

## LOTUS BAKERIES: RESULTATS ANNUELS 2012

**Croissance de près de 5 % du chiffre d'affaires interne**  
**Les projets d'investissements au profit du speculoos sont achevés ; les projets visant les produits de pâtisserie et l'ontbijtkoek évoluent conformément au calendrier**  
**Dividende brut proposé : 9,80 EUR par action, contre 9,40 EUR en 2011**

### 1. Résultats 2012

Compte de résultats <sup>(1)</sup> (en millier EUR)	2012	2011	Evolution %	
Chiffre d'affaires	288.455	275.598	+	4,7
Résultat d'exploitation récurrent (REBIT)	36.680	36.363	+	0,9
Cash-flow d'exploitation récurrent (REBITDA) <sup>(2)</sup>	49.851	49.362	+	1,0
Résultat d'exploitation non récurrent	(1.953)	(2.695)	-	27,5
Résultat d'exploitation (EBIT) <sup>(3)</sup>	34.727	33.668	+	3,1
Résultat financier	(1.569)	(688)	+	128,1
Résultat avant impôts	33.158	32.980	+	0,5
Impôts	(7.408)	(9.165)	-	19,2
<b>Résultat net</b>	<b>25.750</b>	<b>23.815</b>	<b>+</b>	<b>8,1</b>
Résultat net : part de tiers	13	13	+	0,0
Résultat net : part du Groupe	25.737	23.802	+	8,1
<b>Nombre total d'actions au 31 décembre <sup>(4)</sup></b>	<b>748.945</b>	<b>747.015</b>	<b>+</b>	<b>0,3</b>
<b>Chiffres-clés par action (en EUR)</b>				
Résultat d'exploitation récurrent (REBIT)	48,98	48,68	+	0,6
Cash-flow d'exploitation récurrent (REBITDA) <sup>(2)</sup>	66,56	66,08	+	0,7
Résultat net : part du Groupe	34,36	31,86	+	7,8
<b>Bilan (en millier EUR)</b>				
Total du bilan	270.615	237.886	+	13,8
Fonds propres	145.206	126.760	+	14,6
Investissements <sup>(5)</sup>	40.541	16.982	+	138,7
Dettes financières nettes <sup>(6)</sup>	24.162	10.882	+	122,0
<b>Dividende brut <sup>(7)</sup> (en EUR par action)</b>	<b>9,80</b>	<b>9,40</b>	<b>+</b>	<b>4,3</b>

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

(2) 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

(3) L'EBIT est le résultat d'exploitation récurrent + le résultat d'exploitation non récurrent

(4) Nombre total d'actions au 31 décembre, hors actions propres

(5) Comprend les investissements en immobilisations corporelles et incorporelles

(6) Le terme dettes financières nettes désigne les dettes financières – les placements de trésorerie – les valeurs disponibles – les actions propres

(7) Pour 2012 : dividende proposé à l'Assemblée générale ordinaire du 14 mai 2013.

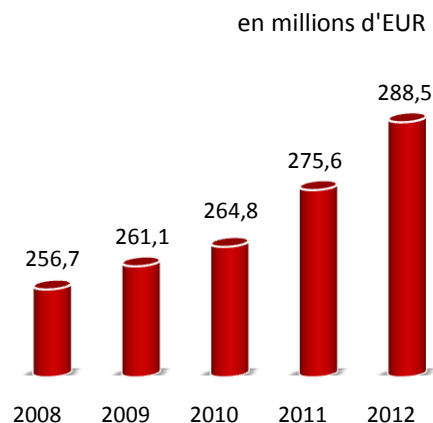
Le commissaire aux comptes, PwC Réviseurs d'entreprises, représenté par Lieven Adams, confirme que ses travaux de révision du bilan consolidé et du compte de résultat consolidé sont achevés quant au fond et n'ont révélé aucune dérogation matérielle à laquelle il conviendrait de soumettre les données comptables reprises dans le communiqué.

## 2. Commentaire

### 2.1 Chiffre d'affaires

Le marché belge du biscuit enregistre en 2012 un léger recul en volumes et simultanément, une timide augmentation en termes de valeur. Grâce à une concrétisation cohérente de ses choix stratégiques, la marque Lotus achève l'exercice sur un accroissement significatif de sa part de marché. Cette progression, l'entreprise la doit à sa volonté de proposer des produits

d'une qualité sans faille, à l'important support marketing dont ont bénéficié ses produits-phares dans les médias tant traditionnels que nouveaux, de même qu'à ses innovations en matière de produits axées sur la création de nouveaux moments de dégustation.



