



LOTUS BAKERIES: RAPPORT SEMESTRIEL 2017

Lotus confirme sa forte rentabilité et son chiffre d'affaires après une croissance record en 2016 :

- Le chiffre d'affaires augmente de 3 % sur une base comparable
- Le résultat d'exploitation récurrent augmente de 6,5 % pour atteindre 46,7 millions d'EUR

1. Résultats du 1er semestre 2017

Compte de résultats ⁽¹⁾ (en milliers d'EUR)	30/06/2017	30/06/2016	Évolution %
Chiffre d'affaires	258.871	256.379	+ 1,0
Résultat d'exploitation récurrent (REBIT) ⁽²⁾	46.670	43.826	+ 6,5
Cash-flow d'exploitation récurrent (REBITDA) ⁽³⁾	53.728	52.607	+ 2,1
Résultat d'exploitation non récurrent	(1.064)	(436)	+ 144,0
Résultat d'exploitation (EBIT) ⁽⁴⁾	45.606	43.390	+ 5,1
Résultat financier	(1.648)	(1.412)	+ 16,7
Résultat avant impôts	43.958	41.978	+ 4,7
Impôts	(12.108)	(11.137)	+ 8,7
Résultat net	31.850	30.841	+ 3,3
Intérêts minoritaires	430	610	- 29,5
Porteurs des capitaux propres de Lotus Bakeries	31.420	30.231	+ 3,9
Nombre total d'actions au 30 juin ⁽⁵⁾	800.576	793.543	+ 0,9
Chiffres-clés par action (en EUR)			
Résultat d'exploitation récurrent (REBIT)	58,30	55,23	+ 5,6
Cash-flow d'exploitation récurrent (REBITDA) ⁽³⁾	67,11	66,29	+ 1,2
Résultat net : part du Groupe	39,25	38,10	+ 3,0
Bilan (en milliers d'EUR)			
Total du bilan	571.270	556.099	+2,7
Fonds propres	267.191	219.505	+ 21,7
Investissements ⁽⁶⁾	13.173	16.458	- 20,0
Dettes financières nettes ⁽⁷⁾	83.946	129.803	- 35,3

⁽¹⁾ Plus d'information sur le compte de résultats et le bilan à l'adresse : www.lotusbakeries.com

⁽²⁾ REBIT désigne le résultat d'exploitation récurrent correspondant aux produits et coûts découlant de l'exercice normal de l'activité.

⁽³⁾ Le cash-flow d'exploitation récurrent désigne le résultat d'exploitation récurrent + les amortissements + les provisions et réductions de valeur + les charges hors caisse évaluation plan d'option et de warrant.

⁽⁴⁾ EBIT est le résultat d'exploitation récurrent + le résultat d'exploitation non récurrent.

⁽⁵⁾ Nombre total d'actions au 30 juin, hors actions propres.

⁽⁶⁾ Comprend les investissements en immobilisations corporelles et incorporelles.

⁽⁷⁾ Le terme dettes financières nettes désigne les dettes financières productives d'intérêts - les placements de trésorerie - trésorerie et équivalents de trésorerie - les actions propres.

Le commissaire aux comptes, PwC Réviseurs d'entreprises, représenté par Peter Opsomer, a effectué un examen limité du bilan consolidé et de l'information financière semestrielle consolidée. Le commissaire n'a pas formulé de commentaire. Pour le rapport du commissaire, nous nous référons au rapport financier semestriel sur notre site web.



2. Explication de la direction

2.1 Chiffre d'affaires

Durant le premier semestre, le chiffre d'affaires consolidé du Groupe Lotus Bakeries a augmenté de 2,5 millions d'EUR pour atteindre 259 millions d'EUR. Sur une base comparable, abstraction faite des effets de change, la croissance du chiffre d'affaires s'élève à presque 3 %.

La principale progression au cours du premier semestre 2017 peut être attribuée à la catégorie des en-cas naturels, avec les marques Nākd, Trek, BEAR et Urban Fruit. Par ailleurs, la catégorie des gaufres Lotus continue à afficher une belle croissance tandis que l'internationalisation de Lotus Biscoff et de la pâte à tartiner Lotus Biscoff se poursuit. Sur la scène internationale, le speculoos Lotus est commercialisé sous le nom de marque Lotus Biscoff, acronyme de « Biscuit with Coffee ».

L'année dernière, Lotus Biscoff a enregistré une croissance historique aux États-Unis. La pâte à tartiner Lotus Biscoff a également réalisé d'excellents progrès, avec une croissance quasi exponentielle au Moyen-Orient. Le chiffre d'affaires dans ces régions s'est confirmé en valeur absolue durant le premier semestre 2017. Lotus Biscoff poursuit son expansion à l'échelle mondiale - surtout au Royaume-Uni, en Corée du Sud, en Suisse et aux Pays-Bas durant les six premiers mois de cette année.

