



Bolero

AANDEEL IN DE KIJKER



# Lotus Bakeries

## Op naar een BEL 20-zitje?

17 februari 2023

RESEARCH DOOR KBC SECURITIES-ANALIST GUY SIPS 'LOTUS BAKERIES ON TRACK TO BECOME THE THIRD LARGEST COOKIE BRAND IN THE WORLD' (17/08/2022) & 'MORNING NOTE RESEARCH' (07/02/2023), SAMENGEVAT DOOR JO ELSOCHT (CONTENT MANAGER BOLERO)



In een TOPIC gaat **Bolero** dieper in op een specifiek onderwerp zoals een beursintroductie, de olieprijs, maar we kunnen ook een specifieke beurs of aandeel onder de loep nemen.

**Lotus Bakeries** (BE0003604155) is bij uitstek het **steraandeel** op de Beurs van Brussel. Vorig jaar klopte het voor de 19de keer in 21 jaar de BEL 20. Het aandeel van de koekjesbakker steeg in 2022 met 13%, terwijl de BEL 20 er 14% op achteruit ging.

En de koek is nog lang niet op, denkt KBC Securities-analist Guy Sips. Lotus Bakeries wil immers verder de **wereld veroveren** en opschuiven in de wereldwijde ranking van grootste koekjesmerken

Hoog tijd om het beproefde groeirecept van de Lembeekse koekjesbakker te ontleden. Het resultaat is een 'Aandeel in de kijker' om te verslinden.

Smakelijk!



*Bolero wijst erop dat alle informatie in dit dossier, inclusief het koersdoel en de aanbeveling, dateert van 16 februari 2023 en dus een momentopname is. Gelieve er rekening mee te houden dat die informatie intussen gewijzigd kan zijn. Voor de meest recente adviezen en koersdoelen verwijzen we je graag door naar het Bolero-platform.*

*De gebruikte grafieken en afbeeldingen komen van KBC Securities of uit het jaarverslag 2023 van Lotus Bakeries.*



*“In 1932 maakte de Belgische bakker Jan Boone Sr. een gekaramelliseerd koekje met niets dan natuurlijke ingrediënten.*

*Hij noemde het Lotus, naar de bloem die symbool staat voor zuiverheid.”*

[Website van Lotus Bakeries](#)

## Inhoudstafel

### Geschiedenis van Lotus Bakeries

#### Activiteiten

**Pijler 1: Lotus Biscoff**

**Pijler 2: Natural Foods**

**Pijler 3: Local Heroes**

**Pijler 4: FastForward2032**

#### Koers van het aandeel

#### Visie van KBC Securities-analist Guy Sips



## Geschiedenis van Lotus Bakeries

Het loont altijd de moeite om in de geschiedenis van een bedrijf te duiken. Zeker als die zo rijk is als die van Lotus Bakeries. De afgelegde weg vertelt vaak welk pad er in de toekomst bewandeld zal worden. En bij Lotus Bakeries is dat groei, groei en nog eens groei...

Hieronder vind je een aantal belangrijke gebeurtenissen in de geschiedenis van Lotus Bakeries:

- 1932:** Bakker Jan Boone Sr. bakt voor het eerst Lotus-koekje in Lembeke.
- 1956:** Het Lotus-koekje in de voedingsindustrie geïntroduceerd als een koekje voor bij de koffie.
- 1974:** Lotus gaat een partnerschap aan met de familie Stevens en fuseert met Corona. Zo worden er ook taarten en gebak in het assortiment opgenomen.
- 1980:** Lotus Bakeries introduceert zijn unieke smaak in de Aziatische markt.
- 1986:** Het Lotus-koekje krijgt de internationale naam 'Biscoff'. Enkel in onze contreien blijft het koekje voorlopig nog bestaan onder de naam 'Lotus Speculoos'.
- 1988:** Lotus Bakeries noteert op de Beurs van Brussel.
- In de jaren '90:** Betreding van de Amerikaanse markt via de luchtvaartbedrijven. Passagiers krijgen aan boord gratis het Lotus Biscoff Cookie aangeboden.
- 1998:** Voor het eerst haalt het bedrijf een omzet van meer dan 100 miljoen euro.
- 1999:** Suzy Wafels maken vanaf nu deel uit van het assortiment.
- 2000:** Lotus Bakeries betreedt het Midden-Oosten.
- 2008:** Introductie van de Lotus Biscoff Spread (speculoospasta). De omzet gaat nu voor het eerst boven 250 miljoen euro.
- 2012:** Lotus Bakeries koopt het 'Dinosaurus'-merk.
- 2015:** Een nieuwe pijler 'Natural Foods' wordt aan het bedrijf toegevoegd door de overnames van Natural Balance Foods (Näkd & TREK) en van BEAR. Welkom gezonde tussendoortjes.
- 2016:** Lotus Bakeries rondt de kaap van 500 miljoen euro omzet.
- 2017:** Niet langer België, maar de Verenigde Staten van Amerika is de grootste afzetmarkt voor Biscoff-koekjes.
- 2018:** Overname van Kiddylicious: gezonde tussendoortjes voor peuters en kleuters. Lotus Bakeries is ondertussen actief in meer dan 70 landen.
- 2019:** Lancering van Lotus Biscoff Ice Cream. Voor het eerst wordt er buiten de Belgische grenzen Biscoff-koekjes gemaakt via een productielijn in de VS. Daarnaast richt het bedrijf een incubatorfonds op: FF2032 en draait het meer dan 600 miljoen euro omzet, een primeur.
- 2020:** Lancering van Lotus Biscoff Sandwich Cookie en van Lotus Biscoff Chocolate met Biscoff-smaak in België.