Aux Pays-Bas, le marché de l'ontbijtkoek a crû aussi bien en volumes qu'en valeur durant l'exercice. Les nouvelles campagnes de marque consacrées à Peijnenburg (*Heel Holland Hapt* – "Toute la Hollande mord à belles dents") et au Snelle Jelle (*TE Krachtige Kruidkoek* – "Trop fort, le pain d'épices"), conjuguées à une politique résolument axée sur la qualité des produits et sur les innovations au profit du consommateur, ont contribué au renforcement de la part de marché de Koninklijke Peijnenburg. Au sein du segment biscuits, les Peijnenburg Koffieleutjes portent depuis le mois de septembre le nom de Lotus Koffieleutjes, tant Lotus et le café sont intrinsèquement liés. Ce remaniement a été suivi d'une augmentation des ventes au quatrième trimestre de l'exercice.

La France a accueilli sa première campagne télévisée nationale centrée sur le speculoos Lotus ("A chaque café, un speculoos Lotus"). L'initiative a débouché sur une accélération des rotations des ventes en magasin de même que sur une amélioration de la notoriété de la marque.

Un marketing en magasin actif, à grand renfort de displays, associé à une nouvelle intensification de la distribution au sein du commerce de détail et parmi la clientèle consommant à l'extérieur, explique pour l'essentiel la croissance à deux chiffres enregistrée par le speculoos Lotus aux Etats-Unis. Là-bas, la pâte à tartiner Lotus Biscoff Spread achève elle aussi l'exercice sur une forte hausse de son chiffre d'affaires et une accélération de sa distribution. Enfin, après avoir reculé pendant quelques années, la vente des biscuits Anna's s'est stabilisée au cours des derniers mois de l'exercice ; des projets au profit de son repositionnement ont été définis.

Le tout premier conteneur chargé de speculoos Lotus a été acheminé en direction de l'Amérique latine. Lotus Bakeries a en effet inauguré son premier bureau de vente sud-américain à Santiago, au Chili, à la mi-2012.

La région Asie-Pacifique achève une nouvelle fois l'exercice sur une forte croissance, essentiellement due à la multiplication des ventes en Chine.

L'effort tout particulier dont a bénéficié le speculoos Lotus au sein des Areas Europe du Nord & de l'Est, Sud-Ouest de l'Europe et Moyen-Orient & Afrique, a permis à Lotus Bakeries d'enregistrer un nouveau bond de son chiffre d'affaires et de renforcer sa position sur le marché. Saluons à cet égard l'appréciable progression réalisée au Royaume-Uni, en Espagne, en Allemagne et au Moyen-Orient.

## 2.2 Résultat d'exploitation

Le REBIT et le REBITDA confirment les pourcentages élevés sur lesquels ils avaient achevé l'exercice 2011.

Le résultat d'exploitation récurrent (REBIT) progresse légèrement en valeur absolue, de 36,4 à 36,7 millions EUR. Le cash-flow d'exploitation récurrent (REBITDA) s'établit à 49,9 millions EUR, contre 49,4 millions EUR en 2011.

Le résultat d'exploitation non récurrent atteint -1,9 million EUR suite, essentiellement, (1) aux amortissements des marques amortissables après l'affectation du coût d'acquisition lié à la reprise de Koninklijke Peijnenburg, (2) au remaniement des activités d'exploitation des sociétés belges du Groupe et (3) aux dépenses de consultance consenties dans le cadre de projets de reprise.

## 2.3 Résultat financier

Le résultat financier, essentiellement constitué des charges d'intérêts, clôt sur une charge de 1.569.000 EUR. Il a bénéficié de l'évolution positive de la valeur de marché des instruments de couverture des risques de taux d'intérêt et de change utilisés en 2012, tout en étant contrebalancé par les différences de change négatives non réalisées sur les emprunts en cours au sein du Groupe.

## 2.4 Impôts

Les impôts dus pour l'exercice 2012 s'établissent à 7,4 millions EUR, soit un taux d'imposition de 22,3 %.

## 2.5 Résultat net

Le Groupe achève l'exercice sur un bénéfice net de 25,8 millions EUR, en hausse de 8,1 % par rapport à l'année précédente. Les charges non récurrentes en baisse, compensent l'alourdissement des charges financières en 2012.

