



HIGHLIGHTS 2025 HALFJAARRESULTATEN

- Lotus™ Natural Foods rapporteert een aanzienlijke omzetstijging van meer dan 16%.
- Lotus® Biscoff® levert sterke prestaties met een groei van meer dan 11%.
- De greenfield Biscoff®-fabriek in Thailand ligt voor op schema, met een geleidelijke opstart van productielijnen in de tweede helft van 2025.
- Lotus® Biscoff®'s co-branded chocolade-samenwerkingen met Cadbury®, Milka® en Côte d'Or® leveren veelbelovende eerste resultaten op.
- Sterke kasstroomgeneratie verlaagt netto financiële schuld naar 0,6 keer de EBITDA(u).

1. HALFJAARRESULTATEN 2025

RESULTATENREKENING ⁽¹⁾ (IN DUIZENDEN EUR)	JAN-JUNI 2025	JAN-JUNI 2024	EVOLUTIE %
OMZET	657.334	599.255	+ 9,7%
EBIT(u) – Onderliggend bedrijfsresultaat ⁽²⁾	109.729	97.463	+ 12,6%
EBITDA(u) – ONDERLIGGENDE OPERATIONELE KASSTROOM ⁽³⁾	129.329	115.819	+ 11,7%
Niet-onderliggende elementen	(3.850)	(2.534)	- 52,0%
EBIT – Bedrijfsresultaat ⁽⁴⁾	105.878	94.929	+ 11,5%
Financieel resultaat	(2.233)	(702)	- 217,9%
Resultaat vóór belastingen	103.646	94.227	+ 10,0%
Winstbelastingen	(24.240)	(22.102)	- 9,7%
NETTORESULTAAT	79.406	72.125	+ 10,1%
Onderliggend nettoresultaat	83.249	74.136	+ 12,3%
Totaal aantal aandelen per 30 juni ⁽⁵⁾	812.362	812.123	
KERNCIJFERS PER AANDEEL (IN EUR)			
EBIT(u)	135,07	120,01	+ 12,6%
EBITDA(u)	159,20	142,61	+ 11,6%
Winst per aandeel (EPS)	97,75	88,83	+ 10,0%
BALANS (IN DUIZENDEN EUR)	30 JUNI 2025	30 JUNI 2024	EVOLUTIE %
Balanstotaal	1.386.605	1.288.565	+ 7,6%
Eigen vermogen	766.070	694.463	+ 10,3%
Investerings ⁽⁶⁾	56.996	42.432	+ 34,3%
Netto financiële schuld ⁽⁷⁾	149.825	150.102	- 0,2%

(1) Meer informatie over de resultatenrekening en balans is terug te vinden in de beknopte financiële staten in het halfjaarverslag.

(2) EBIT(u) wordt gedefinieerd als het onderliggend bedrijfsresultaat, bestaande uit alle opbrengsten en kosten die betrekking hebben op de normale bedrijfsuitoefening.

(3) EBITDA(u) wordt gedefinieerd als EBIT(u) exclusief afschrijvingen, voorzieningen en waardeverminderingen.

(4) EBIT wordt gedefinieerd als EBIT(u) + niet-onderliggende elementen.

(5) Totaal aantal aandelen per 30 juni, exclusief eigen aandelen.

(6) Investerings omvatten kapitaaluitgaven en investeringen in andere vennootschappen.

(7) Netto financiële schuld wordt gedefinieerd als rentedragende verplichtingen – geldmiddelen, kasequivalenten en termijnbeleggingen – eigen aandelen, en zijn exclusief de 'leaseverplichtingen' die ontstaan bij toepassing van IFRS 16 Leases. Inclusief deze 'leaseverplichtingen' bedraagt de netto financiële schuld 171 miljoen euro.