## A ctiviteiten van Lotus Bakeries

Het bedrijf bestaat uit drie divisies die zelf voedingswaren maken en een divisie die investeert in andere voedingsbedrijven.

### LOTUS BISCOFF



De basis van deze pijler is het koekje dat tot voor kort in onze contreien bekend was onder de naam '**Speculoos**'. Vandaag heet dat koekje ook bij ons 'Biscoff'. Een samentrekking van 'Biscuit' en 'Coffee'. Lotus Bakeries wil met deze unieke, maar toegankelijke smaak, met een subtiele karameltoets, de wereld veroveren.

Omdat de koekjesbakkers geloven in het universele karakter van het Biscoff-koekje, ontwikkelden ze ook **Lotus Biscoff Spread** (smeerpasta voor op de boterham) en **Lotus Biscoff Ice Cream** (ijs met Biscoff-smaak). Sinds kort heeft het bedrijf zelfs een eigen gamma **chocolade** met krokante Biscoff-stukjes én een Lotus **Biscoff Sandwich cookie** om de concurrentie aan te gaan met het Oreo-koekje van voedingsbedrijf Mondelez.

Biscoff heeft succes over de landsgrenzen en culturele verschillen heen. Dat is redelijk ongewoon in de voedingssector. Lotus Biscoff is nu aanwezig in meer dan 70 landen. Om de verdere **internationalisering** van Lotus Biscoff te ondersteunen, is Lotus Bakeries actief in vijftien landen met eigen verkoopkantoren en verkoopteams.

Daarnaast is er samenwerking met lokale commerciële partners in een 50-tal landen. Het grootste deel van het verkooppotentieel ligt in de **supermarkten**, waar Lotus Bakeries haar producten via displays en promoties aan de man, de vrouw en de x brengt.

Het is ook de bedoeling om Lotus Biscoff via de '**out-of-home**'-kanalen (restaurants, hotels, luchtvaartmaatschappijen, etc.) te introduceren. Hoe meer huishoudens de producten kennen, hoe beter. Zodra een aanzienlijk percentage van de huishoudens in een bepaalde regio Lotus-producten aankoopt, start Lotus Bakeries met adverteren op tv en online om de groei te consolideren.



Fijn weetje: in februari 2020 verving de Amerikaanse vliegtuigmaatschappij **United Airlines** de Biscoff-koekjes, die tijdens de vlucht gratis werden uitgedeeld, door Oreo Thins (dunne versie van de Oreo-koekjes). Maar dat duurde niet lang. Twee dagen later, na een **storm van verontwaardigde reacties**, deelden de stewards en stewardessen weer vrolijk Biscoffs uit.

'*You Can Take My Leg Room, But You Can Never Have My Biscoffs*', tweette een bekende redacteur uit de voedingswereld. Vrij vertaald: 'Je kan mijn beenruimte verkleinen, maar blijf van mijn Biscoff-koekjes af.'

Delta Airlines was de eerste Amerikaanse vliegtuigmaatschappij die de koekjes serveerde (sinds de jaren '90) en deelt jaarlijks zo'n **85 miljoen Biscoff-koekjes** uit. Andere vliegtuigmaatschappijen, zoals United Airlines en American Airlines, volgden.

### Lotus Biscoff Sandwich Cookie

Het Lotus Biscoff Sandwich koekje bestaat uit **twee knapperige gekarameliseerde koekjes** met ertussen een romige melkchocolade, vanille of Biscoff-vulling. Dat koekje werd gelanceerd in april 2020 in vier landen: België, Frankrijk, het Verenigd Koninkrijk en de VS.



Source: Lotus Bakeries, KBC Securities

Met het oog hierop investeerde Lotus Bakeries in een **nieuwe productielijn** voor Biscoff Sandwich-koekjes in de thuisbasis **Lembeke** (België). Voor het eerst week Lotus Bakeries af van de iconische vorm van het Biscoff-koekje. Het bedrijf had zoveel vertrouwen in dat koekje dat het, nog voor er één doos verkocht was, besloot om te investeren in een extra productielijn in Lembeke.

Lotus Bakeries heeft er alle vertrouwen in dat dit product zal blijven groeien zowel internationaal als op de thuismarkt. De toevoeging van **twee kleinere verpakkingen** (van één en van vijf koekjes) past bij sommige heersende trends (snacks onderweg, kleinere porties, enz.) en zal helpen om het succes verder uit te bouwen.



## Lotus Biscoff Chocolate

Eveneens in 2020 werd een nieuw gamma, Lotus Biscoff Chocolate, gelanceerd en dat **enkel op de Belgische markt**. Het assortiment bestaat uit twee varianten: melkchocolade met krokante **Biscoff-stukjes** en melkchocolade met smeùge **Biscoff Spreadvulling**. Mogelijk komen er nog andere variaties op de markt.

