

CEO JAN BOONE KONDIGT UITSTEKENDE JAARRESULTATEN AAN VOOR 2024

Lotus Bakeries realiseerde een omzetgroei van quasi 16%, bijna uitsluitend dankzij recordvolumes. Door het genereren van een sterke kasstroom daalde de Netto Financiële Schuld verder tot 0,5 keer de EBITDA(u), terwijl de Groep ook meer dan 120 miljoen euro investeerde, voornamelijk in capaciteitsuitbreiding. Het voorgestelde dividend stijgt met 18 euro tot 76 euro per aandeel.

CEO Jan Boone licht de sterke prestaties van de drie strategische pijlers in 2024 toe en kijkt vooruit naar 2025.



“In 2024 steeg de geconsolideerde omzet van Lotus Bakeries met maar liefst 16% tot 1.232 miljoen euro. Deze stijging werd voornamelijk gedreven door een record volumegroei in de drie strategische pijlers Lotus[®] Biscoff[®], Lotus[™] Natural Foods en Lotus[®] Local Heroes.

In 2024 overschrijdt Lotus Biscoff de kaap van 600 miljoen euro omzet. Afgelopen jaar draaiden de productielijnen van Biscoff op maximale capaciteit, waardoor een volumegroei van 20% op jaarbasis werd gerealiseerd.

De nieuwe greenfield-productiefaciliteit in Thailand (Chonburi) voor Lotus Biscoff is belangrijk om de groeiambities van de

Groep in de regio Azië-Pacific verder te ondersteunen en zal de huidige uitdagingen inzake capaciteit verlichten. Het project ligt op schema en de fabriek zal naar verwachting in het tweede kwartaal van 2026 voltooid en volledig operationeel zijn. De productieplanning en -output van Lotus Biscoff moeten zorgvuldig in evenwicht worden gebracht met de evolutie en de samenstelling van de wereldwijde vraag. In 2025 laat de beschikbare capaciteit voor Biscoff's original koekjes, gebaseerd op een representatieve formaatmix, een volumestijging van niet meer dan 10% toe.

Lotus Natural Foods blijft met haar merken BEAR[®], TREK[®], nākd[®], Kiddylicious[®] en Peter's Yard[®] beter presteren dan de markt dankzij een double-digit volumegroei. Lotus Natural Foods is sinds de lancering in 2015 uitgegroeid tot een belangrijke merkpijler, met een samengestelde jaarlijkse groei van 17% in de afgelopen 9 jaar en een verviervoudiging van de like-for-like verkoop in die periode. De geüpdatete strategie legt de nadruk op focus: focus op de juiste merkeigenschappen, focus op de juiste landen, focus op de juiste consumenten. Het biedt een basis om het doel te realiseren om marktleider te worden in het segment van de better-for-you-snacks. Om de toekomstige groei van de merken BEAR en nākd te ondersteunen, heeft Lotus Bakeries ook verder geïnvesteerd in de capaciteit, voorzieningen en duurzaamheid van haar fabriek in Zuid-Afrika (Wolseley).

De derde pijler, Lotus Local Heroes, presteerde ook boven de historische trends en realiseerde een mid-single-digit omzetstijging. De Cake Donut, de Luikse Wafels, en Annas[®] pepparkakor hebben hier voornamelijk aan bijgedragen.

Ik ben trots om deze uitstekende resultaten voor 2024 aan te kondigen en ik wil alle 3.364 collega's van de Lotus-familie bedanken die hebben bijgedragen tot alweer een succesvol jaar. In uitdagende marktomstandigheden is Lotus Bakeries een baken van winstgevende groei gebleven. Ik heb er alle vertrouwen in dat de groeistrategieën van Lotus Biscoff en Lotus Natural Foods de ambitie om een wereldwijd top 3-koekje te worden en een leider in het 'better-for-you'-snackingsegment, verder zullen stimuleren.”

- JAN BOONE, CEO LOTUS BAKERIES

HIGHLIGHTS 2024 JAARRESULTATEN

- Lotus Bakeries rapporteert een omzetgroei van 16% bijna uitsluitend gedreven door recordvolumes
- EBIT(u) en EBITDA(u) zijn met respectievelijk 19% en 17% gestegen
- Door het genereren van een sterke kasstroom daalde de Netto Financiële Schuld verder tot 0,5 keer de EBITDA(u), terwijl de Groep ook meer dan 120 miljoen euro investeerde
- Voorstel om het brutodividend met 18 euro te verhogen naar 76 euro per aandeel
- De nieuwe Biscoff-fabriek in Thailand zal naar verwachting in het tweede kwartaal van 2026 voltooid en volledig operationeel zijn

