

Geconsolideerde kerncijfers van de Groep Lotus Bakeries

in miljoen EUR

| | 2007 | 2006 | 2005 | 2004 | 2003 |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| RESULTATENREKENING | IFRS | IFRS | IFRS | IFRS | BGAAP |
| Omzet | 224,53 | 179,25 | 152,34 | 153,17 | 152,53 |
| Afschrijvingen | (9,69) | (8,46) | (7,93) | (7,73) | (10,59) |
| Courant bedrijfsresultaat (REBIT) | 28,70 | 19,94 | 15,05 | 13,99 | 8,07 |
| Courante bedrijfscashflow (REBITDA) ⁽¹⁾ | 38,75 | 28,46 | 23,08 | 21,10 | 19,87 |
| Niet-courant bedrijfsresultaat | (0,94) | (1,12) | 0,18 | (0,09) | (1,15) |
| Bedrijfsresultaat (EBIT) ⁽²⁾ | 27,76 | 18,82 | 15,23 | 13,90 | 6,92 |
| Financieel resultaat | (3,97) | (3,19) | (1,25) | (1,35) | (2,18) |
| Resultaat vóór belastingen | 23,79 | 15,63 | 13,98 | 12,55 | 4,75 |
| Belastingen | (3,44) | (4,52) | (4,52) | (4,29) | (1,85) |
| Resultaat na belastingen | 20,35 | 11,11 | 9,46 | 8,26 | 2,90 |
| Resultaat uit vermogensmutatie | 0,31 | 0,29 | 0,13 | 0,12 | 0,14 |
| Nettoresultaat | 20,66 | 11,40 | 9,59 | 8,38 | 3,04 |
| Nettoresultaat: aandeel derden | 0,14 | 0,03 | 0,08 | 0,08 | 0,08 |
| Nettoresultaat: aandeel Groep | 20,52 | 11,37 | 9,51 | 8,30 | 2,96 |
| AUTOFINANCIERING EN INVESTERINGEN | IFRS | IFRS | IFRS | IFRS | BGAAP |
| Netto cash flow | 29,71 | 22,03 | 18,43 | 16,36 | 17,01 |
| Investerings ⁽³⁾ | 7,33 | 10,33 | 9,71 | 7,91 | 6,90 |
| BALANS | IFRS | IFRS | IFRS | IFRS | IFRS |
| Balanstotaal | 195,33 | 199,50 | 105,18 | 104,94 | 108,24 |
| Eigen Vermogen | 68,92 | 54,68 | 48,43 | 40,33 | 33,40 |
| Netto financiële schulden ⁽⁴⁾ | 42,25 | 63,41 | 9,01 | 19,43 | 33,22 |
| AANTAL PERSONEELSLEDEN⁽⁵⁾ | 1.152 | 1.159 | 959 | 970 | 1.074 |
| GECONSOLIDEERDE KERNCIJFERS | 2007 | 2006 | 2005 | 2004 | 2003 |
| PER AANDEEL in EUR⁽⁶⁾ | IFRS | IFRS | IFRS | IFRS | BGAAP |
| Courant bedrijfsresultaat (REBIT) | 37,64 | 25,62 | 19,30 | 18,06 | 10,05 |
| Courante bedrijfscashflow (REBITDA) | 50,82 | 36,56 | 29,60 | 27,24 | 24,74 |
| Nettoresultaat: aandeel Groep | 26,90 | 14,61 | 12,19 | 10,72 | 3,69 |
| Nettodividend ⁽⁷⁾ | 4,05 | 3,30 | 2,25 | 1,80 | 1,05 |
| Gewogen gemiddeld aantal aandelen | 762.453 | 778.385 | 779.689 | 774.672 | - |
| TOTAAL AANTAL AANDELEN | | | | | |
| PER 31 DECEMBER | 803.037 | 803.037 | 803.037 | 803.037 | 803.037 |

(1) REBITDA wordt gedefinieerd als courant bedrijfsresultaat + afschrijvingen + voorzieningen en waardeverminderingen + niet-kaskosten waardering optie- en warrantsplan.

(2) EBIT wordt gedefinieerd als het courant bedrijfsresultaat + niet-courant bedrijfsresultaat.

(3) Omvat investeringen op materiële en immateriële vaste activa.

(4) Netto financiële schulden worden gedefinieerd als financiële schulden - geldbeleggingen - liquide middelen - eigen aandelen.

(5) Voor de joint ventures zijn alle personeelsleden voor honderd procent meegerekend.

(6) Vanaf 2004: t.o.v. gewogen gemiddeld aantal aandelen. T.e.m. 2003: t.o.v. totaal aantal aandelen.

(7) Voor 2007: dividend voorgesteld aan de Gewone Algemene Vergadering van 9 mei 2008.