Le chiffre d'affaires lié aux gaufres Lotus augmente encore en France et en Belgique, tant pour les gaufres de Liège que pour les gaufres à la vanille et les gaufres fourrées. La catégorie a été soutenue dans les deux pays par des campagnes télévisées nationales, combinées à des promotions dans les points de vente.

Depuis fin 2015, Lotus Bakeries est également active sur le marché des en-cas naturels. En 2017, cette catégorie a de nouveau signé une forte croissance au Royaume-Uni. La distribution des marques Nākd, Trek et BEAR s'est développée avec succès aux Pays-Bas et la Belgique a connu les premières introductions de ces marques.

La marque Nākd, qui propose des barres naturelles à base de noix de cajou et de dattes, est devenue la troisième plus grande marque d'en-cas naturels au Royaume-Uni au cours des douze derniers mois. Outre Nākd, la marque Trek poursuit également son expansion et s'est hissée dans le Top 15 du Royaume-Uni pour cette catégorie. Les deux marques confirment également leur bonne santé aux Pays-Bas, où elles ont été introduites en 2016.

Les snacks fruités sains de BEAR, et plus spécifiquement les BEAR Yoyos, ont connu une croissance significative durant la première moitié de l'année. Cette croissance est essentiellement imputable à une augmentation de la visibilité en point de vente. La nouvelle variante gustative de BEAR Yoyos, à savoir « BEAR Yoyos Sour », a été accueillie très positivement par les détaillants et consommateurs au Royaume-Uni, où elle a directement bénéficié d'une excellente distribution. L'impact des BEAR Yoyos en rayon y a donc encore globalement progressé.

2.2 Résultats d'exploitation

Le résultat d'exploitation récurrent (46,7 millions d'EUR) et le cash-flow d'exploitation récurrent (53,7 millions d'EUR) ont respectivement augmenté de 2,8 et 1,1 million d'EUR par rapport à l'année précédente.

La croissance du chiffre d'affaires et une meilleure exploitation de la capacité de production disponible sont à la base de la hausse du résultat d'exploitation.



Communiqué de presse

Information réglementée
Le 18 août 2017-17h45

Le Groupe a consenti des investissements supplémentaires dans la croissance internationale de Lotus Biscoff via le renforcement des équipes de vente en Europe et en Asie, et a fortement investi dans la nouvelle catégorie d'en-cas naturels, tant au Royaume-Uni où les équipes de marketing et les équipes de vente sur le terrain ont été renforcées, que dans les nouvelles équipes de vente d'Europe et des États-Unis.

Les investissements dans les activités promotionnelles en points de vente ainsi que dans les campagnes de marketing ont été maintenus. Aux États-Unis ainsi qu'au Royaume-Uni, des spots Lotus Biscoff ont été diffusés à la télévision pour la première fois, dans des régions caractérisées par une forte pénétration de la marque. Les premiers résultats de ces campagnes médias ciblées de Lotus Biscoff, combinées à une forte présence dans les points de vente, ont été très positifs.

Le résultat d'exploitation non récurrent s'élève à -1,1 million d'EUR et consiste essentiellement en coûts de réorganisation dans l'usine de pain d'épices à Sintjohannesga (Pays-Bas). Grâce à la poursuite de l'automatisation et à diverses améliorations des processus, la production du pain d'épices pourra être organisée d'une manière encore plus efficace. Cette automatisation entraînera le départ de trente-cinq collaborateurs au cours du second semestre 2017. Le plan social y afférent a été clôturé.

Le résultat financier de -1,6 million d'EUR consiste essentiellement en charges d'intérêts à concurrence de 1 million d'EUR ainsi qu'en résultats de change négatifs.

La charge d'impôt s'élève à 12,1 millions d'EUR, soit 27,5 % du bénéfice avant impôts, et s'inscrit en phase avec la charge fiscale fin 2016.

Le résultat net du premier semestre augmente de 3,3 % par rapport à 2016 et s'élève à 31,9 millions d'EUR.

2.3 Dette financière nette

La dette financière nette a reculé de 10,1 millions d'EUR au cours des six derniers mois, pour retomber à 84 millions d'EUR malgré le cash outflow destiné aux investissements (à concurrence de 12,1 millions d'EUR au total), ainsi que le paiement du dividende sur l'exercice 2016.

2.4 Principaux projets et investissements

Le premier semestre 2017 a essentiellement vu une poursuite des investissements dans l'extension de capacité de l'usine de speculoos Lotus à Lembeke ainsi que la construction d'une nouvelle usine de speculoos Lotus aux États-Unis.

