

5 mei 2025 – 12u45 CET

Mondelēz International en Lotus Bakeries concretiseren hun strategisch partnerschap voor België

**Ambitieuze groeistrategie voor de chocoladecategorie van Mondelēz International
vertaalt zich in België door de lancering van de Côte d'Or L'Original met knapperige stukjes Lotus Biscoff®.**

Mechelen en Lembeke, maandag 5 mei 2025 – Twee iconen van Belgische bodem slaan de handen in elkaar. Vandaag kondigden Dirk Van de Put, CEO van Mondelēz International en Jan Boone, CEO van Lotus Bakeries de lancering aan van de Côte d'Or L'Original met knapperige stukjes Lotus Biscoff®: een nieuwe co-branded chocoladetablet die verkrijgbaar is in melk- en witte chocolade met knapperige Lotus Biscoff® stukjes. De introductie markeert een nieuwe mijlpaal in het strategisch partnerschap tussen beide bedrijven, dat in juni 2024 werd aangekondigd.



Strategisch partnerschap met internationale en lokale ambities

Côte d'Or en Lotus Biscoff®, respectievelijk marktleider in chocolade en koekjes in België, bundelen hun krachten en brengen een combinatie van twee authentieke Belgische smaken naar de consument. Deze samenwerking weerspiegelt niet alleen hun gedeelde roots, maar ook hun gezamenlijke ambitie om innovatie en groei in de snackingcategorie te versnellen.

Het partnerschap tussen Mondelēz International en Lotus Bakeries heeft een dubbele focus: enerzijds ontwikkelen ze samen nieuwe chocoladeproducten die Mondelēz International's iconische chocolademerken zoals Côte d'Or, Cadbury en Milka combineren met de unieke, knapperige Biscoff®-

smaak en -textuur. Anderzijds bundelen de bedrijven de krachten om het Lotus Biscoff®-merk uit te breiden in India en te laten groeien via de distributiekkanalen van Mondelēz International.

De nieuwe Côte d'Or L'Original met knapperige stukjes Lotus Biscoff® is het eerste co-branded product in België en een volgende concretisering van de strategische samenwerking tussen beide bedrijven na de succesvolle introductie van Cadbury Biscoff®-producten in het Verenigd Koninkrijk eerder dit jaar.

Côte d'Or als speerpunt van ambitieuze chocoladegroeistrategie van Mondelēz Benelux

Mondelēz Benelux streeft ernaar om tegen 2030 een omzet van €1 miljard te realiseren en ziet chocolade als een sleutelcategorie binnen die ambitie, met Côte d'Or als strategisch vlaggenschip. Om haar leidende positie in de snackingmarkt te behouden, focust het bedrijf op gerichte groei binnen haar kernsegmenten, versterkt het het bestaande assortiment en speelt het continu in op veranderende consumententrends via voortdurende innovatie.

Binnen de Belgische snackingmarkt is de chocoladesector een motor van de groei. De voorbije vijf jaar is de Belgische chocolademarkt met zo'n 22% in waarde gestegen, gedreven door zowel prijsstijgingen als volumegroei. Ook voor Mondelēz België wordt de groei binnen snacking voornamelijk aangevoerd door de chocoladecategorie, die meer dan 70% van de totale groei vertegenwoordigt. Als marktleider speelt Côte d'Or hierbij een sleutelrol. Vandaag zijn de producten van Côte d'Or aanwezig in 70%¹ van de Belgische huishoudens en geniet het chocolademerken een bekendheid van 96%². Het merk wil zijn leidende positie nog verder verstevigen met een penetratiegraad van 80% tegen 2030. Innovaties, zoals de succesvolle samenwerking met Lotus Biscoff®, versterken deze positie en bouwen mee aan een toekomstbestendig portfolio.

“Wereldwijd zien we dat zo'n 91% van de consumenten dagelijks snackt, en maar liefst 61% eet twee snacks per dag.³ Ook in België blijft de snackingmarkt groeien, met momenteel een stijging van 2%⁴. Door drukke levensstijlen en de behoefte aan gemak, gezondheid en verwenmomenten, grijpen consumenten steeds vaker naar snacks gedurende de dag. Door gericht in te spelen op deze veranderende behoeften ontstaan er voor ons als bedrijf nieuwe kansen, die we onder meer realiseren via ons partnerschap met Lotus Bakeries”, licht Dirk Van de Put, CEO van Mondelēz International, toe.