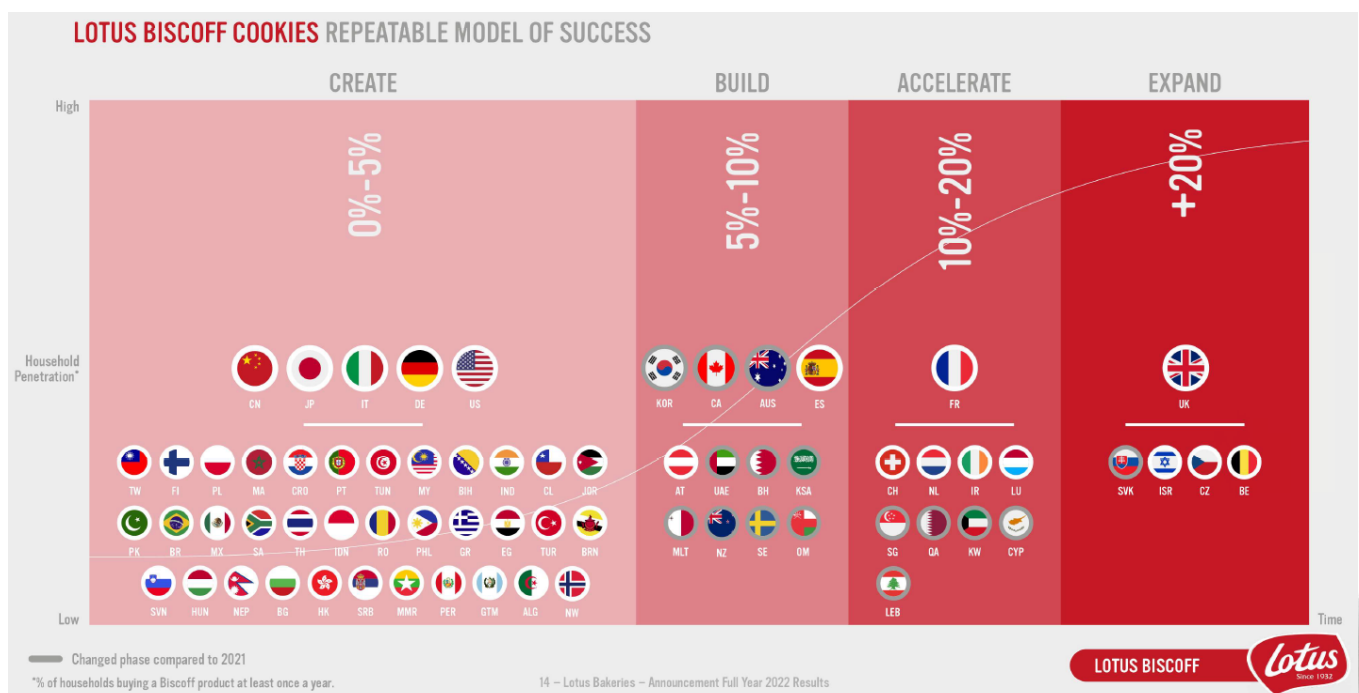


Source: Lotus Bakeries, KBC Securities

## Kopieerbaar marketingmodel

De groei van Lotus Biscoff is gebaseerd op het "Biscoff repeatable model". De **penetratie van Lotus Biscoff** in een bepaald land **bepaalt de strategie**. Penetratie wordt gedefinieerd als "hoeveel gezinnen minstens één keer per jaar een Lotus Biscoff-product kopen".

Er zijn vier fases die landen doorlopen naargelang de penetratiegraad: **create**, **build**, **accelerate** en, als laatste, **expand**. Elke fase heeft een gedetailleerd draaiboek met activeringshefbomen zoals via welk kanaal de consument wordt benaderd, met welk assortiment, wat de prijsstelling is en samenwerking met out-of-home partners of toonaangevende A-merken in de retail, media-activatie, enz.



Nog een fijn weetje: onze ex-Rode Duivel **Eden Hazard** houdt niet alleen van hamburgers maar ook van Biscoff-koekjes (of hij kan toch goed doen alsof). Bekijk hier de [reclamespot](#) uit 2016 (2m17s). Toen Hazard het reclamefilmpje op zijn Facebook- en Twitter-account postte, was het na nog geen halve dag in China al 2 miljoen keer bekeken.

## NATURAL FOODS



Deze divisie omvat alle gezonde tussendoortjes van Lotus Bakeries en bestaat uit een verzameling overgenomen bedrijven. Sinds 2015 investeert Lotus Bakeries in de categorie **natuurlijke en gezonde snacks** met een focus op de sterke merken **Nākd**, **BEAR**, **TREK**, **Kiddylicious** en **Peter's Yard**.

In mei 2020 nam Lotus Bakeries bijna alle resterende aandelen van het Britse bedrijf **Natural Balance Foods** (Nākd & TREK) over van de oprichters. Daardoor heeft Lotus Bakeries volledige controle over de volledige Natural Foods-portfolio. Het wil deze merken voortdurend laten groeien in de thuismarkt Groot-Brittannië.