De commissaris, Deloitte Bedrijfsrevisoren BV, vertegenwoordigd door Kurt Dehoorne, heeft bevestigd dat bij de beoordeling van de geconsolideerde halfjaarlijkse financiële informatie geen materiële afwijkingen werden vastgesteld. De commissaris heeft tevens bevestigd dat de boekhoudkundige informatie opgenomen in het bijgevoegde tussentijdse financiële verslag, zonder materiële afwijkingen overeenstemt met de geconsolideerde halfjaarlijkse financiële informatie op basis waarvan het is opgemaakt.

2. MANAGEMENTTOELICHTING

2.1 LOTUS BAKERIES RAPPORTEERT EEN STERKE GROEI DANKZIJ DOUBLE-DIGIT VOLUMESTIJGINGEN VAN LOTUS® BISCOFF® EN LOTUS™ NATURAL FOODS

Lotus Bakeries rapporteert een geconsolideerde omzet van 657,3 miljoen euro in de eerste helft van 2025. Dit komt overeen met een stijging van bijna 10% ten opzichte van een jaar eerder. De organische omzetstijging is te danken aan double-digit volumestijgingen voor de strategische pijlers Lotus® Biscoff® en Lotus™ Natural Foods. Prijsverhogingen hebben, in combinatie met een verwaarloosbaar wisselkoerseffect, een beperkte bijdrage van 1,5% geleverd aan de totale omzetgroei.

Uitvoering van de groeistrategie voor Lotus® Biscoff®, met focus op Biscoff®-koekjes en Biscoff®-pasta

Lotus® Biscoff® realiseerde een volumegroei van 10% en een omzetgroei van meer dan 11%. Deze stijging bevindt zich aan de bovenkant van de omzetprognose die begin dit jaar werd vooropgesteld. De gerealiseerde volumegroei bevestigt een goed beheerde en optimale output van de fabrieken, rekening houdend met de capaciteitsuitdaging in 2025, namelijk dat de beschikbare capaciteit voor de originele Biscoff®-koekjes slechts een volumegroei van maximaal 10% toelaat.

De groeistrategie van Biscoff legt een duidelijke focus op het vergroten van de penetratie van de hero-producten; koekjes en pasta. De wereldwijde aantrekkingskracht en het momentum van beide producten hielden aan in de eerste helft van 2025, wat resulteerde in een double-digit volumegroei. Dankzij de nieuwe partnerschappen met Mondelēz voor chocolade en ijs kan de eigen organisatie zich volledig focussen op de twee hero-concepten. Tegelijkertijd wordt op die manier het volledige potentieel van Biscoff in beide categorieën aangeboord, wat de wereldwijde merkbekendheid en merkzichtbaarheid versterkt. Na de internationale lancering in beide categorieën enkele jaren geleden, vertegenwoordigt de gecombineerde verkoop van chocolade en ijs vandaag slechts ongeveer 6% van de totale Biscoff-omzet.

De afgelopen maanden werden in het Verenigd Koninkrijk en Europa nieuwe co-branded **chocolade**-innovaties gelanceerd onder de merknamen Cadbury®, Milka® en Cote d'Or®. In al deze landen behoren de Cadbury®-Biscoff of de Milka®-Biscoff tabletten tot de nummer 1 of nummer 2 bestverkopende referenties in hun categorie. Zowel Mondelēz als Lotus Bakeries zijn bijzonder verheugd met deze eerste positieve resultaten. Dit succes is een bewijs van de sterke samenwerking en de toewijding van alle betrokkenen.