Markante gebeurtenissen in 2007

∨ Nieuwe producten

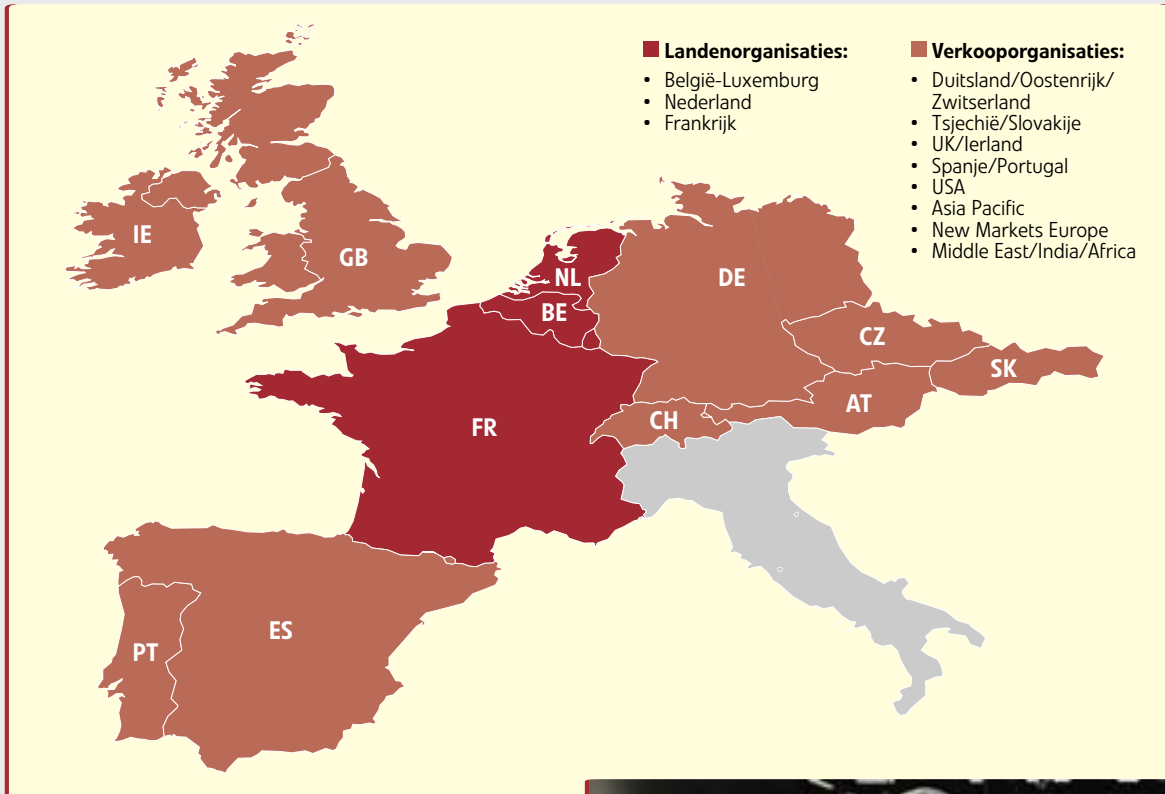


Lancering speculoos/Koffieleutjes in Nederland
 ∨ onder het merk Peijnenburg



Lancering van peperkoek in België onder het merk Lotus >





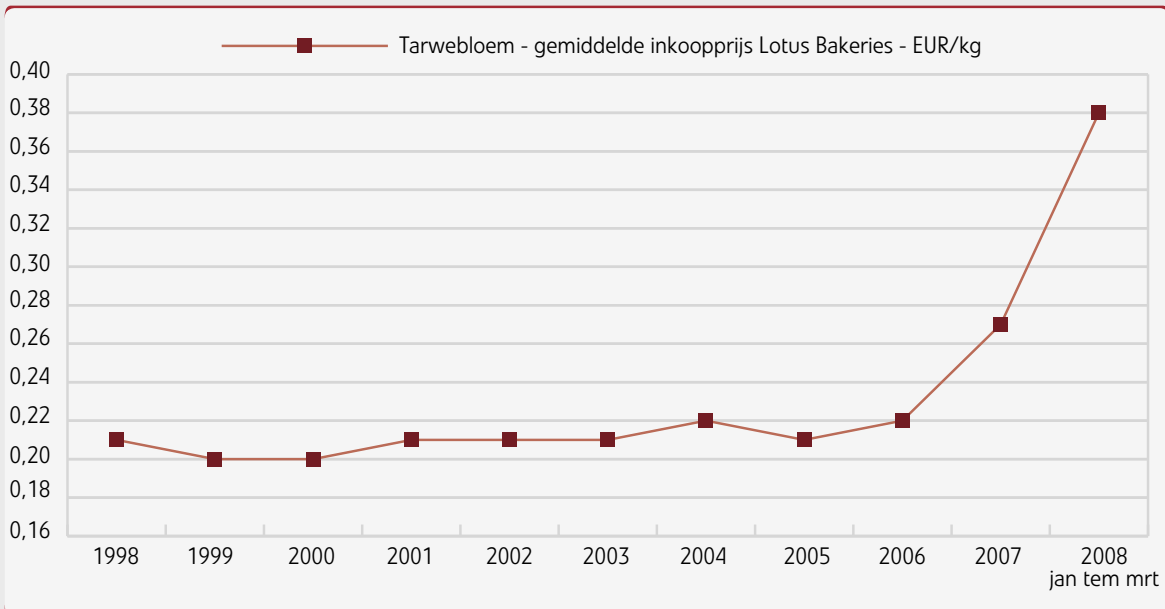
Nieuwe organisatiestructuur ^

Mededeling van stopzetting van productie van Jaffa Cake Bars voor Mc Vities in 2008



^ Productierecord in de plant Lembeke: kaap van 20 miljoen kg wordt overschreden.