## 2.6 Dettes financières nettes

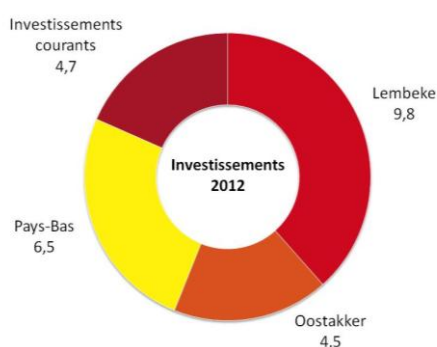
Grâce à l'important cash-flow d'exploitation demeuré disponible en 2012, les dettes financières nettes s'établissent à 24,2 millions EUR, soit une augmentation de 13,3 millions EUR par rapport à l'an passé.

L'alourdissement des dettes financières nettes s'explique par l'importance des investissements consentis au profit (1) de l'extension de l'usine de speculoos à Lembeke et de l'usine de pâtisserie à Oostakker, (2) de l'optimisation de la production de l'ontbijtkoek aux Pays-Bas, surtout à Sintjohannesga, et enfin (3) de l'acquisition de la marque Dinosaurus.

## 2.7 Investissements

Les investissements en immobilisations corporelles et incorporelles ont atteint 40,5 millions EUR (incl. l'acquisition de la marque Dinosaurus), contre 17,0 millions EUR l'année précédente.

en millions d'EUR



Un investissement d'importance significative a été consenti en 2012 au profit de l'accroissement de la capacité de l'usine de Lembeke. Le nouveau hall de production, constitué de deux lignes de fabrication du speculoos flambant neuves, a été inauguré au printemps. Cette extension va permettre à l'usine de satisfaire à la demande croissante de speculoos.

Le hall de production de l'usine d'Oostakker s'est étendu pour pouvoir accueillir la fabrication de la frangipane, précédemment centralisée à Lembeke. Le déménagement est prévu pour le printemps 2013 ; le projet évolue conformément au calendrier et au budget.

L'approche intitulée « Excellence opérationnelle », chargée de fermement soutenir les performances des usines et d'encourager l'implication de l'ensemble des collaborateurs, a fait l'objet d'une attention toute particulière en 2012. Elle met l'accent sur le fonctionnement par équipe, dans le cadre de quoi opérateurs et services de support sont étroitement impliqués dans le contrôle journalier des lignes de production. La politique de rationalisation de l'accueil et de la formation des nouveaux collaborateurs est largement prise en considération également.

Le Groupe n'a pas ménagé ses efforts pour agrandir et moderniser la boulangerie de Sintjohannesga, aux Pays-Bas. Là aussi, le projet évolue conformément au calendrier et au budget. Les travaux d'extension du bâtiment sont achevés, le nouveau four et le nouveau local de refroidissement de la pâte sont installés ; le déménagement des lignes de production de l'ontbijtkoek Dubbel Op et de l'en-cas Tussendoor de Geldrop à Sintjohannesga est prévu pour le premier trimestre de 2013, ce qui est parfaitement en phase avec le calendrier. Les activités préparatoires et les travaux de transformation n'ont pas empêché les ratios de production de s'améliorer encore.

### 3. Autres informations relatives à l'exercice 2012

#### Acquisition de la marque Dinosaurus

Lotus Bakeries a acquis des mains de la firme espagnole Galletas Artiach les droits de propriété intellectuelle du concept de biscuits pour enfants Dinosaurus.



Dinosaurus est distribué avec grand succès depuis la fin juin 2008 sous licence Artiach par un producteur de marque tiers en Belgique et en France, pour un chiffre d'affaires proche des 18 millions d'euros. Le contrat de licence entre ce fabricant et Artiach expirant à la fin juin 2013, c'est sous la marque Lotus que se poursuivra la commercialisation du concept Dinosaurus.

En faisant siens les biscuits Dinosaurus, Lotus Bakeries va renforcer sa position en Belgique et en France, ses marchés domestiques. Dinosaurus est actuellement, après la Frangipane Lotus, le petit gâteau le plus vendu en Belgique en nombre d'unités, ce qui fait de lui le biscuit spécialement destiné aux enfants le plus plébiscité.