In maart kondigde Lotus Bakeries aan dat ook de categorie Biscoff-ijs zal worden geïntegreerd in de licentieovereenkomst met Mondelēz, wat deuren opent naar de toonaangevende 'pure play'-ijsproducent Froneri. De strategische samenwerking tussen Lotus Bakeries en Froneri zal het Lotus Biscoff-merk in staat stellen sneller te groeien binnen het ijssegment en zijn wereldwijde aanwezigheid uit te breiden. Sinds de internationale lancering van Biscoff-ijs in 2019 zijn consumenten in de VS, het VK en de EU enthousiast. Dankzij de expertise van Froneri binnen het ijssegment krijgt Lotus Bakeries toegang tot de nieuwste innovaties op het vlak van productontwikkeling en kan de distributie in kernmarkten sneller worden uitgebouwd. Daarnaast zorgt de samenwerking voor productie- en logistieke efficiëntie, onder meer via lokale productie in strategische markten. Vanaf 2026 zal Froneri instaan voor de productie, marketing en verkoop van Biscoff-ijs in verschillende Europese landen, met een geleidelijke uitbreiding naar andere markten in de toekomst.

Lotus™ Natural Foods groeit meer dan 16%

In de eerste helft van 2025 heeft Lotus™ Natural Foods, met haar merken BEAR®, TREK®, nākd®, Kiddylicious® en Peter's Yard®, haar ambitie versterkt om een leidende positie in te nemen binnen het better-for-you-snacksegment. De Natural Foods-activiteiten realiseerden een sterke groei van meer dan 16% en een double-digit groei over alle merken.

BEAR, TREK, nākd en Kiddylicious zijn toonaangevende merken binnen hun categorie in het Verenigd Koninkrijk, met succesvolle innovaties in de voorbije jaren die hebben bijgedragen aan een hogere penetratie en omzetgroei. De TREK® Protein Flapjack met Biscoff® is dit jaar de nummer 1 innovatie binnen zijn categorie. TREK is in de eerste zes maanden van 2025 het snelst groeiende merk binnen zijn categorie in het VK, gedreven door de lancering van TREK Protein Flapjack met Biscoff®, sterke in-store uitvoering en een nieuwe, succesvolle digitale mediacampagne.



De gerichte strategie om de merken internationaal verder uit te bouwen werpt duidelijk zijn vruchten af. De ambitieuze verwachtingen werden overtroffen met een groei buiten het VK van meer dan 30% in de eerste zes maanden van 2025. Sinds de lancering in de VS in 2018 is BEAR uitgegroeid tot een toonaangevend merk in de categorie 'Kids Fruit Snacking', met een aantrekkelijk, onderscheidend, gezond en betaalbaar aanbod. De BEAR-fruitsnacks worden geproduceerd in de fabriek in Wolseley, Zuid-Afrika. Deze vestiging koopt de fruitgrondstoffen lokaal in uit de Ceres-vallei, een internationaal bekende fruitteeltregio. Het BEAR-merk blijft in de VS in belangrijke mate bijdragen aan de internationale groei van Lotus Natural Foods. De impact van de verhoogde Amerikaanse importtarieven zal worden opgevangen via verschillende maatregelen, waarbij uitgegaan wordt van de sterkte van het merk en de ambitie behouden wordt om betaalbaar te blijven voor de Amerikaanse consument.

Recent is Lotus Bakeries een driejarige samenwerking aangegaan met Golazo, een toonaangevende organisator van recreatieve sportevenementen. Deze samenwerking biedt een mooie opportuniteit om de zichtbaarheid en relevantie van de merken TREK en nākd verder uit te bouwen in België, Nederland en Frankrijk. De samenwerking sluit perfect aan bij het engagement van het bedrijf en de merken om een gezonde en actieve levensstijl te promoten. Lotus Bakeries zal een belangrijke partner zijn bij 40 loopevenementen in België, Nederland en Frankrijk, waarmee jaarlijks meer dan 600.000 lopers worden bereikt.

De omzet van Lotus® Local Heroes blijft stabiel, ondanks de daling van de verkoop van peperkoek

In de eerste helft van 2025, bleef de omzet van Lotus® Local Heroes stabiel. Een daling van de verkoop van peperkoek in Nederland werd gecompenseerd door groei in gebak en wafels. De sterke stijging van de cacaoprijzen in de afgelopen periodes heeft ons gedwongen om een double-digit prijsverhoging door te voeren voor chocoladeproducten.