1. 2024 RESULTATEN

RESULTATENREKENING ¹ (IN DUIZENDEN EUR)	2024	2023	Evolutie %
OMZET	1.231.914	1.062.962	+ 15.9%
EBIT(u) – Onderliggend bedrijfsresultaat ²	206.629	172.974	+ 19.5%
EBITDA(u) – ONDERLIGGENDE OPERATIONELE KASSTROOM³	243.146	207.527	+ 17.2%
Niet-onderliggende elementen	(5.165)	(2.544)	- 103.0%
EBIT – Bedrijfsresultaat⁴	201.463	170.430	+ 18.2%
Financieel resultaat	(2.213)	(2.533)	+ 12.6%
Resultaat van de periode vóór belastingen	199.250	167.897	+ 18.7%
Winstbelastingen	(46.769)	(38.565)	- 21.3%
Nettoresultaat	152.482	129.333	+ 17.9%
NET RESULT (u) - ONDERLIGGEND NETTORESULTAAT	156.289	131.319	+ 19.0%
KERNCIJFERS PER AANDEEL⁵ (IN EUR)			
EBIT(u)	254,32	213,10	+ 19.3%
EBITDA(u)	299,27	255,67	+ 17.1%
Winst per aandeel (EPS)	187,82	159,40	+ 17.8%
BALANS (IN DUIZENDEN EUR)			
Balanstotaal	1.392.183	1.243.503	+ 12.0%
Eigen vermogen	791.155	656.207	+ 20.6%
Investerings ⁶	121.802	88.514	+ 37.6%
Netto financiële schuld ⁷	109.890	120.472	- 8.8%
DIVIDEND⁸	76.0	58.0	+ 31.0%

¹ De geconsolideerde balans en de resultatenrekening over 2024 zijn bij dit persbericht gevoegd

² EBIT(u) wordt gedefinieerd als het onderliggende bedrijfsresultaat, bestaande uit alle opbrengsten en kosten die betrekking hebben op de normale bedrijfsvoering.

³ EBITDA(u) wordt gedefinieerd als EBIT(u) exclusief afschrijvingen, voorzieningen en waardeverminderingen en niet-kaskosten waardering optie- en warrantenplan.

⁴ EBIT wordt gedefinieerd als EBIT(u) + niet-onderliggende elementen.

⁵ Totaal aantal aandelen (exclusief eigen aandelen) bedraagt 812.466 aandelen (2023: 811.700 aandelen).

⁶ Investerings omvatten kapitaaluitgaven en investeringen in andere vennootschappen

⁷ Netto financiële schuld wordt gedefinieerd als rentetragende verplichtingen- geldmiddelen in kasequivalenten en termijndeposito's - eigen aandelen, en zijn exclusief de 'leaseverplichtingen' die ontstaan door toepassing van IFRS 16 – leaseovereenkomsten. Inclusief deze leaseverplichtingen bedraagt de netto financiële schuld 130,2 miljoen euro.

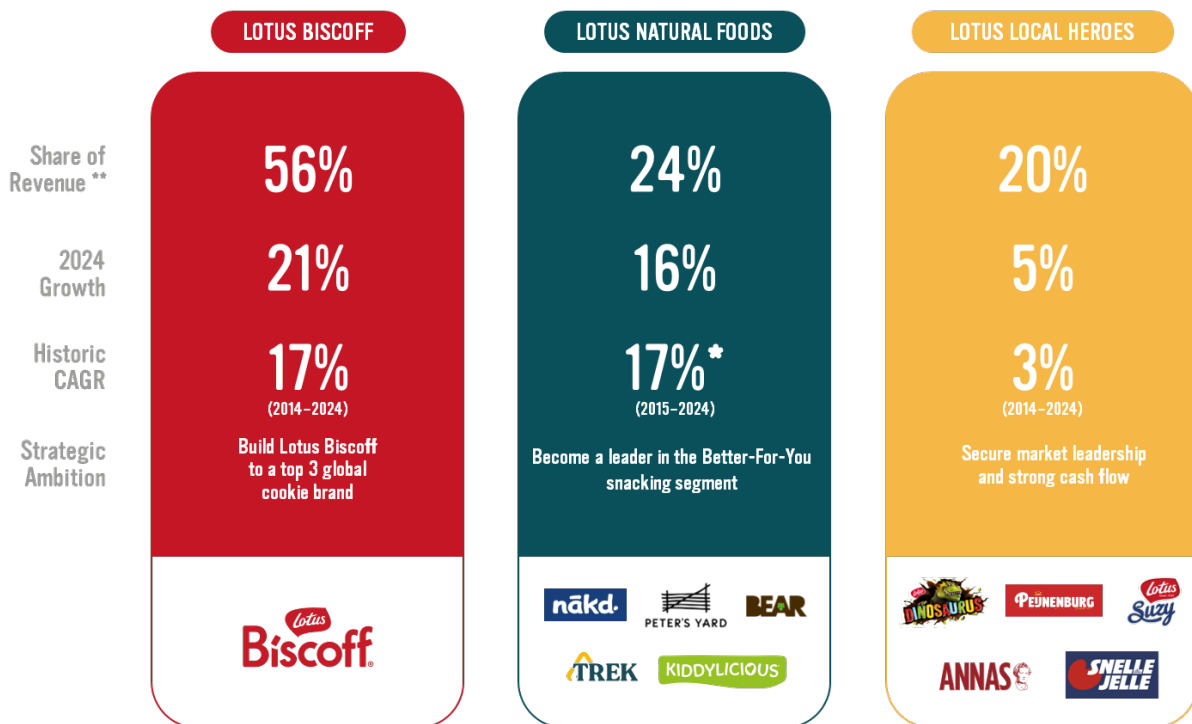
⁸ Voor 2024 zal het dividend worden voorgesteld aan de Gewone Algemene Vergadering van Aandeelhouders van 13 mei 2025.