Belangrijke prijsstijgingen van verschillende basisgrondstoffen (waaronder bloem, vetstoffen, chocolade, stropen) en verpakkingsmateriaal v





Karel Boone, Voorzitter en Matthieu Boone, CEO

I

BOODSCHAP VAN DE VOORZITTER EN DE CEO

Het jaar 2007 is voor Lotus Bakeries een goed jaar geweest.

De omzet steeg aanzienlijk, vooral in het tweede semester. Een interne groei van 5% in het eerste halfjaar en 14% in de tweede jaarhelft was boven verwachting.

Structureel liggen veel van onze producten goed in de markt. We hebben een productportfolio met lekkere en hooggewaardeerde producten met grote nadruk op de convenience en vele producten zoals ontbijtkoek/peperkoek met sterk geprofileerde gezondheidsaspecten.

Lotus en Peijnenburg zijn beide zeer sterke merken met een gedegen en eerlijke uitstraling: merkidentiteiten die ook in 2007 hun grote waarde hebben bewezen.

De verdere internationalisering van Lotus speculoos zette zich met kracht voort. Een meevaller was dat de verkopen in de Benelux en de omliggende landen gedurende de zomermaanden zeer hoog waren door de slabakkende zomer.

Ook organisatorisch is 2007 een goed jaar geweest. Na de overname van Koninklijke Peijnenburg per medio 2006 zijn we snel tot een hechte en goed gestroomlijnde organisatie gegroeid. Op groepsniveau zijn de daarmee verband houdende aanpassingen zeer succesvol verlopen. Ook de integratie van de Lotus Bakeries Nederland organisatie in de organisatie van Koninklijke Peijnenburg verliep zeer snel en efficiënt en zorgde voor belangrijke besparingen in Nederland.

Het jaar 2007 kenmerkte zich ook door zeer aanzienlijke stijgingen van veel grondstofprijzen. De ongeëvenaard snelle en scherpe grondstofprijsstijgingen hebben voor essentiële ingrediënten als granen, stropen en margarienes een structureel karakter. Lotus Bakeries heeft dan ook zijn prijzen zo snel mogelijk aangepast en deze prijsaanpassingen in de loop van het vierde kwartaal 2007 doorgevoerd. Dit was nodig en werd op tijd uitgevoerd.

Voor 2008 staan we opnieuw voor belangrijke uitdagingen. De belangrijkste daarvan zal zijn het goed omgaan met de reactie van de consument op de gestegen prijzen

en met de sterke waardevermeerdering van de euro ten opzichte van de US dollar en de meeste andere valuta. Lotus Bakeries zal deze effecten opvangen door de commerciële inspanningen nóg verder te verhogen: méér publiciteit en verdere versterking van de commerciële organisaties voor de exportmarkten.

Een belangrijk tweede taakveld is de verdere uitbouw van de productinnovatie: de ontwikkeling van nieuwe en vernieuwde producten in 2008. Voor 2008 voorzien we ook belangrijke investeringen, zowel in de uitbreiding van de productiecapaciteit voor speculoos en ontbijtkoek/peperkoek als in productiviteitsverbeteringen. Voortdurende verbetering van onze efficiëntie en productiviteit is essentieel voor de concurrentiekracht die wij nodig hebben om onze positie in de internationale koekjesmarkt verder te kunnen uitbreiden.

Management en medewerkers van Lotus Bakeries hebben inmiddels de uitvoering van deze plannen met alle inzet ter hand genomen en zijn - zoals in het verleden - sterk gemotiveerd om de strategische ambities waar te maken.



Matthieu Boone
CEO



Karel Boone
Voorzitter



Jan Boone, managing director en Jan Vander Stichele, managing director



MISSION STATEMENT EN CORPORATE STRATEGY

Mission statement

Lotus Bakeries wil haar **duurzame groei en rentabiliteit** baseren op:

- focus op **authentieke producten** uit de koekjes- en gebakwereld: speculoos, peperkoek/ontbijtkoek, wafels en galetten en gebakspecialiteiten. Producten die onderscheidend zijn, zowel ten aanzien van kwaliteit als van consumententevredenheid. De consument mag van Lotus Bakeries het beste verwachten in deze specialiteiten.
- een doelgerichte **merkpolitiek**: bouwen aan merken met inhoud. Lotus en Peijnenburg zijn sterke merken welke fierheid uitstralen en waar de consument terecht vertrouwen in heeft en zich er dus goed bij voelt.
- een duidelijk **leadership** in haar specialiteiten.

De **dimensie en de organisatie** van Lotus Bakeries moeten aangepast zijn aan de omvang en de voorziene evolutie van haar markt.

Corporate strategy

Het **terrein** van Lotus Bakeries bestaat uit authentieke specialiteiten uit de koekjes- en gebakwereld.

Lotus Bakeries wil haar leadership in deze producten versterken (of vestigen) in de eigen regio van iedere specialiteit en stimuleert de internationalisatie van deze producten. Dit leadership wordt uitgedrukt in **een sterke merkpositie voor de merken Lotus en Peijnenburg**.