CEO, Jan Boone over de omzetprestaties van het eerste halfjaar:

“Gezien de aanzienlijke volumegroei die we in 2024 realiseerden, is de aanhoudende jaar-op-jaar volumestijging van zowel Lotus® Biscoff® als Lotus™ Natural Foods een bewijs van de sterkte van onze verschillende merken. Voor Biscoff hanteren we een duidelijke groeistrategie met focus op onze hero-producten: Biscoff-koekjes en Biscoff-pasta. Voor Biscoff-ijs en -chocolade bouwen we verder op een sterke wereldwijde samenwerking met Mondelēz, die ons zal helpen om de merkbekendheid van Biscoff wereldwijd te vergroten. Binnen Natural Foods blijven innovaties de groei aansturen en breidt de business zich internationaal in snel tempo uit. Een bijzondere vermelding voor de indrukwekkende groei van 18% in de VS in de eerste zes maanden van het jaar. Zowel Biscoff als BEAR leveren hier een sterke bijdrage en behoren tot de snelst groeiende merken in hun categorie.”

2.2 EBIT(u) EN EBITDA(u) OVERTREFFEN DE OMZETGROEI MET STIJGINGEN VAN RESPECTIEVELIJK 13% EN 12%

De EBIT(u) die 109,7 miljoen euro of 16,7% van de omzet bedraagt, en de EBITDA(u) die 129,3 miljoen euro of 19,7% van de omzet bedraagt, stegen met respectievelijk 12,3 en 13,5 miljoen euro in vergelijking met vorig jaar.

De stijging van de EBIT(u) en EBITDA(u) van respectievelijk 12,6% en 11,7% overtreffen de omzetgroei en bevestigen opnieuw de kracht van het operationele model. De internationale groeimotoren Lotus® Biscoff® en Lotus™ Natural Foods zorgen voor solide volumegroei, waardoor we optimaal gebruik kunnen maken van onze organisatie en onze beschikbare productiecapaciteit. De verhoogde marketinginvesteringen in de merken ondersteunen een duurzame toekomstige groei. De digitale mediacampagne voor Biscoff®, die vorig jaar werd opgestart in specifieke landen, werd positief beoordeeld en uitgebreid in de eerste helft van 2025.

De niet-onderliggende elementen van -3,9 miljoen euro zijn opstartkosten gerelateerd aan de greenfield site in Chonburi, Thailand.

Het financieel resultaat van -2,2 miljoen euro wordt beïnvloed door negatieve wisselkoersresultaten van 1,5 miljoen euro op balansposities in vreemde valuta ten opzichte van vorig jaar.

De belastingkost bedraagt 24,2 miljoen euro met een stabiel effectief belastingtarief van 23,4%.

De nettowinst steeg met 7,3 miljoen euro in vergelijking met de eerste helft van 2024, en bedraagt 79,4 miljoen euro of 12,1% van de omzet. De winst per aandeel (EPS) steeg met 10% naar 98 euro per aandeel. Het onderliggend nettoresultaat bedraagt 83,2 miljoen euro of 12,7% van de omzet. Het onderliggend nettoresultaat is het gerapporteerde nettoresultaat over de periode, exclusief niet-onderliggende elementen.

2.3 VERDERE VERLAGING VAN DE NETTOSCHULD TEN OPZICHTE VAN VORIG JAAR MET EEN NETTO FINANCIËLE SCHULD VAN 0,6 KEER EBITDA(u)

Lotus Bakeries heeft in de afgelopen 12 maanden een record onderliggende operationele kasstroom (EBITDA(u)) van 257 miljoen euro gegenereerd. De investeringen in de afgelopen 12 en 24 maanden bedroegen respectievelijk meer dan 135 miljoen euro en 230 miljoen euro. Door de aanhoudende sterke kasstroomontwikkeling, in combinatie met gedisciplineerde vervangingsinvesteringen en controle op het werkkapitaal, verlaagde de netto financiële schuld/EBITDA(u) ratio verder naar 0,6 eind juni 2025. De gerapporteerde netto financiële schuld van Lotus Bakeries bedraagt 170,6 miljoen euro en omvat 20,7 miljoen euro aan schuld die moet worden uitgedrukt door toepassing van IFRS 16 *Leaseovereenkomsten*.