2. MANAGEMENTTOELICHTING

2.1. DE OMZET VAN LOTUS BAKERIES STEEG MET 15,9% OF 169 MILJOEN EURO NAAR 1.232 MILJOEN EURO

In 2024 realiseerde Lotus Bakeries een significante double-digit groei van bijna 16%. De omzet van de Groep steeg met 169 miljoen euro tot 1.232 miljoen euro. De kwalitatieve organische groei in 2024 wordt bijna uitsluitend gedreven door een record volumegroei. De prijsverhogingen hebben in combinatie met het effect van wisselkoersresultaten, een beperkte bijdrage van 2% in de totale omzetgroei van 15,9%.

De significante volumegroei van 2024 toont aan dat het momentum en de robuuste vraag voor het hele productassortiment en voor de verschillende geografische regio's aanhouden. Alle drie de pijlers Lotus® Biscoff®, Lotus™ Natural Foods en Lotus® Local Heroes hebben bijgedragen tot deze groei.



*Acquisition adjusted organic growth
 **FY 2024 branded revenue

Lotus[®] Biscoff[®] is een 'Love Brand' geworden

Lotus[®] Biscoff[®], goed voor 56% van de omzet uit merkproducten van de Groep, groeide in 2024 met meer dan 20% en voegde daar 100 miljoen euro aan toe om de kaap van 600 miljoen euro omzet te overschrijden. Deze groei overtreft de prestaties van de categorie 'Sweet Biscuits' en verstevigt de top 5-positie in de wereldwijde 'Cookie Ranking'. Het ondersteunt de ambitie van de Groep om op langere termijn het nummer drie koekje ter wereld te worden met Lotus Biscoff.

Biscoff[®] is een 'love brand' geworden en is populairder dan ooit onder jongeren, zoals blijkt uit de virale berichten op sociale media.

De groeistrategie van Biscoff is er duidelijk op gericht om eerst een penetratie te creëren voor de hero-producten, Biscoff koekjes en Biscoff pasta, concepten die duidelijk een wereldwijde aantrekkingskracht en dynamiek hebben. Het is ook weer een jaar van geografisch brede groei in veel landen en op alle continenten. Dit is het geval in Noord-Amerika, waar zowel in de VS als Canada de huishoudpenetratie voor Lotus Biscoff koekjes verder bleef groeien. In Europa werden aanzienlijke omzetstijgingen gerealiseerd in een aantal grotere consumentenmarkten zoals Duitsland, Spanje en Italië. Een bijzondere vermelding ook voor Australië dat een sterke groei realiseert en de huishoudpenetratie blijft verhogen.

In 2024 draaiden de Biscoff-lijnen op maximale productiecapaciteit. Hierdoor kon Lotus Biscoff een volumegroei van 20% realiseren en was de delivery reliability en service naar klanten toe grotendeels gegarandeerd.

Lotus Bakeries investeert momenteel in Thailand (Chonburi) in een nieuwe greenfield-productiefaciliteit voor Lotus Biscoff om haar groeiambitie in de regio Azië-Pacific verder te ondersteunen. Het greenfieldproject zal naar verwachting in het tweede kwartaal van 2026 worden voltooid en de investeringsuitgaven voor het project worden geschat op 160 miljoen euro. Naast de retailverpakking voor de original koekjes, zal de fabriek andere, kleinere verpakkingsformaten kunnen leveren die specifiek zijn afgestemd op de markten in de regio Azië-Pacific.

Lotus[™] Natural Foods: strategische focus loont

Zoals in 2024 blijft Lotus[™] Natural Foods met haar merken BEAR[®], TREK[®], nākd[®], Kiddylicious[®] en Peter's Yard[®] beter presteren dan de markt dankzij een double-digit groei over alle merken heen. Met een omzet van ongeveer 250 miljoen euro vertegenwoordigt deze pijler 24% van de omzet uit merkproducten van de Groep.