Om dit doel te bereiken beschikt Lotus Bakeries over de volgende **essentiële middelen**:

- **Merkposities**: Lotus Bakeries beschikt over twee **zeer sterke merken** met een rijke inhoud in hun basismarkt (Lotus in België en Peijnenburg in Nederland) en een zeer sterke consumentenwaardering als specialist in de andere landen.
 - De merken maken nu op jaarbasis 82% van de totale omzet uit.
 - Investerings in de markt worden systematisch uitgebouwd om de merkbekendheid te verhogen en de groei in de merken te bestendigen.
 - Buiten Nederland zal Lotus het merk zijn voor alle specialiteiten welke met zorg gekozen worden. Voor Neder-

land wordt uiteraard Peijnenburg ingezet als het merk voor ontbijtkoek/peperkoek maar ook voor andere specialiteiten welke passen binnen het merkimago "Happen naar Peijnenburg (mag elke dag)".

- **Productgamma's** die in België, Nederland en Frankrijk gebaseerd zijn op belangrijke specialiteiten uit dit land, versterkt met deze van de andere landen. In de andere landen worden deze specialiteiten gewaardeerd om hun vernieuwing en specificiteit.
- De **gespecialiseerde productiecentra** zijn in staat om de specifieke technologieën zo toe te passen dat de producten door de verbruiker gewaardeerd worden om hun kwaliteit en eigen karakter en dat tegelijk een competitieve kostprijs wordt bereikt.
- De **commerciële organisatie** is in vele landen in de diepte uitgebouwd zodat in de belangrijkste markten specifieke marktsegmenten en consumentengroepen worden bereikt. De detailhandel (retail) is in de meeste markten het voornaamste afzetkanaal, maar out of home (grootverbruik en horeca) groeit in belang. In de belangrijkste markten (België, Nederland, Frankrijk) worden de merken Lotus en Peijnenburg en de verkoop gestimuleerd door actieve publiciteit en promotionele activiteiten. In de andere landen wordt een actieve commerciële politiek gevoerd, die is aangepast aan de positie als specialist in het betreffende land.
- **Nieuwe productontwikkelingen** en een evolverende consument inzake **nutritionele vereisten** (low trans margarine, low sat margarine, producten rijk aan vezels, minder vet enz.) vereisen een sterk team op gebieden als productverbetering en productontwikkeling. Lotus Bakeries heeft hiervoor een team van specialisten dat ondersteuning biedt aan de plants, om markt- en marketingevoluties doelgericht te kunnen uitvoeren.
- Door het gebruik van een geïntegreerd informatiesysteem beschikt Lotus Bakeries over een zeer effectief **MIS** (Management Information System) dat het mogelijk maakt de strategische sturing en de dagelijkse leiding van de ondernemingsactiviteiten te baseren op concrete gegevens.

Lotus Bakeries zal zo haar verdere **groei en rentabiliteit** realiseren door de versterking van haar markt- en merkpositie en door de verdere internationalisatie van haar producten.





PROFIEL VAN DE GROEP

1. Producten en markten

Lotus Bakeries heeft gekozen voor een **merkpolitiek** in authentieke **specialiteiten uit de koekjes- en gebakwereld**: speculoos, peperkoek/ontbijtkoek, wafels en galetten en gebakspecialiteiten. Dit wordt gerealiseerd door het leadership van Lotus Bakeries in deze producten te versterken in de regio van de specialiteit en door de internationalisatie van deze producten te stimuleren.

Speculoos

Speculoos is van oorsprong Belgisch en dankt zijn typische smaak aan de karamelisatie van de suiker tijdens het bakproces. In België is Lotus speculoos een toproduct in de gehele koekjesmarkt. Lotus speculoos kent steeds meer internationale bijval zodat inmiddels 65% van de verkoop buiten België wordt gerealiseerd. Frankrijk, USA, UK en Duitsland zijn de voornaamste markten buiten België. In juni 2007 werd in Nederland de speculoos gelanceerd onder de naam Peijnenburg "Koffieleutjes". Deze introductie is zeer succesvol verlopen.

Andere landen waar Lotus speculoos een sterk groeiend succes kent, zijn Zuid-Korea, Japan, Tsjechië, Zwitserland, Oostenrijk, Israël, Spanje en Italië. Ook de andere exportmarkten ontwikkelen zich zeer gunstig.

Wafels en galetten

België heeft reeds lang een goede reputatie voor zijn wafels. Lotus Bakeries heeft in dit segment een zeer uitgebreid gamma bestaande vooral uit Luikse wafels, Soft wafels, gevulde wafels, galetten (knapperige en dunne wafels) en vanillewafels. Door zich als merk te onderscheiden kan Lotus Bakeries in deze producten in België de keuze voor kwaliteit en specificiteit bevorderen. Van de Lotus wafels wordt 60% buiten België verkocht, vooral in Frankrijk, Duitsland, UK en Nederland.