### Internationalisering

Maar ook buiten de Britse grenzen moeten de Natural Foods-merken groeien. In 2016 zette Lotus Bakeries de eerste stappen naar een **verdere internationalisering**, met een focus op de thuismarkten België, Nederland en Frankrijk en specifiek voor BEAR: de Verenigde Staten.

In 2020 besloot Lotus Bakeries deze groei te versnellen door alle internationale activiteiten, merken en wereldwijde grote klanten te **centraliseren in het hoofdkantoor** van Natural Foods International.

Het samenbrengen ontsluit **overvloedige synergieën**. Enerzijds op het gebied van strategie en de ontwikkeling en bescherming van de internationale merken. Anderzijds via optimalisering van de toeleveringsketen en de verkoopstrategieën voor Natural Foods-producten.

De merken Nākd, BEAR, TREK, Kiddylicious en Peter's Yard brengen gezonde snacks op een stevig bezette snackmarkt. Daarom gaat er veel aandacht naar **communicatie** naar de consument over de voordelen van deze gezonde snacks. Die



informatie verschijnt op de verpakkingen, in het verkooppunt en via videocampagnes op tv en sociale media.

## Producten merken



**Năkd-repen** zijn gemaakt met alleen fruit en noten. Met **100% natuurlijke ingrediënten** zonder toegevoegde suiker, siropen of mysterieuze toevoegingen.

Lotus Bakeries positioneert ze als een tussendoortje of opkikker in de middag. Năkd spreekt gezondheidsbewuste consumenten aan die niet willen inleveren op smaak. De reep is veganistisch en gluten-, tarwe- en zuivelvrij.

De Năkd-repen zijn verkrijgbaar in **verschillende smaken**, waaronder Blueberry Muffin, Peanut Delight en Salted Caramel. Begin 2020 werden Năkd-repen met een chocoladetopping aan het assortiment toegevoegd: Chocolish smaakt naar chocolade, heeft de zachte textuur van chocolade, maar bevat alleen fruit, noten en cacao.



**TREK** wordt gepositioneerd als het ideale tussendoortje voor mensen met een actieve levensstijl. TREK-repen voorzien iedereen van voedzame, langdurige energie. Dat komt omdat ze **100% plantaardige ingrediënten** selecteren, zonder geraffineerde of kunstmatige suikers. TREK-repen bevatten 9g plantaardig eiwit en worden gepositioneerd als een **energieboost**.



**BEAR** heeft een eenvoudige filosofie: gezonde snacks aanbieden die kinderen lekker vinden en die hun ouders kunnen vertrouwen. Het gezonde en innovatieve assortiment van BEAR bestaat uit **100% fruitsnacks**.

Ze zijn verkrijgbaar in verschillende aantrekkelijke formaten, waaronder rollen (BEAR Fruit Rolls) en fruitvormen (BEAR Fruit Minis en BEAR Paws). BEAR gebruikt alleen **zacht gebakken, vers geplukt seizoensfruit** om ervoor te zorgen dat zoveel mogelijk van het fruit zoals vezels, mineralen en vitaminen in het eindproduct behouden blijft. De producten zijn vrij van toegevoegde suikers, concentraat, conserveringsmiddelen en stabilisatoren.



Met het merk **Kiddylicious** brengt Lotus Bakeries **voedzame en gezonde voeding voor kinderen** op de markt. Het wordt verkocht in elke grote Britse supermarkt en wordt nu ook in andere landen geïntroduceerd. Aan de meeste Kiddylicious-producten is geen suiker of zout toegevoegd. En het merendeel van het assortiment is vrij van zuivel, lactose, gluten en allergenen.

Met een verscheidenheid aan smaken en texturen in aangepaste porties, stimuleert het Kiddylicious-assortiment een positieve houding ten opzichte van voedsel en helpt het de motorische ontwikkeling van peuters. Dankzij het gevarieerde en innovatieve assortiment is Kiddylicious **het op één na grootste merk in de categorie babysnacks** in het Verenigd Koninkrijk.





**Peter's Yard** is een Brits merk van **artisanale zuurdesem crackers & crispbread** volgens een Zweeds recept, dat werd opgericht in 2008. In juli 2019 investeerde Lotus Bakeries via FF2032 in Peter's Yard en kreeg toen 20% van de aandelen te pakken. Ondertussen groeide de omzet tot 6 miljoen Britse pond. Lotus Bakeries nam in juni 2022 ook de overige aandelen over en is nu volledig eigenaar van Peter's Yard.

## LOKALE HELDEN

Deze divisie bestaat uit merken van taarten, gebakken en koeken die lokaal enorm bekend zijn.



Source: Lotus Bakeries, KBC Securities

### Lokale Helden: Cakes

Het Lotus cakeassortiment omvat een breed scala aan cakespecialiteiten, waaronder de heldenconcepten **Frangipane**, **Madeleine**, **Tartélice** en **Zebra**. Alle producten zijn ontworpen om thuis of onderweg van te genieten. In 2020 kreeg elk van deze 'helden' een nieuwe verpakking, voor meer transparantie in het ontwerp. Daarnaast werd het assortiment onlangs uitgebreid: na de lancering van **Madeleine Chocolat** en **Zebra Framboise** in 2019, gaf de introductie van **Tartélice Myrtille** in 2021 het assortiment een boost.