Lotus Natural Foods is sinds de lancering in 2015 uitgegroeid tot een sterke merkpijler, met een samengestelde jaarlijkse groei van 17% in de afgelopen 9 jaar en een verviervoudiging van de like-for-like verkoop in die periode. Om dit momentum te grijpen en te behouden, heeft ook Lotus Natural Foods onlangs haar strategie aangescherpt om haar merken verder te internationaliseren en haar positie te versterken. Het doel is helder: leider worden in het segment van de better-for-you-snacks.

In 2024 breidde het bedrijf zijn internationale aanwezigheid uit, met een aanzienlijke groei buiten het Verenigd Koninkrijk, vooral in de VS met het merk BEAR en in verschillende Europese markten zoals Frankrijk, Spanje, Nederland en België met de merken nākd, TREK en Kiddylicious. Activiteiten van Lotus Natural Foods buiten het Verenigd Koninkrijk - de internationale activiteiten - groeiden met meer dan 20% in 2024 en zijn goed voor 35% van de totale omzet van Lotus Natural Foods.

Ook in het Verenigd Koninkrijk realiseert Lotus Natural Foods een duurzame groei in alle hero-concepten, die verder wordt ondersteund door de innovaties van het afgelopen jaar. De nākd[®] Protein Bar en de BEAR Fruit Splits zijn met succes gelanceerd in de afgelopen twee jaar en hebben inmiddels bewezen bij te dragen aan de groei van de Natural Foods-activiteiten in het Verenigd Koninkrijk.

¹ Bron: Externe gegevens (categorie zoete koekjes, mono koekjesconcepten); Biscoff retailwaarde gebaseerd op interne berekeningen

Om de toekomstige groei van de hero-concepten BEAR en nākd te ondersteunen, heeft Lotus Bakeries verder geïnvesteerd in de capaciteit, de mogelijkheden en de duurzaamheid van haar fabriek in Zuid-Afrika (Wolseley). Begin 2024 vond de eerste commerciële productie van nākd raw bars plaats in een nieuwe productiefaciliteit. Deze investering wordt gedaan om te voldoen aan de internationale vraag naar nākd bars buiten het Verenigd Koninkrijk. Begin 2025 werd een nieuwe uitbreiding voor de productie van BEAR fruitrolletjes in gebruik genomen. De afgelopen jaren investeerde de fabriek ook in duurzame productie met de installatie van een zonnepanelenpark, batterijen voor de opslag van zonne-energie en een milieuvriendelijk ovenverwarmingssysteem.

Cake Donut, Luikse wafels en Annas® nemen de leiding voor Lotus® Local Heroes

De derde pijler van de Lotus Bakeries strategie is de focus op 'local heroes' in de thuismarkten België, Nederland, Frankrijk en Zweden. De pijler is van strategisch belang, biedt marktleiderschapsposities met een gediversifieerd assortiment producten en genereert sterke kasstromen.

In 2024 liet de portfolio van de local heroes een mid-single-digit groei zien, eveneens voornamelijk gedreven door volume. België en Frankrijk leverden de grootste bijdragen met stijgingen voor zowel gebak met de succesvolle lancering van de Cake Donut en voor wafels met de aanhoudende groei van de Luikse wafels. Ook Annas® toonde groei in 2024 en bevestigde daarmee zijn marktleidende positie in Zweden in de categorie 'Sweet Biscuits'. De ontbijtkoekcategorie in Nederland blijft uitdagend, terwijl de toegenomen aandacht voor de variant zonder toegevoegde suikers met verbeterde recepten en vernieuwde ontwerpen de aandacht van de consument trekt.

2.2 EBIT(U) EN EBITDA(U) OVERTREFFEN DE 'TOPLINE' GROEI MET STIJINGEN VAN RESPECTIEVELIJK 19% EN 17%

De EBIT(u) (207 miljoen euro of 16,8% van de omzet) en de EBITDA(u) (243 miljoen euro of 19,7% van de omzet) stegen met respectievelijk 34 en 36 miljoen euro.

De stijging van EBIT(u) en EBITDA(u) van respectievelijk 19% en 17% bevestigt de robuustheid van de groeistrategie. De strategische focus op Lotus® Biscoff® en Lotus™ Natural Foods maakt het mogelijk om duurzame organische groei te vertalen in overeenstemmende sterke winst en kasstroom.

In 2024 zijn de fabrieken van Biscoff® en BEAR® in staat geweest om de extra output te leveren die nodig was om aan de marktvrage te voldoen en bij te dragen aan een positief operationeel hefboomeffect. Dit maakt het mogelijk om te blijven investeren in het verder versterken van de organisatie en het opschalen van de media-investeringen, beide essentieel voor aanhoudende groei.

De niet-onderliggende elementen van -5,2 miljoen euro hebben betrekking op de opstartkost van de Lotus Biscoff greenfield-site in Thailand (Chonburi).

Het financieel resultaat van -2,2 miljoen euro bestaat voornamelijk uit interestkosten, na aftrek van opbrengsten uit kasdeposito's, en bankkosten.

