

Lotus opent eerste speculaasfabriek buiten België



Directeur strategie Inside Beleggen

Lotus Bakeries is een van de snelste groeiverhalen op Euronext Brussel van de afgelopen twintig jaar. De succesvolle strategie van het gradueel in de markt zetten van de kernmerken, in de eerste plaats het speculaaskoekje, in bekende markten blijft vruchten afwerpen.



De internationalisering is volop aan het lukken voor Lotus. De Verenigde Staten groeiden in 2016 uit tot de grootste afzetmarkt. Lotus levert er intussen meer dan een miljard koekjes. Lotus Bakeries doet ook regelmatig gerichte overnames. Zo kochten de Oost-Vlamingen bijvoorbeeld in 2006 de Nederlandse peperkoekspecialist Peijnenburg. In 2015 kwam er een nieuwe strategische zet met de overname van twee Britse producenten van gezonde snacks: Natural Balance Foods en Urban Fresh Foods (100%; 97,3 miljoen euro). Lotus Bakeries voegde de activiteiten van beide snelle groeiers samen in de nieuwe productcategorie Natural Foods (gezonde tussendoortjes), met de merken Näkd, Trek, Bear en Urban Fruit. Afgelopen zomer kwam daar nog het eveneens Britse Kiddylicious bij, een innovatief bedrijf dat voedzame tussendoortjes voor baby's, peuters en kleuters op de markt brengt.

Terugblik op 2018

Na een 'overgangsjaar' 2017 met een laag groeicijfer was er in de eerste jaarhelft een omzetsijging van 8,6 miljoen euro of 3,3 procent. De vergelijkbare omzetgroei tegen constante wisselkoersen lag op 5,0 procent, een cijfer dat in de lijn van de verwachtingen lag. De belangrijkste groeimotoren blijven de verdere mondialisering van Lotus Biscoff (de internationale naam van Lotus-speculaas), zowel het koekje als de pasta, en de verdere ontplooiing van de gezonde snacks in almaar meer landen. Zo zag Biscoff de omzet in de Verenigde Staten opnieuw met dubbele cijfers toenemen. Ook

de gezonde snacks lieten een dubbelcijferige stijging optekenen in de eerste jaarhelft. De recurrente (zonder eenmalige elementen) bedrijfskasstroom (rebitda) is minder snel gestegen dan de omzet (+2,2%). Iets onder de gemiddelde verwachting van de analisten. Lotus Bakeries geeft immers meer uit aan nationale tv-campagnes, zoals in het Verenigd Koninkrijk, en er zijn nieuwe mensen aangeworven om de toekomstige groei te verzekeren.

Verwachtingen voor 2019

In de loop van 2019 is het de bedoeling voor het eerst sinds de oprichting in 1932 speculaaskoekjes in het buitenland te produceren. De bouw van de Amerikaanse fabriek in Mebane, North Carolina, zou in de tweede jaarhelft klaar moeten zijn. De uitdagingen voor de komende jaren kunnen we in twee zinnen samenvatten: 'lekker' zo gezond mogelijk maken en 'gezond' zo lekker mogelijk maken. Dat moet garant staan voor een aanhoudende groei van Lotus Biscoff en de uitbouw van het segment van de gezonde tussendoortjes.

3. Waarom een favoriet?

Er was een jaar onderbreking in 2017, maar in 2018 presteerde het Lotus-aandeel als vanouds beter tot zelfs veel beter dan de Bel-20-index. We moeten er niet flauw over doen dat kwaliteit in het geval van het Lotus Bakeries-aandeel betaald moet worden. Tegen 26 keer de verwachte winst 2018 en 23 keer die voor 2019, tegen 17 keer de verwachte verhouding ondernemingswaarde (ev) ten opzichte van de bedrijfskasstroom (ebitda) 2018 en 15 keer die voor 2019 is het aandeel op het eerste gezicht pittig gewaardeerd. We moeten echter rekening houden met de forse prijzen die tegenwoordig worden betaald voor producenten van gezonde tussendoortjes. Als we die prijzen verrekenen bij Lotus Bakeries, wordt de waardering acceptabeler. We verwachten in 2019 dan ook een betere prestatie dan de Bel-20-index. Het vooruitzicht op de start van de productie in de VS kan daarbij hulp bieden.