Source: Lotus Bakeries, KBC Securities

### Lokale Helden: Wafels, Peijnenburg en Snelle Jelle

In België en Frankrijk blijft Lotus Bakeries een **uitgebreid assortiment wafels** aanbieden. In België worden de wafels op de markt gebracht onder de merknaam **'Lotus Suzy'**.

Met zijn unieke smaak, traditionele bak- en bereidingswijze met geliefde, voedzame ingrediënten is **Peijnenburg** - vooral in Nederland - een **ontbijtproduct**.

Lotus Bakeries biedt ook **Snelle Jelle** aan, een **roggebroodsnack**. Daarnaast bestaan er repen in handige formaten voor onderweg en een versie zonder toegevoegde suikers: Snelle Jelle Zero.



Source: Lotus Bakeries, KBC Securities

### Lokale Helden: Dinosaurus

De basisversie van de **kindgerichte Dinosaurus-koekjes** is er in drie smaken - melkchocolade, pure chocolade en volkoren. Ze zijn ook verkrijgbaar in een mini-versie. Het assortiment omvat ook 'Lotus Dinosaurus gevuld', een knapperig rond koekje met een lichte vulling van Belgische melk- of pure chocolade.





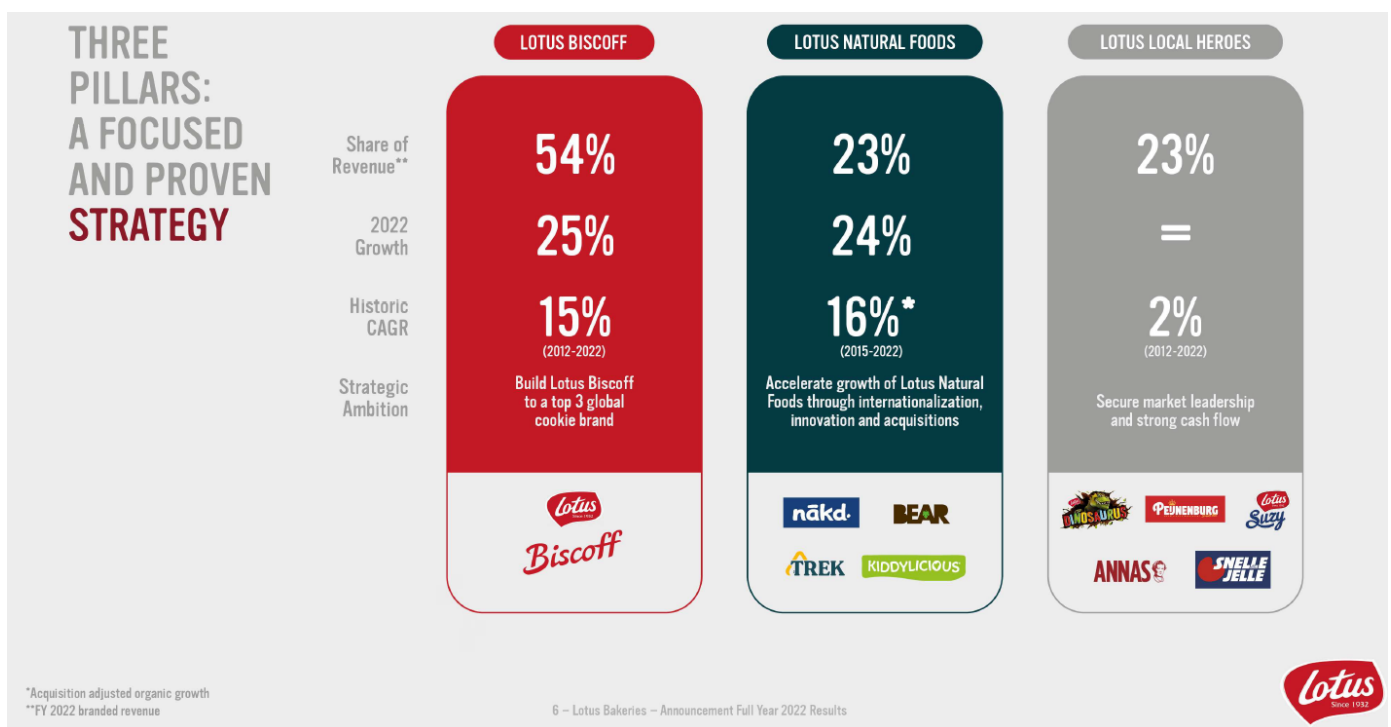
Source: Lotus Bakeries, KBC Securities

## Lokale Helden: Annas Pepparkakor

Het merk Annas is een typisch Zweedse specialiteit van pepparkakorkoekjes. Het is een dun, **knapperig koekje** op smaak gebracht met **gember en kaneel**. Annas is het populairste merk pepparkakorkoekjes op de thuismarkten Zweden en Finland. De koekjes liggen ook in de schappen in een twintigtal andere landen, waaronder de VS, Canada en een aantal Aziatische markten. Er zijn nu vier verschillende traditionele smaken. Hoewel Annas Pepparkakor-koekjes het hele jaar door verkrijgbaar zijn, zijn ze in Scandinavië vooral populair tijdens de kerstperiode.