3. DE GREENFIELD BISCOFF®-FABRIEK IN THAILAND LIGT VOOR OP SCHEMA

Lotus Bakeries investeert momenteel in Thailand (Chonburi) in een nieuwe greenfield-productiefaciliteit voor Lotus® Biscoff®, ter ondersteuning van de verdere groeistrategie in de regio Asia-Pacific.



De voorbije maanden hebben de teams aanzienlijke vooruitgang geboekt, waardoor Biscoff®-koekjes in de tweede helft van 2025 geproduceerd en geleverd zullen worden aan consumenten. De test runs bevestigen dat de koekjes die op de lijn in Chonburi worden geproduceerd, qua kwaliteit en smaak volledig in lijn liggen met die van de andere Biscoff-fabrieken. In de afgelopen maanden werd een grote groep Thaise medewerkers ontvangen en opgeleid in de fabriek in Lembeke.

In de tweede jaarhelft zal de impact op de totale beschikbare capaciteit voor Biscoff beperkt blijven, maar de fabriek vormt een solide basis voor ambitieuze

commerciële plannen in 2026. De voltooiing en volledige operationele opstart van de fabriek is voorzien tegen mei 2026. Dit is een fantastische verwezenlijking van de betrokken teams en een nieuwe mijlpaal voor het bedrijf.

4. DE NIEUWE EN OP MAAT ONTWORPEN BISCOFF® PASTA-POT IS ER

De Biscoff®-pasta werd in 2008 gelanceerd in onze thuismarkt België, waar het meteen een groot succes was. Na deze sterke start kreeg de internationale uitrol snel momentum. Vandaag is Biscoff-pasta een wereldwijd geliefd product, beschikbaar in meer dan 45 landen.

Nu, meer dan 17 jaar na de introductie, krijgt onze Biscoff-pasta een eigen, op maat ontworpen pot die op subtiel wijze verwijst naar het Biscoff-koekje en zich duidelijk onderscheidt van de concurrentie. We zijn ervan overtuigd dat deze nieuwe pot niet alleen de zichtbaarheid in het schap zal versterken, maar ook een onderscheidend element zal worden voor het Biscoff-merk.

Het ontwerp van de pot is geïnspireerd op de vorm van het originele Biscoff-koekje en benadrukt dat de pasta wordt gemaakt door echte Biscoff-koekjes zorgvuldig te vermalen, wat zorgt voor een heerlijke smaak en textuur.



5. LOKALE PRODUCTIE VAN BISCOFF® PASTA OP DRIE CONTINENTEN

Naast de nieuwe en iconische pastapot is er nog een belangrijke mijlpaal te melden.

Recent werd een nieuwe investering in de productie en afvulling van pasta in gebruik genomen in de fabriek in Mebane (VS). Naast de financiële en ecologische voordelen van deze lokale productie, wordt hiermee ook de impact van verhoogde invoertarieven in de VS geëlimineerd. De VS zullen bovendien het eerste land en de eerste productievestiging zijn waar de nieuwe pot wordt gelanceerd, voorafgaand aan een wereldwijde uitrol tegen eind 2026.

Ook de fabriek in Thailand zal worden uitgerust met productie- en eigen afvullijnen voor de pastapotten.

Beide investeringen, in de VS en in Thailand, passen binnen de bredere voetafdrukstrategie om de volledige productiecapaciteit voor de Biscoff®-hero producten te voorzien in de drie Biscoff productievestigingen: Lembeke voor Europa en het Midden-Oosten, Mebane voor de Amerika's en Chonburi voor Asia-Pacific.