De belastingkost bedraagt 46,8 miljoen euro of 23,5% van de winst voorafgaand vóór belastingen. Het effectieve belastingtarief is gestegen ten opzichte van de voorgaande jaren. Dit heeft deels te maken met de verhoging van de vennootschapsbelasting in het Verenigd Koninkrijk van 19% naar 25%.

De nettowinst stijgt met 23 miljoen euro in vergelijking met 2023 en bedraagt 152 miljoen euro of 12,4% van de omzet. De winst per aandeel (EPS) steeg met 18% naar 188 euro per aandeel. Het Net Result (u) bedraagt 156 miljoen euro of 12,7% van de omzet. Het Net Result (u) is het gerapporteerde nettoresultaat voor de periode, exclusief de niet-onderliggende elementen.

2.3 NETTO FINANCIËLE SCHULD VERDER VERLAAGD NAAR 0,5 KEER EBITDA(U)

Lotus Bakeries heeft in de afgelopen 12 maanden een nieuwe record onderliggende operationele kasstroom (EBITDA(u)) van 243 miljoen euro gegenereerd. De investeringen in de afgelopen 12 en 24 maanden bedroegen respectievelijk meer dan 120 miljoen euro en 200 miljoen euro. Door de aanhoudende sterke kasstroomontwikkeling, in combinatie met gedisciplineerde vervangingsinvesteringen en controle op het werkkapitaal, verlaagde de netto financiële schuld/EBITDA(u) ratio verder naar 0,5 eind 2024. De gerapporteerde netto financiële schuld van Lotus Bakeries bedraagt 130,2 miljoen euro en omvat 20 miljoen euro aan schuld die moet worden uitgedrukt door toepassing van de IFRS 16 leaseovereenkomsten.

De kapitaalinvesteringen voor 2025 liggen rond de 155 miljoen euro, in lijn met het eerder aangekondigde investeringsprogramma van 275 miljoen euro voor 2024 en 2025 samen.

3. LOTUS™ NATURAL FOODS HEEFT DE AMBITIE OM EEN LEIDER TE WORDEN IN HET SEGMENT VAN DE BETTER-FOR-YOU-SNACKS

Lotus™ Natural Foods is een sterke merkpiljer geworden sinds de lancering in 2015. De pijler bestaat vandaag uit een ruime portfolio van better-for-you snacks met de merken: BEAR®, nākd.®, TREK®, Kiddylicious® en Peter's Yard®. De merken werden overgenomen met een voornamelijk Britse verkoopbasis en werden met succes uitgebouwd, zowel op de Britse thuismarkt als internationaal. De merken hebben beter gepresteerd in de snelgroeïende categorieën van fruit snacks, energierepen en fruit- en notenrepen. De merken hebben ook baat bij de consumententrends: een toenemend belang van gebruiksgemak & *on-the-go* en gezondheids- en welzijnsoverwegingen. De vertrouwde merken bereiken een brede groep consumenten, van peuters tot senioren, en bieden gezonde, handige snacks voor elke gelegenheid.

Het pad en de ambitie voor de toekomst zijn duidelijk: voortbouwen op de huidige fundering en merkenportfolio om een leider te worden in het segment van de better-for-you snacks. Om dit momentum te behouden werd een evaluatie uitgevoerd voor de verschillende merken om de strategische inzichten aan te scherpen en in te zetten en om voor elk individueel merk te bepalen waar te spelen en hoe te winnen.

Inzichten en volgende stappen werden geconcentreerd rond een gerichte aanpak voor verschillende strategische hefboomen van de merken:

#1 Ons DNA: doel en brand guardrails

Voor elk merk van Lotus™ Natural Foods gingen we terug naar de essentie: we bevestigden hun doel en de bijbehorende brand guardrails die de drijfveren zijn voor alle marketinghefbomen, of het nu gaat om innovatie, mediastrategie of merkactiva & communicatie. Deze twee hefboomen vormen de kern van alles wat we doen.

#2 Waar te spelen

Lotus™ Natural Foods is geworteld in het Verenigd Koninkrijk. Het is waar al onze merken vandaan komen, maar toch blijft het een markt met veel potentieel. Tegelijkertijd zetten we ons in om onze merken te globaliseren. En met succes: onze activiteiten buiten het Verenigd Koninkrijk zijn de afgelopen 9 jaar exponentieel gegroeid en zijn nu goed voor meer dan 35% van de totale omzet. Voor BEAR® werd de VS zelfs de grootste markt.

Het doel is om gericht internationaal te blijven uitbreiden. Niet eender waar, maar in goed gedefinieerde markten voor elk merk. Deze markten worden geselecteerd op basis van twee criteria: (i) het marktpotentieel en (ii) de sterkte van Lotus Bakeries in die markt.