In 2019 werd **Annas Pepparkakor-ijs** en in 2020 werden drie favorieten uit het verleden geherintroduceerd: **Annas Polka**, **Drop** en **Toffee**. Deze smaken combineren het klassieke karakter van de gemberkoekjes met andere smaken.

## Overzicht



Hierboven staan de drie tussendoortjesdivisies van Lotus Bakeries. Per divisie lees je:

- voor hoeveel procent van de inkomsten (**share of revenue**) die divisie zorgt;
- hoe de divisie is gegroeid in 2022 (**2022 growth**);
- hoeveel de divisie de afgelopen jaren gemiddeld groeide per jaar (**historic CAGR**);
- wat het strategisch doel is van de divisie (**strategic ambition**).



## INCUBATORFONDS FF2032

FF2032, wat staat voor **Fast Forward 2032**, is een door Lotus Bakeries opgericht incubatorfonds ter waarde van 40 miljoen euro. FF2032 wil een platform creëren voor **investeringen in veelbelovende merken en groeibedrijven** met innovatieve producten, technologieën of marktbenaderingen binnen de voedings- en drankensector. Lotus Bakeries wil zo in een zeer vroeg stadium **investeren in opkomende trends in de voedingswereld**, zoals een stijgende vraag naar gezonde en gemakkelijke voedingswaren.

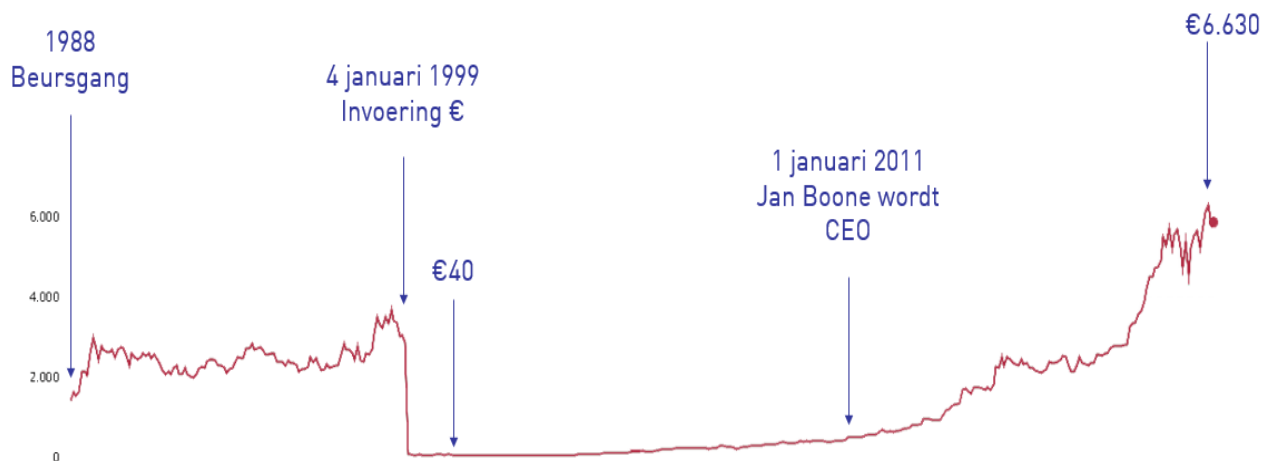
De **belangrijkste geografische markten** zijn de VS, Canada, het VK en West-Europa. Doelgroep zijn bedrijven met een omzet van 1 à 15 miljoen euro, waarin Lotus Bakeries via FF2032 een minderheidsbelang van 0,5 tot 4 miljoen euro neemt. FF2032 is opgezet als een autonome entiteit, maar maakt gebruik van de kennis en expertise van Lotus Bakeries. Tot dusver investeerde het fonds in zes bedrijven:

- **Peter's Yard** groeide uit tot een volwaardig merk van Lotus Bakeries na de volledige overname vorige zomer;
- **Love Corn** (augustus 2020), een Amerikaans merk van heerlijk knapperige maïssnacks;
- **Partake** (december 2020), een Amerikaans merk van glutenvrije en allergeenvriendelijke koekjes;
- Het Nederlands direct-to-consumer merk **Oot Granola** (midden 2021);
- **'The Good Crisp Company'** (december 2021)
- **IQBAR** (2022): 'bars with brains'



## KOERS VAN HET AANDEEL

Het Lotus Bakeries-aandeel, dat momenteel schommelt rond 6000 euro, is het **duurst geprijste aandeel op de Brusselse beurs**.



Toch zit een **aandelensplitsing**, waardoor het aandeel verhandelbaarder wordt voor de kleine beleggers, er **niet meteen** in, blijkt uit een interview met CEO Jan Boone uit oktober 2021 in de krant De Tijd. 'De beurskoers van vandaag staat symbool voor wat we in al die jaren opgebouwd hebben', zei Boone. 'Dat willen we zo houden. 10, 15 jaar geleden was ons aandeel 100 euro waard. Nu meer dan 5.000 euro. Dat weerspiegelt de waarde die we in al die jaren gecreëerd hebben en daar zijn we fier op. Vandaag hebben we geen grote redenen om ons aandeel te splitsen. We wilden de transactiesnelheid verhogen en dat hebben we gedaan door de free float te verhogen.'