Ci-dessous, nous dressons un aperçu des principaux projets :

a. Agrandissement de l'usine de speculoos Lotus à Lembeke

Le second semestre 2016 a marqué le début de la construction d'un troisième hall pour l'usine de Lembeke, qui compte une ligne de production supplémentaire. Cette ligne est pleinement opérationnelle depuis mars de cette année. Un entrepôt supplémentaire a en outre été construit pour le stockage des emballages et du matériel technique. Enfin, les nouvelles infrastructures destinées aux collaborateurs sont en service depuis peu.



b. Nouvelle usine de speculoos Lotus aux États-Unis

L'année dernière la décision a été prise de construire une usine de speculoos Lotus aux États-Unis, et plus particulièrement en Caroline du Nord. Pour Lotus Bakeries, les États-Unis sont devenus le plus gros marché pour Lotus Biscoff. Vu le volume actuel et le potentiel exploitable, la construction d'une usine de speculoos Lotus spécifiquement destinée à ce marché important constitue le meilleur choix sur les plans écologique, économique et stratégique.

Entre-temps, Lotus Bakeries a fait l'acquisition d'un terrain à Mebane, en Caroline du Nord, et assure la finalisation du concept de l'usine ainsi que des lignes de production. Les premières étapes ont été franchies pour l'approvisionnement en matières premières et les emballages. Les premiers recrutements de collaborateurs américains pour cette nouvelle usine de speculoos Lotus démarreront bientôt.

La construction d'une usine sur un nouveau continent est un projet audacieux où divers aspects et domaines ont leur rôle à jouer. La combinaison entre l'expertise interne des managers de Lotus Bakeries en Belgique et le savoir-faire local est cruciale pour la réussite du projet. Une équipe de projet regroupant diverses disciplines - Plant Design, Procurement, R&D et Ressources Humaines - a été mise sur pied. Elle sera chapeauté par une équipe de Project Management rapportant toutes les deux semaines aux membres du comité exécutif de Lotus Bakeries.

Les activités de construction vont bientôt démarrer et s'étaleront sur deux ans.



c. Rénovation de l'usine de pâtisserie à Enkhuizen (Pays-Bas)

L'usine de pâtisserie d'Enkhuizen va être entièrement rénovée. La première phase, qui inclut la réalisation de deux nouveaux entrepôts, a démarré et devrait être finalisée à la fin de cette année. Les bureaux seront rénovés dans le cadre d'une deuxième phase.



Communiqué de presse

Information réglementée
Le 18 août 2017-17h45

d. Usine de gaufres à Courcelles

Depuis l'année dernière, toute la production de gaufres est centralisée avec succès dans l'usine de Courcelles. Par conséquent, la production a plus que doublé. Afin de pouvoir produire ces volumes additionnels et augmenter la capacité, deux lignes de production supplémentaires ont été installées. La phase suivante sera axée sur l'optimisation des rendements de production de cette expansion.

e. Renouvellement de l'assortiment de pâtisserie Zebra

En 2017, Zebra, un cake aéré nappé d'un glaçage croquant, a été relancé sur le marché belge. En plus d'un nouveau design pour leur emballage, les produits sont désormais conditionnés individuellement et bénéficient d'une gamme enrichie. Ils se déclinent à présent en trois variétés : Zebra Original, Zebra Chocolate et Zebra Double Chocolate. Ce relancement a été accueilli positivement par le consommateur.



3. Conclusion et perspectives

Durant le premier semestre 2017, Lotus Bakeries est parvenue à confirmer le chiffre d'affaires record de 2016 ainsi qu'à enregistrer une croissance interne de presque 3 %. La rentabilité demeure très forte et le résultat net s'élève à 31,9 millions d'EUR, soit une augmentation de 3,3 %.

Après la réalisation d'une croissance record en valeur absolue en 2016, grâce à une progression inédite au Moyen-Orient et aux États-Unis, la direction et le conseil d'administration sont ravis de constater une confirmation du chiffre d'affaires et de la rentabilité.

L'affaiblissement de la livre sterling après le référendum sur le Brexit en fin juin de l'année dernière a eu un impact significatif sur le chiffre d'affaires consolidé. Des augmentations de prix ont été initiées au Royaume-Uni en 2017. Leur effet positif sera essentiellement perceptible durant la seconde moitié de l'année.

Le déploiement des équipes et bureaux de vente Natural Foods dans différents pays d'Europe ainsi qu'aux États-Unis nécessite du temps et des moyens. L'introduction des nouvelles marques NAKD, TREK, BEAR et Urban Fruit dans ces différents marchés demande aussi bien des investissements en ressources humaines qu'un soutien commercial. La poursuite de la croissance des en-cas naturels au Royaume-Uni, de même que les premiers succès internationaux confirment le potentiel d'expansion à long terme de Lotus Bakeries dans ce domaine.