#3 Rotation-led growth

De markten waarop Lotus™ Natural Foods zich richt, hebben verschillende maturiteitsniveaus als het gaat om natuurlijke snacks, dus passen we onze groeistrategie aan. Meestal begint het met het bouwen van een gemeenschap van loyale consumenten die vervolgens echte ambassadeurs worden voor de merken. Bij de distributie richten we ons eerst op een beperkt aantal belangrijke retailers, waar de primaire doelgroepen (bv. gezondheidsbewuste shoppers) winkelen en bieden we een beperkte reeks hero-producten aan. Wanneer de productrotatie toeneemt, vergroten we de cumulatieve distributie en nemen we meer retailers op.

Gaandeweg versterken we ook de aantrekkingskracht van onze merken met innovaties: nieuwe smaken, nieuwe productvormen, nieuwe verpakkingsformaten, enz. Belangrijk is dat deze innovaties altijd in lijn blijven met onze brand guardrails.

#4 Enablers

We vertrouwen op een aantal factoren om onze Lotus™ Natural Foods strategie met succes te implementeren, zoals media resources en data & revenue growth management die worden gedeeld met het Lotus® Biscoff® brand team.

“De strategische update van Natural Foods draait om focus. Voor elk merk zetten we het doel en de guardrails centraal... het zal de basis vormen van alles wat we doen. Daarnaast bepalen we de belangrijkste markten per merk. Voor deze markten zullen we nieuwe producten en nieuwe mediacampagnes ontwikkelen.”

- ISABELLE MAES, CMO LOTUS BAKERIES & CEO LOTUS™ NATURAL FOODS

4. PARTNERSHIP VAN MONDELĒZ INTERNATIONAL EN LOTUS BAKERIES: EERSTE CO-BRANDED CHOCOLADEPRODUCTEN BINNENKORT IN DE REKKEN

Een van de belangrijkste mijlpalen van 2024 is de strategische samenwerking met Mondelez International, dat werd aangekondigd in juni.

Mondelez International en Lotus Bakeries kondigden een strategische samenwerking aan om het Biscoff® merk in India uit te breiden en te laten groeien, en om nieuwe chocoladeproducten te ontwikkelen die de unieke, knapperige Biscoff-smaak en textuur combineren met Mondelez' iconische Cadbury, Milka en andere belangrijke chocolademerken in Europa, met mogelijke opties om uit te breiden naar aanvullende markten en/of segmenten.

Sinds de aankondiging van de deal zijn verschillende cross-company projectteams gaan samenwerken.

Voor de licentie van Biscoff koekjes in India werken teams hard aan het definiëren van een perfecte productportfolio en productprijstructuur, terwijl andere teams zich richten op het garanderen dat precies dezelfde kwaliteit Biscoff koekjes op de markt komt in India. Om een succesvolle introductie van Biscoff in India te ondersteunen en te stimuleren, zijn beide partners ook overeengekomen om gezamenlijk bij te dragen aan de marketinginspanningen die achter de lancering van het merk zullen zitten.

Voor de wereldwijde chocolade-licentie zijn de teams hard aan het werk om verbazingwekkende co-branded chocoladeproducten op de markt te brengen die de iconische en toonaangevende wereldwijde chocolademerken van Mondelez zoals Cadbury, Milka & Cote D'or combineren met onze unieke & *crunchy* Biscoff koekjes. De eerste co-branded chocoladetabletten zullen eind maart 2025 in de winkels liggen voor Cadbury in het Verenigd Koninkrijk. De eerste co-branded Milka Tablets zullen binnenkort in verschillende Europese markten verschijnen.



5. LOTUS BAKERIES HERFINANCIERT LANGETERMIJNSCHULD

In de tweede helft van 2024 anticipeerde Lotus Bakeries op de herfinanciering van een belangrijk bedrag aan bankschulden met vervaldatum in 2025 en 2026. Daartoe werden nieuwe bilaterale financieringsovereenkomsten gesloten met de drie huisbanken KBC, BNP Paribas Fortis en Belfius voor een totaalbedrag van 225 miljoen euro, waarvan het grootste deel bestaat uit bulletleningen met vaste rente. De looptijden zijn lange termijn en lopen maximaal 7 jaar tot 2033. De fondsen zullen in de komende 12 maanden worden opgenomen. Naast de herfinanciering van de schuld ondersteunt de nieuwe financiering ook het lopende investeringsprogramma in bijkomende capaciteit.

