

CEO Jan Boone en Lotus Bakeries blijven verbazen (ook in coronatijden)

Date : 14 augustus 2020

Corona of geen corona, in de eerste zes maanden van 2020 steeg de geconsolideerde omzet van de Groep Lotus Bakeries met 25,1 miljoen euro tot 323,3 miljoen euro, een groei van 8,4%. Deze vooruitgang is voornamelijk te danken aan Lotus Biscoff, dat is de merknaam waaronder Lotus speculoos producten aan de man (en vrouw) brengt in onder meer de Verenigde Staten, Verenigd Koninkrijk, Frankrijk en China. Doorheen het volledige eerste semester zijn alle 12 productievestigingen van de groep operationeel gebleven. Lotus Bakeries was wel genoodzaakt om belangrijke, extra kosten te maken teneinde de veiligheid van de medewerkers en de continuïteit van de operaties te verzekeren. Dat verhinderde niet dat de bedrijfscasflow met 10 % steeg tot 67 miljoen euro en de nettowinst met 8 % tot 41 miljoen euro. Voor CEO en referentie [aandeelhouder Jan Boone](#) het bewijs dat de strategie van internationalisering werkt.

Natuurlijk was er ook een negatieve impact van corona. De meest directe en negatieve impact van covid-19 op de omzet van Lotus Bakeries situeert zich op de producten die hun weg naar de consument vinden via het zogenaamde “out of home-kanaal”. Dat segment omvat alle verkopen aan onder meer cafés, vliegtuigmaatschappijen, hotels, restaurants, cruiseschepen, cinema , evenementen, pretparken, scholen en ziekenhuizen. De wereldwijde invoering van lockdowns, waarbij kantoren en scholen werden gesloten, en er minder verplaatsingen gebeurden naar het werk, naar familie of buitenshuis, hebben dan weer een significante impact gehad op producten en merken die voornamelijk “on-the-go” worden geconsumeerd.

De terugloop in verkoop werd opgevangen door internationale groei. De pandemie ging gepaard met belangrijke, extra covid-19 kosten die mee opgenomen zijn in de resultaten van het eerste semester. Het bedrijf heeft ook op geen enkel moment algemene maatregelen van economische werkloosheid ingeroepen. In het tweede semester verwacht Lotus Bakeries gelijkaardige tendensen voor zijn verschillende merken en markten. Pas als de pandemie terug volledig onder controle is, zal de consumptie in out of home-kanalen terug oppikken.