Lotus Bakeries continue à investir dans la construction de sites de production. En 2017, le nouveau hall de production de l'usine de speculoos Lotus à Lembeke est devenu opérationnel. L'équipe de projet affectée à la mise en place de la première usine de speculoos Lotus aux États-Unis a été pleinement mobilisée. Entre-temps, Lotus Bakeries a acheté un terrain à Mebane, en Caroline du Nord, qui accueillera la première usine de speculoos Lotus en dehors de la Belgique.

L'un des piliers fondamentaux pour la réalisation de l'objectif stratégique de Lotus Biscoff réside dans le focus mis sur l'accroissement de la « pénétration au sein des ménages » et ce, dans les différents



Communiqué de presse

Information réglementée
Le 18 août 2017-17h45

pays et marchés. Nous voulons soutenir ces objectifs à long terme à travers des investissements significatifs liés au commerce et au marketing qui offrent la marque de solides fondations à long terme. C'est ainsi que pour la première fois, des campagnes télévisées ont été mises en place pour Lotus Biscoff aux États-Unis - plus particulièrement à Atlanta - et au Royaume-Uni. Voilà des exemples éloquentes de pays ou régions spécifiques qui ont atteint un niveau satisfaisant en termes de distribution et de pénétration au sein des ménages après des années de progrès continus. Ils peuvent dès lors passer à la phase suivante du support marketing, à savoir les publicités télévisées et la publicité en ligne. À l'autre extrémité du spectre se trouvent de nombreux pays et marchés, tels que l'Afrique et l'Asie, où le chiffre d'affaires Lotus Biscoff est encore nul ou très limité. L'objectif est d'y amorcer la vente de Lotus Biscoff au cours des prochaines années. Ainsi, un accord de distribution a été signé avec un partenaire en Inde. La conviction de pouvoir développer Lotus Biscoff dans divers pays est très forte, bien que cette évolution doive s'opérer progressivement et avec des investissements commerciaux adaptés à la phase de développement actuelle de Lotus Biscoff.

Le CEO Jan Boone se déclare satisfait des résultats et développements de la période écoulée : « 2017 est une année de consolidation après une croissance record en 2016. Nous continuons à couler les fondations de nos ambitions internationales à long terme, à savoir rendre Lotus présent dans des familles toujours plus nombreuses à l'échelle mondiale et internationaliser progressivement les marques Natural Foods. Nous sommes donc prêts à maintenir les investissements nécessaires à cet effet dans nos sites de production et au niveau commercial sur nos différents marchés. »

4. Calendrier financier

Réunion avec les analystes financiers (conference call) :	18 août 2017
Annonce des résultats de l'année 2017 :	9 février 2018
Réunion avec les analystes financiers :	9 février 2018
Assemblée générale ordinaire des actionnaires :	15 mai 2018
Date d'enregistrement du dividende* :	24 mai 2018
Mise en paiement du dividende* à partir de :	25 mai 2018

*Uniquement d'application si un dividende est versé.

Lotus Bakeries en quelques mots

Lotus Bakeries est active au niveau international dans le segment des en-cas traditionnels et naturels avec les marques Lotus, Lotus Biscoff, Lotus Dinosaurus, Lotus Suzy, Peijnenburg, Snelle Jelle, Annas, Nâkd, Trek, BEAR et Urban Fruit. Lotus Bakeries, dont le siège social est établi en Belgique, est une entreprise dynamique d'envergure internationale qui possède des sites de production en Belgique, aux Pays-Bas, en France et en Suède, et seize organisations de ventes en Europe, en Amérique et en Asie. De plus, au niveau international, Lotus Bakeries coopère avec des partenaires commerciaux dans environ quarante pays. Lotus Bakeries emploie environ 1.450 personnes. Ayant pu conserver un équilibre parfait entre tradition et innovation, la marque Lotus offre au consommateur un assortiment de produits savoureux d'excellente qualité unique en son genre. Grâce à Peijnenburg et Snelle Jelle, l'entreprise est le leader du marché du pain d'épices aux Pays-Bas. Avec les marques Nâkd, Trek, BEAR et Urban Fruit, Lotus Bakeries offre des solutions de snacking naturelles, délicieuses et sans sucres ajoutés. Le Groupe clôture l'exercice 2016 sur un chiffre d'affaires de 507,2 millions d'EUR. Les actions Lotus Bakeries sont cotées sur Euronext Bruxelles.

Pour plus d'informations, veuillez contacter :

Jan Boone - CEO
Tél. + 32 9 376 26 01

Isabelle Maes - CFO
Tél. + 32 9 376 26 01

Pour en savoir plus sur Lotus Bakeries, veuillez consulter le site, www.lotusbakeries.com

Pour trouver des images concernant notre société Lotus Bakeries, veuillez consulter le lien suivant : <http://www.lotusbakeries.com/corporate/investor-relations/doclist/media-gallery>

