

persbericht

Financiële resultaten 2025

Sterke financiële prestaties voor La Lorraine Bakery Group in 2025, die de basis voor toekomstige groei versterken

Ninove (België), 27 april 2026 – La Lorraine Bakery Group (LLBG) realiseerde in 2025 een omzet van 1,57 miljard euro. Deze omzetgroei van 7,5% werd voornamelijk gedragen door de Bakery-divisie en weerspiegelt zowel organische groei – mogelijk gemaakt door recente capaciteitsinvesteringen in België, Tsjechië en Roemenië – als de verdere integratie van joint ventures, met name Bakery de France in de VS en verhoogde participaties in La Boîte à Pain (VK) en SPA Bakery (Italië).

De REBITDA-marge (als percentage van de omzet) bedroeg in 2025 14,4%, wat 0,2 procentpunt hoger is dan de REBITDA-marge van vorig jaar. De groei van de REBITDA is het resultaat van de productleiderschapsstrategie van de Groep, met een focus op innovatie en productcategorieën met een hogere toegevoegde waarde. De like-for-like REBITDA-groei (zonder integratie van joint ventures) werd afgeremd door een lager dan verwachte volumegroei en sterkere prijsconcurrentie in de markt.

In 2025 zette LLBG zijn ambitieuze CAPEX-programma verder, met investeringen van 218 miljoen euro in nieuwe bakkerijproductie- en opslagcapaciteit, ter ondersteuning van de toekomstige groeiplannen.

LLBG zet groeitraject voort in 2025

De **omzetgroei van 7,5% tot 1,57 miljard euro** onderstreept de consistente uitvoering van de langetermijngroeistrategie van de Groep. De Bakery-divisie profiteerde van nieuwe beschikbare capaciteit in West- en Centraal- & Oost-Europa, versterkt door de consolidatie van Bakery de France (VS), SPA Bakery (Italië) en La Boîte à Pain (VK). De Milling-divisie rapporteerde een stabiele omzet ten opzichte van 2024.

De **REBITDA-marge** (als percentage van de omzet) bedroeg in 2025 **14,4%**, wat **0,2 procentpunt** hoger is dan de REBITDA-marge van vorig jaar. De REBITDA steeg met **9,1%** ten opzichte van 2024 tot **227 miljoen euro**. Deze groei werd gedragen door de productleiderschapsstrategie van de Groep, met focus op innovaties en meer gevaloriseerde productcategorieën (zoals een nieuw assortiment zuurdesembroden, smaakvolle Italiaanse broden, nieuwe donuts en mini-beignets, en hartige producten zoals börek). De like-for-like REBITDA-groei (zonder de integratie van joint ventures) bleef echter onder de verwachtingen door een volumegroei die lager uitviel dan voorzien en sterkere prijsconcurrentie in de markt.

De **CAPEX-investeringen** bedroegen **218 miljoen euro**, met focus op state-of-the-art productielijnen en logistieke infrastructuur in Europa en Noord-Amerika. Dit omvat onder meer de start van de bouw van een nieuwe productiehal bij de Amerikaanse joint venture-partner Bakery de France, de uitbreiding van opslagcapaciteit in Tsjechië en

voorbereidende werken voor bijkomende geautomatiseerde magazijnen in Polen, België en Roemenië.

Duurzaamheid als belangrijke strategische prioriteit

In 2025 werd duurzaamheid volledig verankerd in de langetermijn productleiderschapstrategie van de Groep. Dit duurzaamheidskader steunt op een evenwichtig portfolio waarin brood de dominante productcategorie blijft, voedzamere producten, meer natuurlijke ingrediënten en een lagere klimaatimpact van de gebruikte grondstoffen.

In dat kader ondertekende LLBG het **Sustainable Wheat Initiative Europe**, een samenwerkingsverband binnen de bakkerijsector dat streeft naar een **reductie van 30% van de koolstofuitstoot** afkomstig van tarwe en bloem tegen 2030 ten opzichte van 2022, via gecoördineerde samenwerking met molenaars en landbouwers in heel Europa om de transitie naar duurzamere landbouwpraktijken te versnellen.

