 40 employés. Lotus a acquis un peu plus de 67 % des actions de Natural Balance Foods, lesquelles appartenaient à des investisseurs externes passifs. Le prix pour 100 % des actions constitue un multiple d'environ 1,8x du chiffre d'affaires net prévu pour l'exercice en cours.

Les chiffres de Natural Balance Foods seront repris dans la consolidation à partir du 1^{er} septembre 2015.





6. Conclusion

Sur le premier semestre 2015, Lotus Bakeries affiche une belle croissance de 16,5 % sur le chiffre d'affaires et de 33 % sur le résultat d'exploitation récurrent.

Lotus Bakeries poursuit résolument ses investissements d'avenir en développant la distribution dans des pays où elle n'est pas encore présente, mais aussi en installant de nouveaux bureaux de ventes en Asie (Chine et Corée du Sud) et en Amérique du Sud. Ces bureaux de ventes permettent de répondre plus rapidement et plus efficacement à la dynamique propre à ces marchés, mais nécessitent - surtout les premières années - des investissements conséquents en organisation, marketing et support commercial, l'impact sur la rentabilité étant limité. Le bien-fondé de cette stratégie est démontré par la forte croissance au Royaume-Uni et aux Etats-Unis, où des équipes dirigeantes locales solides implémentent la stratégie de Lotus Bakeries d'une manière adéquate et cohérente.

Par ailleurs, la croissance de la rentabilité a été réalisée grâce à d'importants efforts commerciaux dans les marchés domestiques (Belgique, Pays-Bas et France), avec un rôle primordial pour une communication claire et cohérente à l'égard du consommateur final. Lotus Bakeries est convaincu de la nécessité de continuer à investir très sérieusement dans le marketing et les ventes sur le long terme, pour pouvoir soutenir et développer plus encore ses marques et sa gamme de produits.

La stratégie qui consiste à cibler les principales spécialités sera poursuivie, de même que l'internationalisation continue du speculoos Lotus.

Lotus Bakeries continue à investir dans ses usines, que ce soit au niveau des machines, de la sécurité ou de l'optimisation des processus, de manière à rendre la production de plus en plus performante sur les différents sites tout en assurant un niveau de qualité élevé et constant pour ses différents produits. La chaîne logistique est également réexaminée afin que ses produits arrivent plus rapidement encore chez le consommateur.

La Direction et le Conseil d'administration de Lotus Bakeries sont convaincus que le Groupe dispose de la stratégie et des fondements appropriés pour assurer sa croissance dans le futur.

Jan Boone, le CEO, se réjouit des résultats et des développements enregistrés au cours de la période écoulée :

"Nous avons pu réaliser une croissance interne de plus de 10 %, ce qui est remarquable. De plus, la rentabilité augmente plus fortement encore que le chiffre d'affaires, ce qui montre qu'avec les investissements consentis ces dernières années dans le personnel et les usines, nous avons jeté les bases d'une croissance durable et profitable à long terme."





Communiqué de presse

Information réglementée
Embargo 24/08/2015-17h45

Le premier semestre 2015 a pourtant été une période mouvementée, l'incendie à l'usine de Meise constituant une page sombre de notre histoire. Nous déplorons la perte de l'usine. Cependant, nous sommes fiers que l'équipe dirigeante belge a réussi à remettre très rapidement nos produits dans les rayons des magasins. L'un de nos grands défis pour le futur proche sera de compenser en interne la capacité perdue.

Avec l'acquisition de Lotus Korea et le développement du bureau de vente en Chine, nous avons jeté les bases d'une croissance continue dans un marché très intéressant. D'autre part, grâce au partenariat avec Natural Balance Foods, nous entrons sur le marché des snacks naturels, un segment en croissance qui, bien plus qu'une mode passagère, devient une tendance dominante."

7. Calendrier financier

Réunion avec les analystes financiers (conference call):	25 août 2015
Annonce des résultats de l'année 2015:	12 février 2016
Réunion avec les analystes financiers:	12 février 2016
Assemblée générale ordinaire des actionnaires:	13 mai 2016
Mise en paiement du dividende:	23 mai 2016

Lotus Bakeries en quelques mots

Lotus Bakeries est active au niveau international dans les biscuits, la pâtisserie et le snacking avec les marques Lotus, Lotus Biscoff, Lotus Dinosaurus, Lotus Suzy, Peijnenburg, Snelle Jelle, Annas, Nākd et Trek. Lotus Bakeries, ayant son siège social en Belgique, est une entreprise dynamique d'envergure internationale qui possède des sites de production en Belgique, aux Pays-Bas, en France et en Suède, et possède quinze organisations de ventes en Europe, aux Etats-Unis et en Asie. De plus, au niveau international, Lotus Bakeries coopère avec des partenaires commerciaux dans environ quarante pays. Lotus Bakeries emploie 1.321 de personnes. Ayant pu conserver un équilibre parfait entre tradition et innovation, la marque Lotus offre au consommateur un assortiment de produits savoureux d'excellente qualité unique en son genre. Grâce à Peijnenburg et Snelle Jelle, l'organisation est le leader du marché du pain d'épices aux Pays-Bas. Avec les marques Nākd et Trek, Lotus Bakeries offre des solutions de snacking naturelles, savoureuses et sans sucres ajoutés. Le Groupe clôture l'exercice 2014 sur un chiffre d'affaires de 347,9 millions d'euros. Les actions Lotus Bakeries sont cotées sur Euronext Bruxelles.

Pour plus d'informations, veuillez contacter :

Jan Boone, CEO
Tél. + 32 9 376 26 14

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

Pour en savoir plus sur Lotus Bakeries, consultez le site www.lotusbakeries.com