Gebakspecialiteiten

Deze groep van authentieke producten is moeilijk onder één noemer te plaatsen. In vrijwel alle gevallen gaat het om specialiteiten die zeer populair in hun regio en land van oorsprong zijn, die een uitstekende kwaliteit en een sterke branding hebben en als gevolg daarvan stevig en diep in het consumentengedrag en consumptiepatroon zijn verankerd. Deze producten zoals frangipane, madeleine, carré confiture, Zebra in België, Glacés en Enkhuizer koeken in Nederland en Bretoense boterspecialiteiten zijn dan ook belangrijke steunpunten voor de populariteit van het merk Lotus.

Peperkoek (benaming in België) Ontbijtkoek (benaming in Nederland)

Dit authentieke product uit de Lage Landen heeft zich zeer sterk ontwikkeld in Nederland waar sterke merken zoals Peijnenburg en Wieger Ketellapper zijn uitgebouwd tot moderne, eigentijdse begrippen die passen in het verbruikspatroon van de hedendaagse bewuste consument. In Nederland is - door de kwaliteit van de producten en door de dynamiek waarmee de merken zijn geladen - de populariteit van de ontbijtkoek zeer groot en is het verbruik in totaal meer dan 30 miljoen kg per jaar. Koninklijke Peijnenburg heeft een marktaandeel van meer dan 60% van de Nederlandse markt. De actuele dynamiek op de Nederlandse markt zal uiteraard worden voortgezet door het vlaggenschip 'Peijnenburg'.

In België wordt slechts 5 miljoen kg peperkoek verbruikt. In Frankrijk is peperkoek ook populair. Lotus wil deze producten versterkt commercialiseren, allereerst in België en Frankrijk. Onder het merk Lotus zal een nieuwe dynamiek aan dit product worden gegeven door productontwikkeling en verpakkingsvernieuwing.

Peperkoek werd in juni 2007 met succes onder het merk Lotus in België gelanceerd. De doelstelling om 10% marktaandeel te halen na 6 maanden werd overschreden en in tegenstelling tot vroeger is de peperkoekmarkt door een nieuwe dynamiek veranderd van een stagnerende markt in een groeiemarkt.

2. Verkooporganisaties

Lotus producten worden zowel thuis als buitenshuis verbruikt. Om iedere markt intensief te kunnen bewerken heeft Lotus Bakeries gespecialiseerde verkoopteams per markt: detailhandel (retail), catering (scholen, klinieken) en food service (hotels, restaurants, cafés en benzinestations).

Eigen verkooporganisaties zijn actief in **België, Nederland, Frankrijk, Duitsland/Oostenrijk/Zwitserland, Tsjechië/Slovakije, het Verenigd Koninkrijk** en sedert 1 februari 2008 in **Spanje**.

In de **Verenigde Staten** heeft Lotus Bakeries een joint venture die als postorderbedrijf de Lotus producten verkoopt (catalog-sales) en ook de verkoop in retail organiseert. Daarnaast verkoopt een gespecialiseerd Amerikaans bedrijf Lotus producten aan luchtvaartmaatschappijen.

In **Zuid-Korea, Japan, Israël, Italië, Taiwan, Cyprus, Libanon, Griekenland, China, Koeweit** en andere exportlanden doet Lotus Bakeries een beroep op gespecialiseerde invoerders welke op professionele wijze onze producten met succes verkopen. In **Singapore** werd een eigen exportafdeling opgericht voor de landen van Azië en Oceanië.

Harry's Benelux is een joint venture met Harry's, marktleider in Frankrijk in voorverpakte broodproducten. Zij commercialiseert in België een gamma broodproducten met een houdbaarheid van 28 à 42 dagen.

3. Productievestigingen

Het omvangrijk productengamma van Lotus Bakeries brengt met zich mee dat verschillende producttechnologieën worden aangewend. Het kennen, beheersen en verder ontwikkelen van deze producttechnologieën is voor Lotus Bakeries een permanente uitdaging. Daarnaast is het noodzakelijk om het aantal producten en technologieën per productie-eenheid te beperken. Het is dan ook noodzakelijk om de producten en productieprocessen te concentreren in gespecialiseerde fabrieken.

Hieronder volgt een overzicht van de productievestigingen:

België

- In **Kaprijke** (Lembeke), Oost-Vlaanderen, wordt naast het volledig gamma speculoos ook frangipane geproduceerd.
- In **Gent** (Oostakker), Oost-Vlaanderen, worden made-

leine, Amico, Zebra en Midi geproduceerd en deze productievestiging is bovendien gespecialiseerd in snack-cakes (Marshmallow, Bimbo) en in carré confiture.

- De wafel- en galettenproductie is verdeeld tussen **Meise**, Vlaams-Brabant en **Courcelles**, Henegouwen.

Frankrijk

- **Comines**, Le Nord, is gespecialiseerd in gevulde wafels, kokosproducten en de frangipane onder het merk Cremers en onder distributiemerken.
- In **Briec-de-l'Odet**, Bretagne, produceert Le Glazik de Bretoense boterproducten: quatre-quarts barres, demi lunes, mini quatre-quarts, madeleine, gâteaux bretons, galettes bretonnes, palets en luxekoekjes met boter (amandelbrood en hartjes).