6. CONCLUSIE EN VOORUITZICHTEN

In de eerste zes maanden van 2025 realiseerde Lotus Bakeries een omzetgroei van bijna 10%, een sterke prestatie gezien de stabiele omzet van Lotus® Local Heroes en de beperkte impact van prijsstijgingen.

De sterke groei is te danken aan de uitstekende volumeprestaties in beide strategische pijlers Lotus® Biscoff® en Lotus™ Natural Foods. Lotus Biscoff's volumegroei van meer dan 10% maximaliseert de beschikbare capaciteit gezien de capaciteitsuitdaging voor 2025. Lotus Natural Foods versterkt haar ambitie om leider te worden in het segment van de better-for-you-snacks en groeit met meer dan 16%. Het bedrijf overtreft de ambitieuze verwachtingen om de merken te internationaliseren. De gecombineerde verkoop van Biscoff® en BEAR® in de VS groeide met maar liefst 18% in de eerste zes maanden van 2025. Beide merken behoren tot de snelst groeiende binnen hun respectieve categorieën.

De sterke winstgevendheid en kasstroomgeneratie maken het mogelijk om te blijven investeren in de organisatie, de merken en de productie-voetafdruk, en om de netto financiële schuld verder te verlagen naar 0,6 keer EBITDA(u).

De huidige zwakke dollarkoers zou een negatief effect kunnen hebben op de geconsolideerde omzet in het tweede halfjaar van maximaal 1,5%.

Met de opstart van de fabriek in Thailand, die voorligt op schema, staat het bedrijf in de tweede helft van 2025 voor een nieuwe mijlpaal. Hoewel de impact op het volume in 2025 nog beperkt zal zijn, vormt de capaciteitsuitbreiding een stevige basis voor ambitieuze commerciële plannen in 2026. De nieuwe investering in pastaproductie en eigen afvulling in de VS is een bijkomende belangrijke stap. Naast de financiële en ecologische voordelen van deze lokale productie, wordt zo ook de impact van verhoogde invoertarieven in de VS geëlimineerd en voorkomen.

De investeringen in pasta in zowel de VS en Thailand sluiten aan bij de voetafdrukstrategie om de productiecapaciteit voor het volledige assortiment Biscoff® hero-producten te voorzien in de drie Biscoff productievestigingen: Lembeke voor Europa en het Midden-Oosten, Mebane voor de Amerika's en Chonburi voor Asia-Pacific.

De investeringsuitgaven voor de jaren 2025 en 2026 zullen samen minstens 250 miljoen euro bedragen. Voor Biscoff omvat dit programma toekomstige capaciteitsuitbreidingen op de drie continenten.

CEO, Jan Boone over de vooruitgang in Thailand en het investeringsprogramma voor de komende jaren:

“De greenfield Biscoff®-fabriek in Thailand is één van de grootste en meest transformerende investeringsprojecten in de geschiedenis van het bedrijf. Het feit dat we vandaag kunnen aankondigen dat het project voorligt op schema en binnen budget blijft, is fantastisch nieuws en kan niet genoeg benadrukt worden.

Ik heb de site onlangs bezocht en mijn persoonlijke dank en waardering uitgesproken aan de betrokken teams.

Een vlotte opstart van de verschillende lijnen in de loop van volgend jaar is cruciaal voor de toekomstige groei van Lotus® Biscoff®. We hebben in de eerste jaarhelft het maximale uit onze Biscoff-productie en -groei gehaald. De opportuniteiten voor Biscoff blijven intact en de nieuwe capaciteit in Thailand zal een belangrijke rol spelen om dat momentum verder te benutten.

We blijven investeren in toekomstige groei en capaciteit voor zowel Lotus® Biscoff® en Lotus™ Natural Foods. De verwachte investeringsuitgaven voor de jaren 2025 en 2026 samen zullen ten minste 250 miljoen euro bedragen. Dit programma onderstreept het vertrouwen dat we hebben in de aanhoudende wereldwijde groei van Biscoff en Natural Foods. Voor Biscoff omvat het programma toekomstige capaciteitsuitbreidingen op de drie continenten.”



