



LOTUS BAKERIES NV
Gentstraat 1
9971 LEMBEKE
Rechtspersonenregister Gent
Ondernemingsnummer 0401.030.860

**Schriftelijke vragen en antwoorden
naar aanleiding van de Gewone en Buitengewone Algemene Vergadering van
Aandeelhouders gehouden op 8 mei 2020**

De geldig ontvangen schriftelijke vragen van aandeelhouders worden door de Raad van Bestuur – al dan niet gegroepeerd – beantwoord middels onderhavig document, dat gepubliceerd wordt op de website van de vennootschap op 8 mei 2020 om 15u.

A. LOTUS BISCOFF IJS

De Raad van Bestuur heeft de volgende vragen ontvangen aangaande Biscoff ijs:

1. Wordt Lotus Biscoff ijs intern of (geheel of gedeeltelijk) extern geproduceerd en wat zijn de plannen van Lotus Bakeries op dit punt?

A: Het Lotus speculoosijs bevat een belangrijke hoeveelheid speculoos in de vorm van speculooscrunch en speculoospasta. Deze speculoosingrediënten worden in onze eigen Lotus Bakeries fabrieken geproduceerd en geleverd aan welbepaalde geselecteerde externe ijsfabrikanten. Deze fabrikanten verwerken de speculoosingrediënten in een ijsreceptuur die samen met Lotus Bakeries werd ontwikkeld en exclusief voor ons bedrijf bestemd is.

Deze vorm van samenwerking waarbij elke partij zich focust op zijn of haar specifieke knowhow en productiemogelijkheden is voor ons een goed model.

2. Hoe denkt Lotus Bakeries zich met de verkoop van ijs te kunnen onderscheiden van concurrenten die reeds lang en soms wereldwijd actief zijn op deze markt?

A: Veel bedrijven die actief zijn in de ijsmarkt commercialiseren een erg brede waaier van merken en smaken. Lotus Bakeries focust zich specifiek op ijs met speculoosmaak. Het onderscheidende zit in de unieke productkwaliteit op basis van de enige echte Lotus speculoosingrediënten.

3. Heeft de sluiting van de horeca wereldwijd door Covid-19 gevolgen voor de ijsverkoop van Lotus Bakeries?

A: *Het Lotus speculoosijs wordt voornamelijk verkocht in het supermarktkanaal en slechts beperkt in de horeca. We verwachten dan ook weinig impact van de sluiting van de horecasector op de Lotus Bakeries' ijsverkopen in 2020.*

B. INTERNATIONALISERING

De Raad van Bestuur heeft de volgende vragen ontvangen aangaande haar internationale groeistrategie:

1. Welke uitgangspunten hanteert Lotus Bakeries bij haar beleid om bepaalde producten al dan niet te introduceren in andere landen?

A: *De Lotus Bakeries groeistrategie is gebaseerd op drie pijlers:*

- 1. Lotus Biscoff: mondialisering van de Lotus Biscoff producten.*
- 2. Natural Foods: investering in een sterke 'healthy snacking' activiteit waarmee we vanuit het Verenigd Koninkrijk stap voor stap andere markten betreden.*
- 3. Local Heroes: uitbouwen van een sterke marktpositie in de thuismarkten door continue investeringen in ons ruime assortiment.*

2. Welke producten kunnen in dat licht verwacht worden op de Nederlandse markt?

A: *De commerciële focus in Nederland qua producten onder het Lotus merk ligt voornamelijk op Lotus speculoos. We verkopen al vele jaren Lotus speculooskoekjes en Lotus speculoospasta, en recent werd ook Lotus speculoosijs gelanceerd. Vanuit de samenwerkingscontracten met Nederlandse retailers worden er soms ook andere Lotus producten aan toegevoegd, waarbij dit soms tijdelijke acties of assortimentsopnames betreft.*

Daarnaast zijn de gezonde tussendoortjes erg in trek op de Nederlandse markt. Sinds 2017 zijn bij Nederlandse retailers met succes producten onder de merken Nākd, TREK en BEAR geïntroduceerd.

C. KIDDYLICIOUS

De Raad van Bestuur heeft de volgende vraag ontvangen aangaande de producten die onder het merk Kiddylicious verkocht worden:

1. Worden de Kiddylicious producten intern of (geheel of gedeeltelijk) extern geproduceerd en wat zijn de plannen van Lotus Bakeries op dit punt?

A: *Het Kiddylicious assortiment wordt geproduceerd bij externe partners, die stuk voor stuk gespecialiseerd zijn in hun specifieke product range. Hierdoor kunnen wij een beroep doen op de knowhow die de co-manufacturers over de jaren heen hebben ontwikkeld en samen met hen innovatieve producten ontwikkelen.*

2. Hoe denkt Lotus Bakeries zich te kunnen onderscheiden van concurrenten op de markt voor baby- en peutervoeding?

A: *Onder het merk Kiddylicious worden gezonde snacks aangeboden voor baby's en kleine kinderen om te nuttigen als tussendoortje. Het is immers belangrijk dat zij ook tussen de maaltijden door een gezonde snack kunnen nuttigen die tevens bijdraagt tot de ontwikkeling*

van de motoriek; met name leren kauwen, iets vasthouden, zelfstandig eten. Kiddylicious biedt een heel gevarieerd assortiment aan dat bestaat uit lekkere producten, speels gepresenteerd, en in handige individuele porties. Er is vast en zeker voor elk kind, in elke ontwikkelingsfase, een Kiddylicious tussendoortje waar het kleintje van zal houden.

2019 was een zeer sterk jaar voor Kiddylicious, wat ons sterkt in de overtuiging dat er nog veel potentieel is voor dit merk in het Verenigd Koninkrijk en internationaal.