Nederland

- **Geldrop**, Noord-Brabant, hier wordt de beroemde Peijnenburg-koek geproduceerd in twee plants, nl. P1 en P2 die op dezelfde site gesitueerd zijn.
- **Sintjohannesga**, Friesland, de Sintjohannesga-site (voorheen Wieger Ketellapper) produceert Friese koek onder het merk Wieger Ketellapper alsook ontbijtkoek onder het merk Peijnenburg.
- **Enkhuizen**, Noord-Holland, produceert Glacés, mergpijpjes en Enkhuizer koeken.

4. Logistiek centrum

De producten uit de verschillende productievestigingen vormen één gamma dat beschikbaar is voor bestellingen door de klanten. Het logistiek centrum te **Lokeren** (Oost-Vlaanderen, België) verzorgt de afname van deze productievestigingen en de leveringen aan de klanten voor alle landen en regio's behalve Nederland en Bretagne. In Nederland gebeuren de leveringen door een externe logistieke partner.

5. Groepsfuncties en landenorganisatie

Om te komen tot een zo coherent en efficiënt mogelijke realisering van de strategie en de doelstellingen van de Groep is de organisatie hier volledig op afgestemd.

Een eerste sleutelwoord is daarbij '**coherentie**': een principiële keuze voor een duidelijke groepsbrede aanpak. Deze groepsaanpak is belangrijk aangezien Lotus Bakeries een algemene merkstrategie toepast, wil inspelen op de internationalisering van bepaalde klanten en op groepsniveau wil beschikken over expertise in diverse domeinen (Corporate Finance, Corporate Human Resources, Corporate Services Operations en Secretariaat-Generaal). Een tweede sleutelwoord is '**efficiëntie**': een voorwaarde om goed te kunnen inspelen op de commerciële eigen-

heden van iedere markt en van de eigen cultuur van ieder land. Het is van cruciaal belang om ieder land zo goed mogelijk aan bod te laten komen in de concrete vertaling en uitwerking van de beleidslijnen die op groepsniveau worden vastgesteld (landenorganisatie België, landenorganisatie Nederland, landenorganisatie Frankrijk en Sales Offices in landen zonder productievevestigingen).

Het Executief Comité (EXCO) draagt de strategie voor, keurt de actieplannen goed en bepaalt de corporate policies. Het EXCO vormt het belangrijkste coördinerende en dirigerende corporate orgaan. Naast de drie uitvoerende bestuurders bestaat het EXCO uit de corporate directeur finance, de corporate directeur human resources, de algemeen directeur België en de algemeen directeur Nederland.



IV

CORPORATE GOVERNANCE

Lotus Bakeries heeft een **Corporate Governance Charter** aangenomen en gepubliceerd op haar website (www.lotusbakeries.com). Dit charter wordt aangepast in functie van gegevens die wijzigen. Dit charter verbindt er zich toe de principes van de Corporate Governance Code van 9 december 2004 toe te passen en beschrijft de belangrijkste aspecten van Lotus Bakeries' Corporate Governance en de interne reglementen van de Raad van Bestuur, van de Comités en het Executief Comité.

In dit jaarverslag worden de feitelijke gegevens over het toepassen van Lotus Bakeries' Corporate Governance weergegeven. Het bevat ook de uitleg over de afwijkingen t.o.v. de bepalingen van de Corporate Governance Code.

1. Raad van Bestuur en Comités van de Raad van Bestuur

1.1 Raad van Bestuur

1.1.1 Samenstelling

- Van **01/01/2007 tot 31/12/2007** was de samenstelling de volgende:
 - Baron Karel Boone tot 11 mei 2007 en Charlofin NV vanaf 11 mei 2007, vertegenwoordigd door haar vaste vertegenwoordiger, Karel Boone, Niet-uitvoerend Voorzitter, vertegenwoordigt de meerderheidsaandeelhouder, Bisinvest NV.
 - Beukenlaan NV, vertegenwoordigd door haar vaste vertegenwoordiger, Matthieu Boone, gedelegeerd bestuurder en CEO, vertegenwoordigt de meerderheidsaandeelhouder, Bisinvest NV.
 - CofigoMM BVBA, vertegenwoordigd door haar vaste vertegenwoordiger, Jan Vander Stichele, uitvoerend bestuurder.
 - Mercur Consult NV, vertegenwoordigd door haar vaste vertegenwoordiger, Jan Boone, uitvoerend bestuurder.
 - Stanislas Boone, niet-uitvoerend bestuurder, vertegenwoordigt de meerderheidsaandeelhouder, Bisinvest NV.

- PMF NV, vertegenwoordigd door haar vaste vertegenwoordiger, Johan Boone, niet-uitvoerend bestuurder, vertegenwoordigt de meerderheidsaandeelhouder, Bisinvest NV.
- Anton Stevens, niet-uitvoerend bestuurder, vertegenwoordigt de meerderheidsaandeelhouder, Bisinvest NV.
- Michaël Boone & Co BVBA, vertegenwoordigd door haar vaste vertegenwoordiger, Michaël Boone, niet-uitvoerend bestuurder, vertegenwoordigt de meerderheidsaandeelhouder, Bisinvest NV.
- Graaf Paul Lippens, onafhankelijk bestuurder.
- Christulf BVBA, vertegenwoordigd door haar vaste vertegenwoordiger, Chris Dewulf, onafhankelijk bestuurder.
- Jean-Luc Dehaene, onafhankelijk bestuurder.
- Herman Van de Velde NV, vertegenwoordigd door haar vaste vertegenwoordiger, Herman Van de Velde, onafhankelijk bestuurder.
- Wolferen BV⁽¹⁾, vertegenwoordigd door haar vaste vertegenwoordiger, Johan Lokhorst, niet-uitvoerend bestuurder.

