

naal verkocht onder de naam Lotus Biscoff. Die naam is een samenvoeging van *biscuit with coffee*, verwijzend naar de complementariteit van beide smaakervaringen.

Omdat de verkopen in de Verenigde Staten zo sterk groeien, investeert Lotus zoals al aangegeven in een nieuwe speculaasfabriek aldaar die komend jaar operationeel zou moeten zijn. Dat is dan de eerste fabriek van Lotus buiten Europa.

Een andere duidelijke kans voor het bedrijf zijn gezonde snacks. De combinatie van een groeiende vraag naar gezonde tussendoortjes en een 'merkenbouwer' als Lotus is veelbelovend. Een voorbeeld zijn de energierepen van Nakd en Trek die ook in steeds meer Nederlandse winkels verkrijgbaar zijn. Lotus kreeg deze van oorsprong Britse merken dankzij overnames in handen. Een recentere overname is die van het Britse bedrijf Kiddylicious dat voedzame tussendoortjes op de markt brengt voor baby's, peuters en kleuters.

BEPROEFDE EXPANSIESTRATEGIE

Lotus is een goed geleid bedrijf met pure producten en goede groeikansen. Opgemerkt is dat de winstmarges al uitstekend zijn (afgelopen jaar bedroeg de nettowinst 12,3 procent van de omzet), wat maakt dat verdere winstgroei vooral uit omzetgroei zal moeten komen.



LOTUS SPECULOOS WORDT INTERNATIONAAL VERKOCHT ONDER DE NAAM LOTUS BISCOFF



België en Nederland zijn samen goed voor iets meer dan de helft van de omzet, en hier is het marktaandeel van Lotus al substantieel. Internationale expansie wordt kortom steeds belangrijker voor de groei van de omzet en de winst.

Bij de internationale expansie volgt Lotus telkens eenzelfde, vrij conservatief stappenplan. Vaak wordt een nieuwe markt betreden via de *out-of-home*-markt (horeca) zodat consumenten met de producten van Lotus bekend worden. Pas daarna worden de merken ook via supermarkten aangeboden waarbij

sterk wordt ingezet op ondersteunende reclame, vooral televisiecommercials. Deze beproefde strategie past Lotus bij het betreden van nieuwe geografische markten telkens met succes toe.

BEURSGENOTEERD FAMILIEBEDRIJF

Lotus is aan te merken als een beursgenoteerd familiebedrijf waarbij de familie Boone meer dan de helft van de aandelen in handen heeft. Familiebedrijven staan erom bekend bovengemiddeld op de langere termijn georiënteerd te zijn en voor Lotus geldt dit zeker ook.

Het aandeel is sinds de beursgang in 1988 nooit gesplitst, wat de huidige opvallend hoge beurskoers van ruim 2600 euro verklaart.

De winstgevendheid van Lotus ligt structureel op een hoog niveau en de vooruitzichten zijn gunstig. Dit maakt dat ik Lotus Bakeries ondanks de lage *Earnings Yield* (4,6 procent) als een vrij aantrekkelijk aandeel bestempel.

Belangrijk voor wie overweegt aandelen aan te schaffen, is te werken met limietorders. Het forse percentage aandelen in vaste handen en ook de hoge beurskoers in absolute zin maken dat het aantal verhandelde aandelen Lotus Bakeries maar beperkt is. Het meegeven van een maximumprijs is bij aankoop daarom absoluut aan te raden.

HENDRIK OUDE NIJHUIS KIJKT NET ALS WARREN BUFFETT GRAAG NAAR DE VOLGENDE WAARDERINGSMAATSTAVEN:



RETURN ON INVESTED CAPITAL (ROIC)

Deze ratio wordt berekend door het bedrijfsresultaat te delen door het geïnvesteerde kapitaal. De ROIC geeft aan in welke mate een bedrijf uitblinkt in het verdienen van geld. Bedrijven met een hoge ROIC hebben vaak een duurzaam concurrentievoordeel.



EARNINGS YIELD (EY)

Deze ratio wordt berekend door het bedrijfsresultaat te delen door de beurswaarde waarbij een correctie is aangebracht voor eventuele schulden en cash. Omdat gerekend wordt met het bedrijfsresultaat en gecorrigeerd wordt voor de balanspositie is de Earnings Yield een betere maatstaf om de waardering van verschillende aandelen met elkaar te vergelijken dan de meer bekende koers-winstverhouding.

KOERS VAN HET AANDEEL LOTUS BAKERIES IS IN DE AFGELOPEN VIJF JAAR RIJM VERVIERVOLDIGD