¹ Yougov FY 2024

² Metrixlab - March 2025

³ Mondelez International State of Snacking report

⁴ Nielsen P3 2025

Lotus Bakeries' wereldwijde ambitie voor Lotus Biscoff®

Lotus Bakeries heeft als missie om met haar grootste strategische pijler Lotus Biscoff®, goed voor de helft van de groepsomzet in 2024, wereldwijd consumenten te verwennen met de unieke Biscoff® beleving. De universele smaak en textuur van het merk zijn ook de redenen waarom de Groep ambieert om het koekje nummer 3 ter wereld te worden met Lotus Biscoff®.

“De samenwerking met Mondelēz International en de toevoeging van Lotus Biscoff® aan hun gerenommeerde chocolademerken zoals Cadbury, Milka en Côte d’Or zijn belangrijke stappen in die richting.” aldus Jan Boone, CEO van Lotus Bakeries. “Zeker op onze Belgische thuismarkt, waar we sinds 1932 Lotus Biscoff® produceren en we ondertussen een merkbekendheid van 93% en een penetratie van 50%⁵ bereikt hebben. De combinatie met Côte d’Or vormt een logische en krachtige stap vooruit in het realiseren van onze wereldwijde ambitie.”

Côte d’Or L’Original met knapperige stukjes Lotus Biscoff®, twee Belgische iconen smelten samen

Met deze lancering smelten twee geliefde Belgische merken letterlijk en figuurlijk samen. In België is Côte d’Or het favoriete chocolademerken en is het knapperige en unieke Lotus Biscoff® koekje een vaste waarde. De merken kunnen beiden rekenen op een indrukwekkende merkbekendheid. Bovendien herkent 80% van de Belgen de smaak van Côte d’Or en dit zelfs geblinddoekt⁶, terwijl Lotus Biscoff® aanwezig is in 50%⁷ van de Belgische huishoudens. De nieuwe Côte d’Or L’Original met knapperige stukjes Lotus Biscoff® brengt het beste van beide werelden samen: de intense smaak van Côte d’Or en de knapperige textuur en unieke smaak van Lotus Biscoff®.

“Door de unieke smaak van Côte d’Or l’Original te combineren met het knapperige Lotus Biscoff® koekje, versterken we wat al goed is. Zowel Jan Boone als ik zijn als Belg opgegroeid met deze iconische producten, het is dan ook een sterk Belgisch getinte realisatie die doet dromen van nog meer nieuwe en unieke combinaties.”, klinkt het bij Dirk Van de Put, CEO van Mondelēz International.

Jan Boone, CEO van Lotus Bakeries: *“De samenwerking met Côte d’Or, al decennialang de nummer 1 in Belgische chocolade, is bijzonder waardevol. Deze samenwerking brengt twee authentieke smaken samen zonder hun gekende en geliefde eigenheid te verliezen. Deze chocoladetablet is een mooi voorbeeld van wat twee Belgische merken kunnen bereiken als ze hun krachten bundelen.”*

⁵ Kantar 2024 & HHP data 2024

⁶ Côte d’Or onderzoek bij 2200 gezinnen

⁷ HHP data 2024

⁶ Côte d’Or onderzoek bij 2200 gezinnen

⁷ HHP data 2024

De Côte d'Or L'Original met knapperige stukjes Lotus Biscoff® is vanaf vandaag exclusief beschikbaar in Delhaize-winkels en wordt later dit jaar uitgerold naar andere Belgische retailers.



Over Mondelēz International

Mondelēz International, Inc. (Nasdaq: MDLZ) stimuleert mensen om op de juiste manier te snacken in meer dan 150 landen over de hele wereld. Met een netto-omzet van ongeveer \$36,4 miljard in 2024, leidt MDLZ de toekomst van snoepen met iconische wereldmerken en lokale merken zoals Oreo, Ritz, LU, Clif Bar en Tate's Bake Shop koekjes en gebakken snacks, evenals Cadbury Dairy Milk, Milka en Toblerone chocolade. Mondelēz International is een trots lid van de Standard & Poor's 500, Nasdaq 100 en Dow Jones Sustainability Index.