Lotus Bakeries ayant acquis les droits de propriété intellectuelle relatifs à la marque Dinosaurus, il a désormais la possibilité de la commercialiser et de l'internationaliser plus avant. La marque Dinosaurus est du reste d'ores et déjà protégée au sein de plusieurs marchés et pays d'importance significative.

La transaction s'inscrit dans la ligne droite de la politique de marques menée par Lotus Bakeries, dont les produits se distinguent par leur qualité et par l'expérience gourmande qu'ils donnent au consommateur. L'opération porte exclusivement sur les droits de propriété intellectuelle et ne prévoit la reprise ni de personnel, ni de la production. L'intégration dans les organisations de vente existantes en Belgique et en France sera donc bien aisée.

Le Groupe Lotus Bakeries assurant lui-même la fabrication de ses produits dans le but d'en garantir une qualité et un prix de revient concurrentiel constants, il ne pouvait manquer d'étudier les possibilités de fabriquer les biscuits Dinosaurus à Lembeke. L'examen fut concluant : la nouvelle ligne de production devrait être opérationnelle à la mi-2013. L'opération exigera quelque 8 millions d'euros d'investissements.

Nutrexpa fabriquera les biscuits Dinosaurus pour le compte de Lotus Bakeries ; la production de ces gâteaux secs sous la marque Lotus, sans aucun risque de rupture de stock, est donc assurée.

## Acquisition de la Biscuiterie Willems



Lotus Bakeries et les actionnaires de la Biscuiterie Willems ont conclu un accord pour le rachat de la SPRL Biscuiterie Willems. La Biscuiterie Willems produit des speculoos de bonne qualité dans une usine moderne hautement automatisée à Eeklo. Elle réalise un chiffre d'affaires d'un peu plus de 23 millions d'euros et une marge d'EBITDA récurrent d'environ 21 %.

Produit phare de Lotus Bakeries, le speculoos est le principal moteur de croissance de ces dernières années, notamment en dehors de la Belgique. Sa place stratégique a conduit le Groupe à mener au cours des dernières années d'importantes opérations commerciales et de marketing pour développer et favoriser sa croissance. En outre, l'usine à Lembeke a récemment bénéficié d'importants investissements pour accroître le rendement et s'agrandir.

Aujourd'hui, Lotus Bakeries fabrique le produit sur un seul site. Le rachat de la Biscuiterie Willems cadre donc parfaitement dans l'esprit de continuité du produit. En effet, c'est une chance unique de pouvoir s'appuyer, en plus de l'usine à Lembeke, sur une deuxième usine de speculoos au sein du Groupe, d'autant plus que les deux sites ne sont éloignés que de 5 km environ.

Selon Lotus Bakeries, il est important de continuer à développer le « biscuit pour le café » par différents canaux. Grâce à ce rachat, le Groupe progressera davantage dans le secteur CHR (cafés, hôtels, restaurants) et celui du foodservice car la Biscuiterie Willems s'y est forgée une place solide, au sein et en dehors de l'Europe.

Lotus Bakeries vise aussi la commercialisation hors Europe et à plus long terme la mondialisation des speculoos. Le rachat lui permettra de renforcer davantage sa position dans les marchés en expansion tels que l'Asie, le Moyen-Orient et les États-Unis.

Pour le rachat on se base sur une valeur d'entreprise d'environ 6,5 fois le cashflow d'exploitation récurrent.

## Création de la joint-venture Lotus Bakeries China



&

大昌三昶 (上海) 商贸有限公司  
Goodwell China Marketing Service Co., Ltd

Lotus Bakeries et Goodwell China, part de Dah Chong Hong (DCH) ont conclu un accord pour la création de la joint-venture Lotus Bakeries China. Cette joint-venture, dont le siège sera établi à Shanghai, sera exclusivement chargée de commercialiser et de développer les produits de Lotus Bakeries en Chine.

Aujourd'hui, Goodwell China importe entre autres des produits Lotus en Chine et fait état d'une croissance significative des speculoos Lotus. L'objectif poursuivi par le lancement de Lotus Bakeries China est de créer une équipe exclusivement chargée du développement de Lotus Bakeries. La direction et le conseil d'administration de Lotus Bakeries se réjouissent de cette démarche stratégique en Chine.

Il est prévu que la nouvelle joint-venture commence la commercialisation de Lotus dès juillet 2013.