Op deze wijze hebben we een evenwichtige Raad van Bestuur waarin de meerderheidsaandeelhouders, de onafhankelijke bestuurders en de directie voldoende vertegenwoordigd zijn.

Alle bestuursmandaten vervallen onmiddellijk na de Gewone Algemene Vergadering van 2009 behalve het mandaat van Wolferen BV dat eindigt onmiddellijk na de Gewone Algemene Vergadering van 2011.

Paul Lippens is niet-uitvoerend, onafhankelijk bestuurder sinds 1988. Hij is tevens Voorzitter van de Raad van Bestuur van Iscal Sugar NV, fabrikant van suiker en één van de leveranciers van Lotus Bakeries. De Raad van Bestuur meent dat de onafhankelijkheid van Paul Lippens niet in het gedrang komt daar er geen interferentie is tussen de aankoop van suiker en de functie van bestuurder bij Lotus Bakeries. Ook het feit dat de benoeming van Paul Lippens in mei 2005 een vierde mandaat was, werd door de Raad van Bestuur, in dit geval, niet als een aantasting van zijn onafhankelijkheid beschouwd.

(1) Benoemd door de Gewone Algemene Vergadering van 11 mei 2007.

- Voorstel aan de **Gewone Algemene Vergadering van 9 mei 2008**:
 - Voorstel tot benoeming van Christavest Comm. VA, vertegenwoordigd door haar vaste vertegenwoordiger, Stanislas Boone tot bestuurder in plaats van Stanislas Boone.
- De curricula vitae van de bestuurders zijn weergegeven op pagina's 45-46 van dit jaarverslag en op de corporate website van Lotus Bakeries.
- De secretaris van de Raad van Bestuur is Filip Standaert, Secretaris-Generaal.

1.1.2 Werking van de Raad van Bestuur

- De Raad van Bestuur vergaderde zesmaal in 2007. Alle bestuurders waren aanwezig op alle vergaderingen, behalve éénmaal twee bestuurders.
- De behandelde onderwerpen waren:
 - recente verkoop- en financiële resultaten
 - resultaten op 30/06 en 31/12 en voorstel persbericht
 - investeringsbudget en globaal budget
 - voorstel onderwerpen jaarverslag
 - integratieproces Peijnenburg
 - nieuwe wet met betrekking tot de openbare overnamebiedingen
 - stock options en warrants
 - agenda's Algemene Vergaderingen
 - overnameprojecten
 - verslagen en aanbevelingen van de Comités
 - nieuwe productintroducties
 - inlichtingen over concrete activiteiten en organisatie
 - evolutie grondstofprijzen.
- Er heeft zich in de loop van 2007 één situatie voorgedaan waarbij in de Raad van Bestuur de procedure van artikel 523 van het Wetboek van Vennootschappen op de belangenconflictregering werd toegepast met name, op de goedkeuring van het warrantenplan 2007, waaronder de verdeling van het aantal aan te bieden warrants per functiecategorie. Dit was het geval in de vergaderingen van de Raad van Bestuur van 22 juni 2007 en 18 juli 2007. Beukenlaan NV, Mercurus Consult NV en CofigoMM BVBA hebben aan de beraadslaging en de goedkeuring van dit agendapunt niet deelgenomen.
- Er hebben zich in de loop van 2007 geen belangenconflicten voorgedaan tussen Lotus Bakeries NV (met inbegrip van haar verbonden vennootschappen) en haar bestuurders, respectievelijk leden van het Executief Comité, die niet onder de belangenconflictregering van artikel 523 en 524 van het Wetboek van Vennootschappen vallen.

- Het nieuw benoemde lid van de Raad van Bestuur, Wolferen BV, heeft de aan hem aangepaste informatie en bezoeksessies gekregen zodat hij kennis heeft verworven van de Lotus Bakeries strategie, organisatie en belangrijkste activiteiten.

De in de loop van 2007 uitgevoerde transacties in effecten van Lotus Bakeries NV door personen die beschouwd worden als insider en door personen met leidinggevende verantwoordelijkheid zijn gebeurd volgens de regels van Lotus Bakeries ter voorkoming van marktmisbruik.

1.2 Auditcomité

Het Auditcomité bestaat uit twee onafhankelijke bestuurders: Paul Lippens (Voorzitter) en Christulf BVBA, vertegenwoordigd door haar vaste vertegenwoordiger, Chris Dewulf. Michaël Boone & Co BVBA, vertegenwoordigd door haar vaste vertegenwoordiger Michaël Boone en Charlofin NV, vertegenwoordigd door haar vaste vertegenwoordiger, Karel Boone, beide niet-uitvoerende bestuurders zijn de twee andere leden van het Auditcomité. De Voorzitter heeft een doorslaggevende stem in geval van staking van stemmen zodat de onafhankelijke bestuurders voldoende invloed hebben. Het Auditcomité vergaderde driemaal in 2007 en alle leden waren aanwezig. De externe Auditor nam deel aan een deel van de drie vergaderingen en heeft in deze drie vergaderingen zijn bevindingen aan het Auditcomité voorgesteld.