Mondelēz International heeft sterke roots in België en laat de consument genieten van iconische merken: Côte d'Or, LU, Prince, TUC, Milka en Philadelphia. België is trouwens de bakermat van lokale merken zoals TUC, Prince, Côte d'Or, Pims, Bastogne, LEO....

In België is Mondelēz International leider in de categorie chocolade, koekjes en cream cheese. Mondelēz International stelt in België ongeveer 1900 mensen te werk en heeft, naast het hoofdkantoor in Mechelen, 2 productiefaciliteiten: een koekjes- en chocoladesite in Herentals (LU & Milka) en 1 fabriek voor smeltkaas in Namen. De koekjesfabriek in Herentals is één van de grootste koekjesfabrieken in Europa met een jaarlijkse productie van 70.000 ton koekjes.

Bezoek www.mondelezinternational.com of volg het bedrijf op X via <https://www.twitter.com/MDLZ>.

Over Côte d'Or

Al meer dan 140 jaar verwent Côte d'Or chocoladeliefhebbers. Alles begon in 1883, toen Charles Neuhaus, meester-chocolatier, het merk Côte d'Or creëerde en hiermee verwees naar de Goudkust, het huidige Ghana dat een deel van de cacaobonen aanvoerde. Sindsdien is het verhaal van de prille chocoladetablet uitgegroeid tot een saga met ruim 100 producten en smaken. Côte d'Or is zonder meer een wereldmerk geworden door

trouw te blijven aan de unieke intense smaak, te verklaren door het vakmanschap en de succesvolle productinnovaties. Côte d'Or maakt deel uit van het wereldwijde snackingbedrijf Mondelēz International, In België is Mondelēz International marktleider in koekjes, chocolade en cream cheese. Het portfolio omvat belangrijke merken zoals Côte d'Or, LU, Milka, Oreo, Philadelphia en TUC.

Perscontact

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

Lotus Bakeries in een notendop

Lotus Bakeries is in 1932 opgericht in Lembeke, in België en is inmiddels wereldwijd actief in het segment van traditionele en natuurlijke tussendoortjes met onder meer de merken Lotus®, Lotus® Biscoff®, nākd®, TREK®, BEAR®, Kiddylicious®, Peter's Yard®, Dinosaur®, Peijnenburg® en Annas®. Lotus Bakeries, met hoofdzetel in België, is een dynamische en internationaal georiënteerde onderneming met productievestigingen in België, Nederland, Frankrijk, Zweden, Zuid-Afrika en de Verenigde staten. Een derde productiefaciliteit voor Biscoff is momenteel onder constructie in Thailand en zal operationeel zijn in 2026. Lotus Bakeries heeft 23 verkooporganisaties in Europa, Amerika, Azië en Australië. Verder werkt Lotus Bakeries samen met commerciële partners in een vijftigtal landen wereldwijd. Lotus Bakeries telt circa 3.360 medewerkers en realiseerde in 2024 een omzet van 1.232,0 miljoen euro. Lotus Bakeries is beursgenoteerd op Euronext Brussels. De meerderheid van de aandelen is in handen van de families Boone en Stevens.

Voor meer info, bezoek <https://www.lotusbakeries.com> of volg Lotus Bakeries op [LinkedIn](#).

Biscoff® in een notendop

Sinds 1932 verwent Lotus Biscoff® de smaakpapillen van consumenten, en dit dankzij zijn heerlijke gekarameliseerde smaak en knapperige textuur. Oorspronkelijk afkomstig uit België, maar ondertussen geliefd over heel de wereld, werden Lotus Biscoff® koekjes voor het eerst op de markt gebracht door Jan Boone Sr., die een gekarameliseerd koekje creëerde met alleen natuurlijke ingrediënten. Dit unieke recept en koekje blijven de basis van onze drie hero producten: het originele Lotus® Biscoff® koekje, het Lotus® Biscoff® sandwich koekje en de Lotus® Biscoff® smeerpasta. Dit brede portfolio stelt ons in staat consumenten altijd te verwennen. En of ze nu thuis genieten, onderweg, op kantoor of tijdens een vlucht, Lotus Biscoff® bezorgt iedereen over heel de wereld een uniek moment om echt van te genieten!

Perscontact

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