Operationeel zette LLBG zijn groepsbrede initiatieven rond energiereductie/-transitie en voedselverspilling verder. Daardoor realiseerde de Groep een **reductie van 31% in Scope 1- en 2-emissies** ten opzichte van 2022.

Guido Vanherpe, Group CEO:

“2025 was een overgangsjaar. In de nasleep van de inflatie en volatiliteit van de voorbije jaren stonden het consumentenvertrouwen en de koopkracht in België en Europa onder druk. Geopolitieke spanningen zorgden voor extra onzekerheid in de markten. LLBG reageerde door zijn strategie verder aan te scherpen, de kosten strict onder controle te houden en de ondernemingszin verder te versterken.

Hoewel de resultaten algemeen goed waren, liep de omzetgroei enigszins achter op het ambitieniveau dat samenhangt met het omvangrijke CAPEX-programma. In 2026 zal de Groep daarom een gedisciplineerde focus behouden op volumegroei, innovatieve producten en oplossingen, net als op kosten- en overheadcontrole en efficiënties door schaling. LLBG blijft overtuigd zijn langetermijngroeiambities te kunnen realiseren, gedragen door duurzame innovatie, uiterst efficiënte fabrieken en verdere internationale expansie.”

Vooruitzichten 2026: verdere groei verwacht in een uitdagende context

Ondanks een uitdagende externe context, met geopolitieke spanningen, volatiel consumentenvertrouwen, toenemende concurrentie en een stijgende prijsdruk van klanten, verwacht LLBG zijn groeitraject in 2026 voort te zetten. De Groep mikt op **single digit groei** in zowel omzet als volume, met een focus op het vullen van de recent toegevoegde capaciteit.

De **REBITDA** zal naar verwachting sneller groeien dan de omzet, gedreven door kostenbeheersing, digitale en AI-gedreven oplossingen, operationele schaalvoordelen en voortdurende innovatie.

Om de middellangetermijngroei te ondersteunen, plant LLBG in 2026 **recordinvesteringen van circa 250 miljoen euro**, met prioriteit voor een tijdige uitvoering van het CAPEX-programma in Europa en de Amerikaanse joint venture.

Duurzaamheid blijft hoog op de agenda staan, niet alleen via de vermindering van voedselverspilling en energieverbruik, maar ook via een duurzamere tarwe-inkoop en verdere verbetering van de nutritionele waarde van het productportfolio (bijvoorbeeld meer vezels in brood).

Terwijl de Groep groeit, blijft zij trouw aan haar ondernemende DNA en het actief uitdragen van haar waarden en leiderschap dicht bij de werkvloer, om zo een cultuur te versterken die zeer klantgericht, eenvoudig, wendbaar en oplossingsgericht is.

[2025 At a Glance >](#)
[Sustainability Report 2025 >](#)

Contact

Nele Van Malderen,
Chief Communication & Sustainability Officer
n.vanmalderen@llbg.com
+32 (0)470 500 200

Over La Lorraine Bakery Group

La Lorraine Bakery Group (LLBG) is een 100% familiaal maalderij- en bakkerijbedrijf met hoofdzetel in België. Met haar **5.700 medewerkers** is de Groep actief in meer dan **40 markten**, en produceert het bakkerijproducten in **18 ultramoderne bakkerijen** en één maalderij.

De activiteiten bestrijken vier kerngebieden: **Frozen Bakery, Fresh Bakery, Store Concepts en Milling**. In 2025 realiseerde de Groep een omzet van **1,57 miljard euro**.

LLBG engageert zich voor duurzaamheid, innovatie en waardecreatie voor alle stakeholders. Onze missie is om natuurlijke, smakelijke en verse bakkerijproducten aan te bieden en tegelijk die bijdragen aan evenwichtige voeding en consumentenplezier te ondersteunen. Door middel van expertise, technologie en getalenteerde medewerkers willen we de bakkerijmarkt transformeren en een beter bedrijf uitbouwen voor de volgende generaties.

Elke dag staan we op om samen een betere wereld te bakken.
www.llbg.com