De familie Boonen verkocht dat jaar inderdaad een deel van haar aandelen aan verschillende buitenlandse investeerders en koos zo resoluut voor de beurs. Momenteel is **50% van de Lotus Bakeries-aandelen beursgenoteerd** en dus vrij verhandelbaar (=free float). De familie behield wel 66% van de stemrechten.

### Op naar de BEL 20

Die hogere free float moet zorgen voor een **hogere velocity** (verhandelbaarheid) van het aandeel. Wat dan weer kan leiden tot een toetreding in de BEL 20. Een nieuwkomer moet immers 35% van zijn aandelen verhandeld zien om tot de BEL 20 te kunnen toetreden. Voor een gevestigde waarde is dat slechts 25%.



Lotus Bakeries **kijkt wel verlekkerd uit naar een zitje in de BEL 20**. Jan Boone tijdens datzelfde interview: 'Lotus zou graag in de Bel 20 zitten. Zeggen dat dat ons niet interesseert, zou niet juist zijn. Een beursnotering levert een boel voordelen op. Een zitje in de Bel 20 nog meer. Een notering geeft je bedrijf geloofwaardigheid, want beursgenoteerde bedrijven moeten over alles transparant zijn. Dat helpt als je bijvoorbeeld personeel rekruteert in pakweg China, de VS of Zuid-Korea. Elk bedrijf vecht voor talentvolle mensen en een beursnotering is dan een troef.'

De BEL 20 wordt jaarlijks **op de 3de vrijdag van maart herschikt**. De kans is redelijk groot dat Lotus Bakeries voldoet aan alle vereiste criteria en eindelijk haar zitje in de BEL 20 weet te bemachtigen.

## KBC SECURITIES-ANALIST GUY SIPS OVER LOTUS BAKERIES

### Hogere omzet en bedrijfsresultaat

Lotus Bakeries zette in 2022 opnieuw zeer goede resultaten neer, met op alle vlakken betere resultaten dan in 2021. Zo lag de **omzet 17% hoger** dan in 2021. Analisten hadden gemiddeld 862,8 miljoen euro aan omzet ingeschat. Lotus Bakeries haalde 877,5 miljoen euro omzet.

De divisie **Lotus Biscoff groeide met 25%** en is nu goed voor 54% van de totale omzet. De divisie **Natural Foods groeide met 24%** en zorgt voor 23% van de totale omzet. Ook de Lokale Helden-divisie deed het goed, vindt Guy Sips. Daar bleef de omzet in moeilijke marktomstandigheden nagenoeg stabiel.

De **omzetgroei** is ongeveer voor de helft te danken aan een **hogere verkoop** van koekjes, gebak en gezonde tussendoortjes. De andere helft komt er door **prijsverhogingen** om de inflatie op te vangen. Toch wil Lotus Bakeries haar producten betaalbaar houden, ondanks de prijsstijgingen. Betaalbaarheid staat immers centraal voor al haar producten over de drie pijlers heen.

Zonder uitzonderlijke inkomsten of uitgaven **stegen de inkomsten** (zonder rekening te houden met interest, belasting, afschrijvingen en goodwill) of EBITDA **met 12,5% op jaarbasis** tot 169,9 miljoen euro. Dat is zo'n 7,7 miljoen euro meer dan Guy Sips voorspelde.



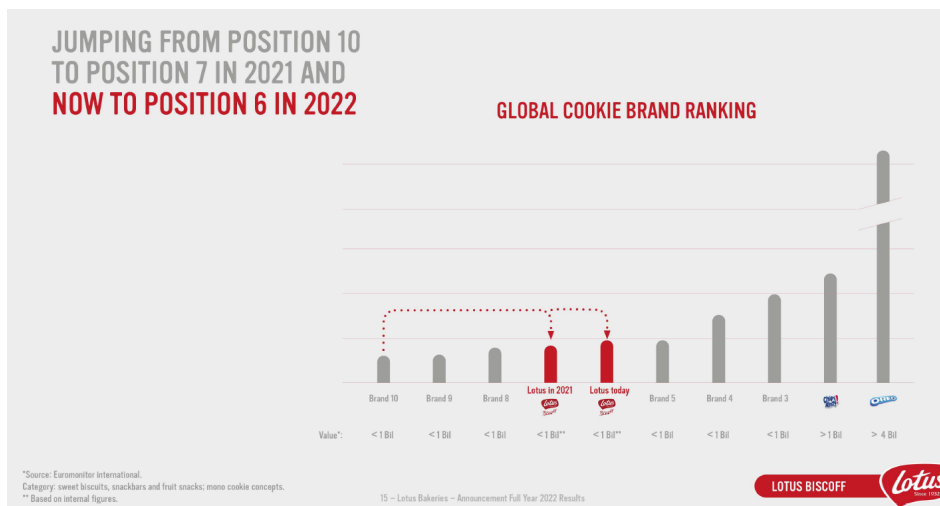
## Investeren om te groeien

Er werd vorig jaar **153 miljoen euro geïnvesteerd**, voornamelijk voor capaciteitsuitbreidingen die cruciaal zijn om de groei van Lotus Biscoff en Lotus Natural Foods te blijven ondersteunen. **In 2023** zou zo'n **100 miljoen euro** geïnvesteerd moeten worden, tenzij de investering in Thailand, waar een nieuwe fabriek wordt gebouwd, die in 2026 operationeel moet zijn, sneller vordert dan verwacht. Andere investeringen in FF2032 vormen de kiem voor toekomstige groei op langere termijn.