8. FINANCIËLE KALENDER

Aankondiging jaarresultaten 2025:	6 februari 2026
Jaarverslag 2025 beschikbaar op:	27 maart 2026
Gewone Algemene Vergadering van Aandeelhouders:	12 mei 2026

Lotus Bakeries in een notendop

Lotus Bakeries is in 1932 opgericht in Lembeke, in België en is inmiddels wereldwijd actief in het segment van traditionele en natuurlijke tussendoortjes met onder meer de merken Lotus®, Lotus® Biscoff®, nākd®, TREK®, BEAR®, Kiddylicious®, Peter's Yard®, Dinosaurus®, Peijnenburg® en Annas®. Lotus Bakeries, met hoofdzetel in België, is een dynamische en internationaal georiënteerde onderneming met productievevestigingen in België, Nederland, Frankrijk, Zweden, Zuid-Afrika en de Verenigde Staten. Een derde productiefaciliteit voor Biscoff is momenteel onder constructie in Thailand en zal volledig operationeel zijn tegen mei 2026. Lotus Bakeries heeft 23 verkooporganisaties in Europa, Amerika, Azië en Australië. Verder werkt Lotus Bakeries samen met commerciële partners in een vijftigtal landen wereldwijd. Lotus Bakeries telt circa 3.360 medewerkers en realiseerde in 2024 een omzet van 1.232,0 miljoen euro. Lotus Bakeries is beursgenoteerd op Euronext Brussels. De meerderheid van de aandelen is in handen van de families Boone en Stevens.

Toekomstgerichte verklaringen

Dit persbericht bevat toekomstgerichte informatie die risico's en onzekerheden met zich meebrengt, met inbegrip van verklaringen over de plannen, doelstellingen, verwachtingen en intenties van Lotus Bakeries. Deze verklaringen zijn gebaseerd op de huidige verwachtingen en opvattingen over toekomstige gebeurtenissen en ontwikkelingen van het management van Lotus Bakeries en zijn van nature onderhevig aan onzekerheid en veranderingen in omstandigheden. De toekomstgerichte verklaringen in dit persbericht bevatten vermeldingen die verder gaan dan verklaringen omtrent historische feiten en bevatten doorgaans woorden zoals "zal", "kan", "zou", "gelooft", "is van plan", "verwacht", "anticipeert", "doelt op", "naar schatting", "waarschijnlijk", "voorzien" en woorden van gelijke strekking. Alle verklaringen anders dan verklaringen met betrekking tot historische feiten, zijn toekomstgerichte verklaringen. Lezers worden gewaarschuwd dat toekomstgerichte verklaringen bekende en onbekende risico's inhouden en onderhevig zijn aan aanzienlijke zakelijke, economische en concurrentieonzekerheden en onvoorziene omstandigheden, waarvan vele buiten de controle van Lotus Bakeries liggen. Indien een of meer van deze risico's, onzekerheden of onvoorziene omstandigheden zich voordoen, of indien onderliggende veronderstellingen onjuist blijken te zijn, kunnen de werkelijke resultaten wezenlijk verschillen van de verwachte, geschatte of geprojecteerde resultaten. Bijgevolg dient er niet ten onrechte worden vertrouwd op, en aanvaardt Lotus Bakeries geen enkele verantwoordelijkheid voor, de juistheid van deze toekomstgerichte verklaringen.

Neem voor verdere informatie contact op met:

Emma Van Praet – Corporate Communication Manager
Tel. + 32 9 376 69 20
corporate@lotusbakeries.com

Mike Cuvelier – CFO
Tel. + 32 9 376 26 14

Meer informatie over Lotus Bakeries is terug te vinden op www.lotusbakeries.com