## 4. Conclusion et perspectives

Lotus Bakeries achève l'exercice 2012 sur une appréciable croissance interne, proche des 5 %. Cette progression s'explique par les efforts commerciaux intenses consentis dans les divers pays, où une communication claire et cohérente en direction du consommateur est décidément à l'ordre du jour. Lotus Bakeries est convaincu de la nécessité de continuer à investir massivement au profit du marketing et des ventes, pour pouvoir soutenir et développer plus avant ses marques et les spécialités qui y sont liées. La stratégie qui consiste à cibler les principales spécialités sera perpétuée.

L'exercice 2012 a vu se confirmer les ratios de rentabilité élevés (12,7 % pour le résultat d'exploitation récurrent et 17,3 % pour le cash-flow d'exploitation récurrent). Le cash-flow restera affecté aux programmes d'investissements évoqués, de même qu'aux reprises de la marque Dinosaurius et de la Biscuiterie Willems.

A partir de 2013, toutes les activités de fabrication de pâtisseries en Belgique seront concentrées à Oostakker, où l'extension des installations progresse conformément au calendrier. Les investissements annoncés à Geldrop et à Sintjohannesga seront réalisés en 2013. A Lembeke, les investissements nécessaires à la production du biscuit Dinosaurius sont sur le point d'être entamés.

La politique qui consiste à inclure dans les tarifs l'évolution des prix des matières premières, des matériaux d'emballage et des autres éléments de coût liés à l'efficacité de la production, restera appliquée de manière cohérente.

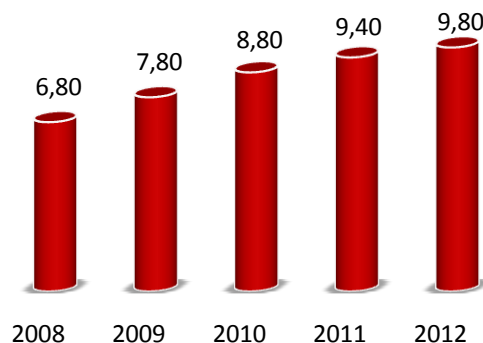
La Direction et le Conseil d'administration de Lotus Bakeries sont convaincus que le Groupe dispose de la stratégie et des outils nécessaires à la poursuite de sa croissance rentable à terme.



## 5. Dividende

en EUR

Le Conseil d'administration proposera à l'Assemblée générale ordinaire des actionnaires du 14 mai 2013 de distribuer un dividende net de 7,35 EUR par action (dividende brut de 9,80 EUR), contre 7,05 EUR par action (dividende brut de 9,40 EUR) en 2011.



## 6. Calendrier financier

Réunion avec les analystes financiers :	12 février 2013
Diffusion du rapport annuel 2012 sur <a href="http://www.lotusbakeries.com">www.lotusbakeries.com</a> :	12 avril 2013
Déclaration intermédiaire pour la période prenant effet le 1 <sup>er</sup> janvier 2013 :	14 mai 2013
Assemblée générale ordinaire et extraordinaire des actionnaires :	14 mai 2013
Mise en paiement du dividende :	21 mai 2013
Annonce des résultats du premier semestre 2013 :	26 août 2013

### Lotus Bakeries en quelques mots

*Lotus Bakeries se concentre sur des spécialités authentiques dans le secteur de la biscuiterie et de la pâtisserie, comme les speculoos, le pain d'épices/l'ontbijtkoek, les spécialités de pâtisserie, les gaufres et le pepparkakor. 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, des organisations de vente dans dix pays européens et aux Etats-Unis, à Hong Kong, en Chine et au Chili ainsi qu'un département exportation pour les autres pays. Fort d'un effectif de 1.218 personnes, le Groupe produit et vend, sous les marques Lotus, Peijnenburg et Anna's, des produits savoureux d'excellente qualité. Ayant pu conserver un équilibre parfait entre tradition et innovation, Lotus Bakeries offre au consommateur un assortiment de produits unique en son genre. Le Groupe clôture l'exercice 2012 sur un chiffre d'affaires de 288,5 millions d'EUR. Les actions Lotus Bakeries sont cotées sur Euronext Bruxelles.*

Pour plus d'informations, veuillez contacter Jan Boone, CEO  
tel. + 32 9 376 26 02

Pour en savoir plus sur Lotus Bakeries, consultez le site [www.lotusbakeries.com](http://www.lotusbakeries.com)