6. KLAAR VOOR DE RICHTLIJN MET BETREKKING TOT DUURZAAMHEIDSRAPPORTERING

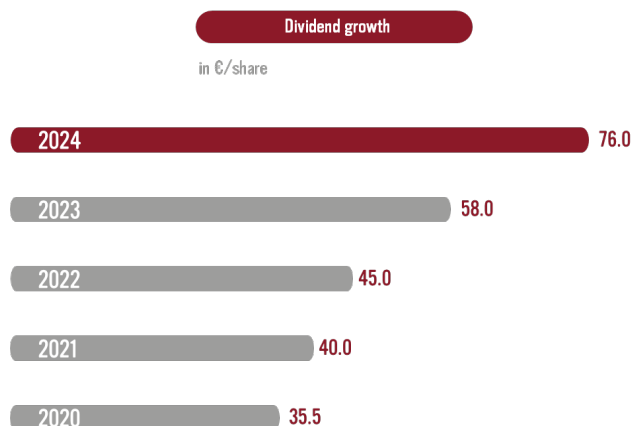
In 2023 is de ESG-gerelateerde corporate governance-structuur versterkt door de verantwoordelijkheden van het Audit Committee uit te breiden naar een Audit- en Sustainability Committee. Het Committee zal ook de Raad van Bestuur adviseren over duurzaamheidsbeleid en -rapportering.

Lotus Bakeries heeft de afgelopen 18 maanden grote inspanningen gedaan op de implementatie van de Europese Richtlijn met betrekking tot Duurzaamheidsrapportering (*Corporate Sustainability Reporting Directive – CSRD*) en is klaar voor de implementatie en rapportering in het jaarverslag van 2024 dat eind maart 2025 gepubliceerd wordt.

Het startpunt voor de CSRD-implementatie is de dubbele materialiteitsbeoordeling die eind 2023 is afgerond. Vervolgens werden de materiële onderwerpen volgens de dubbele materialiteitsbeoordeling vertaald en gedefinieerd in de relevante Europese standaarden voor duurzaamheidsrapportering (ESRS). Lotus Bakeries heeft vijf toepasselijke ESRS standaarden onderschreven en zal hierover alle relevante niet-financiële KPI's rapporteren. Om een efficiënte en effectieve rapportering te garanderen, werden nieuwe tools en processen ontwikkeld om de relevante datapunten te verzamelen, te auditeren en te rapporteren.

7. DIVIDEND

De Raad van Bestuur zal op de Gewone Aandeelhoudersvergadering van 13 mei 2025 voorstellen om over 2024 een brutodividend van 76 euro per aandeel uit te keren ten opzichte van 58 euro per aandeel in 2023, een verhoging van 18 euro per aandeel. Dit geeft de sterke prestatie weer van de Lotus Bakeries Groep.



8. FINANCIËLE KALENDER

Aankondiging en publicatie jaarresultaten:	6 februari 2025
Jaarverslag 2024 beschikbaar op:	28 maart 2025
Gewone Algemene Vergadering van Aandeelhouders:	13 mei 2025
Dividend betaalbaar vanaf:	19 mei 2025
Aankondiging halfjaarresultaten:	8 augustus 2025

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®, Dinosaurus®, 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.

Toekomstige verklaringen

Dit persbericht bevat toekomstgerichte informatie die risico's en onzekerheden met zich meebrengt, met inbegrip van verklaringen over de plannen, doelstellingen, verwachtingen en intenties van Lotus Bakeries. Deze verklaringen zijn gebaseerd op de huidige verwachtingen en opvattingen over toekomstige gebeurtenissen en ontwikkelingen van het management van Lotus Bakeries en zijn van nature onderhevig aan onzekerheid en veranderingen in omstandigheden. De toekomstgerichte verklaringen in dit persbericht bevatten vermeldingen die verder gaan dan verklaringen omtrent historische feiten en bevatten doorgaans woorden zoals "zal", "kan", "zou", "geloof", "is van plan", "verwacht", "anticipeert", "doelt op", "naar schatting", "waarschijnlijk", "voorzien" en woorden van gelijke strekking. Alle verklaringen anders dan verklaringen met betrekking tot historische feiten, zijn toekomstgerichte verklaringen. Lezers worden gewaarschuwd dat toekomstgerichte verklaringen bekende en onbekende risico's inhouden en onderhevig zijn aan aanzienlijke zakelijke, economische en concurrentieonzekerheden en onvoorzien omstandigheden, waarvan vele buiten de controle van Lotus Bakeries liggen. Indien een of meer van deze risico's, onzekerheden of onvoorzien omstandigheden zich voordoen, of indien onderliggende veronderstellingen onjuist blijken te zijn, kunnen de werkelijke resultaten wezenlijk verschillen van de verwachte, geschatte of geprojecteerde resultaten. Bijgevolg dient er niet ten onrechte worden vertrouwd op, en aanvaardt Lotus Bakeries geen enkele verantwoordelijkheid voor, de juistheid van deze toekomstgerichte verklaringen.

