



Nutritioneel beleid

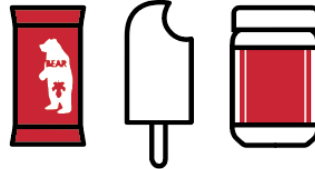
Onze vijf doelstellingen

Lotus Bakeries heeft een duidelijk nutritioneel beleid, met focus op vijf concrete doelstellingen:



1

Superieure
smaakervaring



2

Gediversifieerd
aanbod



3

Geen artificiële
smaken of
kleurstoffen



4

Verscheidenheid in
portiegroottes



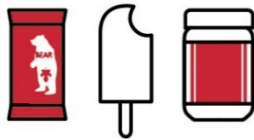
5

Heldere informatie
en verantwoorde
marketing



1. Superieure smaakervaring

Lotus Bakeries wil haar consumenten lekkere en kwaliteitsvolle tussendoortjes kunnen aanbieden voor elk moment van de dag. Een superieure smaakervaring staat daarbij centraal, zowel in het gamma van koekjes en gebak, als in het gamma van natuurlijke tussendoortjes. Daartoe worden enkel kwalitatief hoogstaande ingrediënten gebruikt en wordt van begin tot einde gewaakt over productie en supply chain processen. Zorg dragen voor de kwaliteit, herkomst, samenstelling en veiligheid van onze producten is hierbij cruciaal. Daarin speelt onze R&D afdeling een belangrijke rol: zij heeft als taak producten te ontwikkelen met aandacht voor het voortdurend verbeteren van kwaliteit en smaak.



2. Gediversifeerd aanbod

Lotus Bakeries streeft ernaar om elke consument op elk consumptiemoment te kunnen bedienen met een kwalitatief aanbod aan tussendoortjes. Zij doet dit door een portfolio aan te bieden van producten met diverse nutritionele samenstellingen.

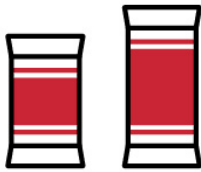
Met de acquisitie van merken zoals nākd, TREK, BEAR en Urban Fruit werd de focus uitgebreid naar tussendoortjes op basis van fruit en noten. De overname van Kiddylicious betekende bovendien een uitbreiding van ons aanbod met snacks en maaltijden voor de allerkleinsten. Deze Natural Foods merken bieden de consument de keuze om te kiezen voor een gezond(er) alternatief dan bestaande snacks in de voedingscategorie.



3. Geen artificiële smaken of kleurstoffen

Om enkel gezonde en kwaliteitsvolle producten aan de consument aan te bieden, streven we ernaar om geen artificiële smaken of kleuren te gebruiken in onze producten. Sinds de oprichting in 1932, vinden we het als bedrijf belangrijk om pure en natuurlijke ingrediënten te gebruiken.

4. Verscheidenheid in portiegroottes



Het is onze ambitie om verantwoorde tussendoortjes aan consumenten aan te bieden. Niet alleen met ons gamma aan natuurlijke tussendoortjes, maar ook door een aantal topproducten in zowel grote als kleine verpakkingen, dat minder dan 150 Kcal per portie bevat, aan te bieden.



5. Heldere informatie & verantwoorde marketing

Om de consumenten te ondersteunen bij hun voedingskeuze vinden we het van belang dat zij over correcte productinformatie beschikken, waaronder de nutritionele waarden.

Daarnaast neemt Lotus Bakeries een éénduidig standpunt in met betrekking tot verantwoorde reclame naar kinderen.

Zo heeft Lotus Bakeries Belgium, bijvoorbeeld, de Belgian Pledge 3.0 ondertekend, waarmee zij haar engagement voor verantwoorde reclame voor kinderen uitbreidt ten opzichte van haar bestaande engagement onder de Belgian Pledge 2.0. Deze herziene versie houdt rekening met dezelfde richtlijnen op social media kanalen in geval van communicatie via influencers.