De behandelde onderwerpen waren:

- systematische behandeling van een risico-domein in het kader van een global audit aanpak
- bevindingen en aanbevelingen van de Commissaris
- IFRS waarderingsregels
- bespreking van rapporten van de externe Auditor over specifieke domeinen
- voorstel tot benoeming van de nieuwe Commissaris.

1.3 Remuneratie- en Benoemingscomité

Het Remuneratie- en Benoemingscomité telt vier leden die allen niet-uitvoerende bestuurders zijn: Christulf BVBA (Voorzitter), vertegenwoordigd door haar vaste vertegenwoordiger, Chris Dewulf, Jean-Luc Dehaene en Paul Lippens zijn onafhankelijke bestuurders. Charlofin NV, vertegenwoordigd door haar vaste vertegenwoordiger, Karel Boone is niet-uitvoerend en niet-onafhankelijk lid. Het Comité vergaderde driemaal in 2007 waarbij telkens alle leden aanwezig waren.

De behandelde onderwerpen waren:

- salarissen, bonus en benefits voor 2007: systemen voor kaders en directie en concrete toepassing leden Executief Comité
- benoeming van twee nieuwe leden van het Executief Comité.

1.4 Vergoeding van de bestuurders

De leden van de Raad van Bestuur ontvangen elk 12.500 EUR/jaar. De Voorzitter ontvangt 25.000 EUR op jaarbasis. Ieder lid van het Audit- of het Remuneratie- en Benoemingscomité ontvangt een vergoeding van 5.000 EUR/jaar.

2. Executief Comité

- Het Executief Comité bestaat uit volgende leden:
 - Beukenlaan NV, vertegenwoordigd door haar vaste vertegenwoordiger, Matthieu Boone, CEO en Voorzitter
 - CofigoMM BVBA, vertegenwoordigd door haar vaste vertegenwoordiger, Jan Vander Stichele, managing director
 - Mercur Consult NV, vertegenwoordigd door haar vaste vertegenwoordiger, Jan Boone, managing director
 - Wilfried Deleye, corporate directeur finance
 - William Du Pré, algemeen directeur België
 - Jos Destrooper, corporate directeur human resources
 - Marco de Leeuw, algemeen directeur Nederland (vanaf mei 2007).
- De secretaris van het Executief Comité is Filip Standaert, Secretaris-Generaal.
- Het Executief Comité vergaderde tweëntwintigmaal in 2007. Alle leden waren aanwezig op alle vergaderingen. Er waren geen transacties tussen Lotus Bakeries en de leden van het Executief Comité die strijdig waren met de belangen van Lotus Bakeries.
- De leden van het Executief Comité hebben door de aard van hun functies verschillende statuten, zowel in België als in andere landen. De remuneratie wordt daarom, waar nodig, omgezet tot een brutosalaris vóór sociale lasten ten laste van de werkgever.

In 2007 ontving de CEO volgende remuneraties:

- vaste vergoeding: 282.287 EUR
- variabele vergoeding: 127.027 EUR
- andere: 62.160 EUR

In 2007 ontvingen de leden van het Executief Comité, de CEO niet inbegrepen, samen volgende remuneraties:

- vaste vergoeding: 858.380 EUR
- variabele vergoeding: 307.422 EUR
- andere (groepsverzekeringen en diverse): 182.061 EUR

In 2007 werden volgende aantallen opties toegekend en aanvaard:

- Karel Boone 750
- Matthieu Boone 1.000
- Jan Vander Stichele 750
- Jan Boone 750
- Wilfried Deleye 500
- William Du Pré 500
- Jos Destrooper 500
- Marco de Leeuw 500

In 2007 werden, ter vervanging van de aandelenoptieplannen, voor de eerstkomende jaren volgende warranten toegekend en aanvaard:

- Matthieu Boone 5.000
- Jan Vander Stichele 5.000
- Jan Boone 5.000
- Wilfried Deleye 2.500
- William Du Pré 2.500
- Jos Destrooper 2.500
- Marco de Leeuw 2.500

- Er zijn geen bijzondere aanwervings- en vertrekregelingen overeengekomen met de leden van het Executief Comité.

3. Externe audit

PricewaterhouseCoopers Bedrijfsrevisoren BCVBA vertegenwoordigd door de heer Lieven Adams, bedrijfsrevisor, en de heer Peter Opsomer, bedrijfsrevisor, is benoemd tot Commissaris van Lotus Bakeries NV op 11 mei 2007 door de Algemene Vergadering van Aandeelhouders voor een termijn van drie jaar. Het mandaat vervalt onmiddellijk na de Gewone Algemene Vergadering van Aandeelhouders van 2010. De vergoedingen die in 2007 betaald zijn voor de audit- en niet-auditdiensten aan PricewaterhouseCoopers Bedrijfsrevisoren en aan de personen met wie PricewaterhouseCoopers Bedrijfsrevisoren is verbonden, zijn weergegeven op p. 34 van de financiële bijlage.