Neem voor verdere informatie contact op met:

Emma Van Praet – Corporate Communication Manager
corporate@lotusbakeries.com
Tel. + 32 9 376 69 20

Mike Cuvelier – CFO
Tel. + 32 9 376 26 14

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

GECONSOLIDEERDE JAARREKENING

GECONSOLIDEERDE RESULTATENREKENING EN OVERZICHT VAN HET TOTAALRESULTAAT

IN DUIZENDEN EUR	2024	2023
OMZET	1.231.914	1.062.962
Grondstoffen, verpakking en co-productie	(419.957)	(368.903)
Diensten en diverse goederen	(331.887)	(277.024)
Personeelskosten	(234.633)	(205.310)
Afschrijvingen	(36.593)	(32.857)
Waardeverminderingen op voorraden en handelsvorderingen	69	(1.226)
Overige bedrijfskosten	(5.393)	(6.348)
Overige bedrijfsopbrengsten	3.109	1.681
EBIT(u) - ONDERLIGGEND BEDRIJFSRESULTAAT	206.629	172.974
Niet-onderliggende elementen	(5.165)	(2.544)
EBIT - BEDRIJFSRESULTAAT	201.463	170.430
Financieel resultaat	(2.213)	(2.533)
Interestopbrengsten (-kosten)	(942)	(1.560)
Wisselkoerswinsten (-verliezen)	(358)	(119)
Overige financiële opbrengsten (kosten)	(913)	(854)
RESULTAAT VAN DE PERIODE VÓÓR BELASTINGEN	199.250	167.897
Winstbelastingen	(46.769)	(38.565)
NETTORESULTAAT	152.482	129.333
Toerekenbaar aan minderheidsbelangen	(95)	72
Toerekenbaar aan houders van de eigenvermogensinstrumenten van Lotus Bakeries	152.577	129.261
OVERIGE ELEMENTEN VAN HET TOTAALRESULTAAT		
<i>Elementen die later zouden kunnen opgenomen worden in de resultatenrekening</i>	<i>27.116</i>	<i>(9.192)</i>
Wisselkoersverschillen bij omrekening buitenlandse vestigingen	27.116	(9.273)
Winst/(Verlies) op kasstroomafdekkingen, na belastingen	-	81
<i>Elementen die nooit zullen opgenomen worden in de resultatenrekening</i>	<i>(636)</i>	<i>(142)</i>
Herwaarderingswinsten/(-verliezen) op toegezegde pensioenregelingen	(636)	(142)
Overige elementen van het totaalresultaat	26.480	(9.334)
TOTAALRESULTAAT	178.962	119.999
Toerekenbaar aan minderheidsbelangen	(48)	91
Toerekenbaar aan houders van de eigenvermogensinstrumenten van Lotus Bakeries	179.010	119.908
WINST PER AANDEEL		
Gewogen gemiddeld aantal aandelen	811.863	811.364
Gewone winst per aandeel (EUR)	187,82	159,40
Toerekenbaar aan houders van de eigenvermogensinstrumenten van Lotus Bakeries	187,93	159,31
Gewogen gemiddeld aantal aandelen na verwateringseffect	813.074	812.373
Verwaterde winst per aandeel (EUR)	187,54	159,20
Toerekenbaar aan houders van de eigenvermogensinstrumenten van Lotus Bakeries	187,65	159,12

GECONSOLIDEERDE BALANS

IN DUIZENDEN EUR	31 DECEMBER 2024	31 DECEMBER 2023
ACTIVA		
Vaste activa	993.050	875.583
Goodwill	230.070	222.915
Immateriële activa	150.437	147.825
Materiële vaste activa	580.404	474.311
Investerings in andere vennootschappen	28.798	27.504
Uitgestelde belastingvorderingen	2.485	2.120
Overige vaste activa	856	908
Vlottende activa	399.134	367.920
Voorraden	90.473	76.906
Handels- en overige vorderingen	166.511	152.044
Actuele belastingvorderingen	4.356	4.888
Overige financiële activa	35.914	-
Geldmiddelen en kasequivalenten	98.314	131.231
Overige vlottende activa	3.565	2.852
TOTAAL ACTIVA	1.392.183	1.243.503
EIGEN VERMOGEN EN VERPLICHTINGEN		
Eigen vermogen	791.155	656.207
Kapitaal	16.388	16.388
Eigen aandelen	(16.882)	(18.797)
Overgedragen resultaten	810.954	704.401
Overige reserves	(19.305)	(45.785)
Langlopende verplichtingen	261.987	349.943
Rentedragende verplichtingen	180.501	275.834
Uitgestelde belastingverplichtingen	74.624	68.024
Pensioenverplichtingen	4.901	4.183
Voorzieningen	73	101
Overige langlopende verplichtingen	1.887	1.801
Kortlopende verplichtingen	339.042	237.352
Rentedragende verplichtingen	100.810	14.657
Pensioenverplichtingen	463	335
Voorzieningen	21	21
Handels- en overige schulden	216.256	205.110
Actuele belastingsschulden	18.446	14.173
Overige kortlopende verplichtingen	3.046	3.056
TOTAAL EIGEN VERMOGEN EN VERPLICHTINGEN	1.392.183	1.243.503