De **aanpassingen aan de Lotus Biscoff-fabriek in de VS**, een tweede productiehuis met twee nieuwe Lotus Biscoff-productielijnen, zal vanaf **begin dit jaar operationeel worden**. De fabriek zal zo vier productielijnen operationeel hebben, wat het continent meer zelfvoorzienend moet maken om aan de lokale vraag naar Lotus Biscoff-koekjes te voldoen. Dat moet onder meer een rechtstreekse **besparing op transportkosten** opleveren en het **wisselkoerseffect** (USD vs EUR) **doen dalen**.

Al die investeringen kosten geld. Maar omdat de koekjesbakker zo'n hoge cashflow genereert, blijven de **schulden behapbaar**, oordeelt Guy Sips.

## Biscoff staat weer een trede hoger op merkenladder



Lotus Biscoff-koekjes waren opnieuw de sterkste stijger in de top tien van de wereldwijde 'Cookie Brand Ranking'. De koekjes stegen van de 7de **naar de 6de plaats**. De ambitie om met Lotus Biscoff op langere termijn in de top drie te staan, blijft meer dan ooit overeind, duidt Guy Sips aan.

Maar dat proces verloopt natuurlijk niet zonder slag of stoot. 2023 zal immers een jaar worden met nogal wat macro-economische uitdagingen, onder meer omdat de inflatie de kosten zal blijven verhogen. Die werkt overal op in, maar vooral op de **kostprijs van arbeid en energie**.



## Aanpassing van het koersdoel

Niettegenstaande de uitdagingen toonde Lotus Bakeries in 2022 veerkracht. En dat het vertrouwen heeft in de toekomst blijkt uit de **verhoging van het dividend** met 12,5% naar 45 euro.

Deze sterke resultaten noopten Guy Sips zijn voorspellingen te verhogen. Begin februari verhoogde hij alvast het **koersdoel** tot **6 400 euro**, in lijn met zijn geactualiseerde DCF-model. **De beleggingsaanbeveling** blijft voorlopig **'Opbouwen'**.

## Disclaimer

Deze publicatie van KBC Bank N.V. (Bolero) wordt uitsluitend ter informatie verstrekt en is niet bedoeld als een specifiek en persoonlijk beleggingsadvies, een aanbieding of een uitnodiging tot een aanbieding, om de hierin vermelde financiële producten te kopen of te verkopen, noch onafhankelijk onderzoek op beleggingsgebied.

De dienstverlening die Bolero verschaft, is niet op beleggingsadvies gebaseerd. Bolero is het orderuitvoeringsplatform van KBC Bank N.V. waarmee transacties in 'niet-complexe' financiële producten (in de zin van MiFID II) doorgaan op basis van 'loutere uitvoering' ("execution only"). Bolero voert geen 'passendheidstoetsing' uit bij transacties in niet-complexe financiële producten. De belegger die van deze dienstverlening gebruik maakt, beschikt dus niet over de bescherming van de toepasselijke gedragsregels. Transacties in 'complexe' financiële producten (in de zin van MiFID II) kunnen pas uitgevoerd worden na een succesvolle passendheidstoetsing. Transacties via Bolero gebeuren altijd op initiatief van de belegger.

Bij het uitvoeren en/of doorgeven van transacties van beleggers houdt Bolero geen rekening met de daarmee verband houdende fiscale, juridische of boekhoudkundige aspecten van deze transacties, verstrekt zij geen advies met betrekking tot dergelijke aspecten en kan zij daarvoor derhalve niet aansprakelijk worden gesteld. Beleggen in financiële producten houdt risico's in. Beleggers moeten in staat zijn om het economische risico van een belegging te dragen en het belegde kapitaal geheel of gedeeltelijk te verliezen. Copyright © KBC Bank NV/Bolero. Alle rechten voorbehouden. Deze informatie mag op geen enkele manier gepubliceerd, herschreven of heruitgegeven worden in eender welke vorm.

Deze publicatie kan bijdrages bevatten van KBC Securities NV (<https://research.kbcsecurities.com/portal/portal.html#!/disclosures>), KBC Asset Management NV (<https://www.kbc.be/particulieren/nl/juridische-info/documentatie-beleggen.html#aandelen>) en KBC Economics (<https://www.kbc.com/nl/economics.html>). Voor de externe bronnen raadpleegt Bolero verschillende nieuwssites. De bijdragen worden geselecteerd op basis van recente, concrete gebeurtenissen en publicaties. De redactie wordt verzorgd door Tom Simonts, Steven Vandenbroeke (KBC Economics) en door Johan Elsocht, Jens Meersman, Ellen Van Tongelen en Philippe Delfosse (marketing team Bolero, KBC Bank NV). KBC Bank staat onder toezicht van de FSMA.