

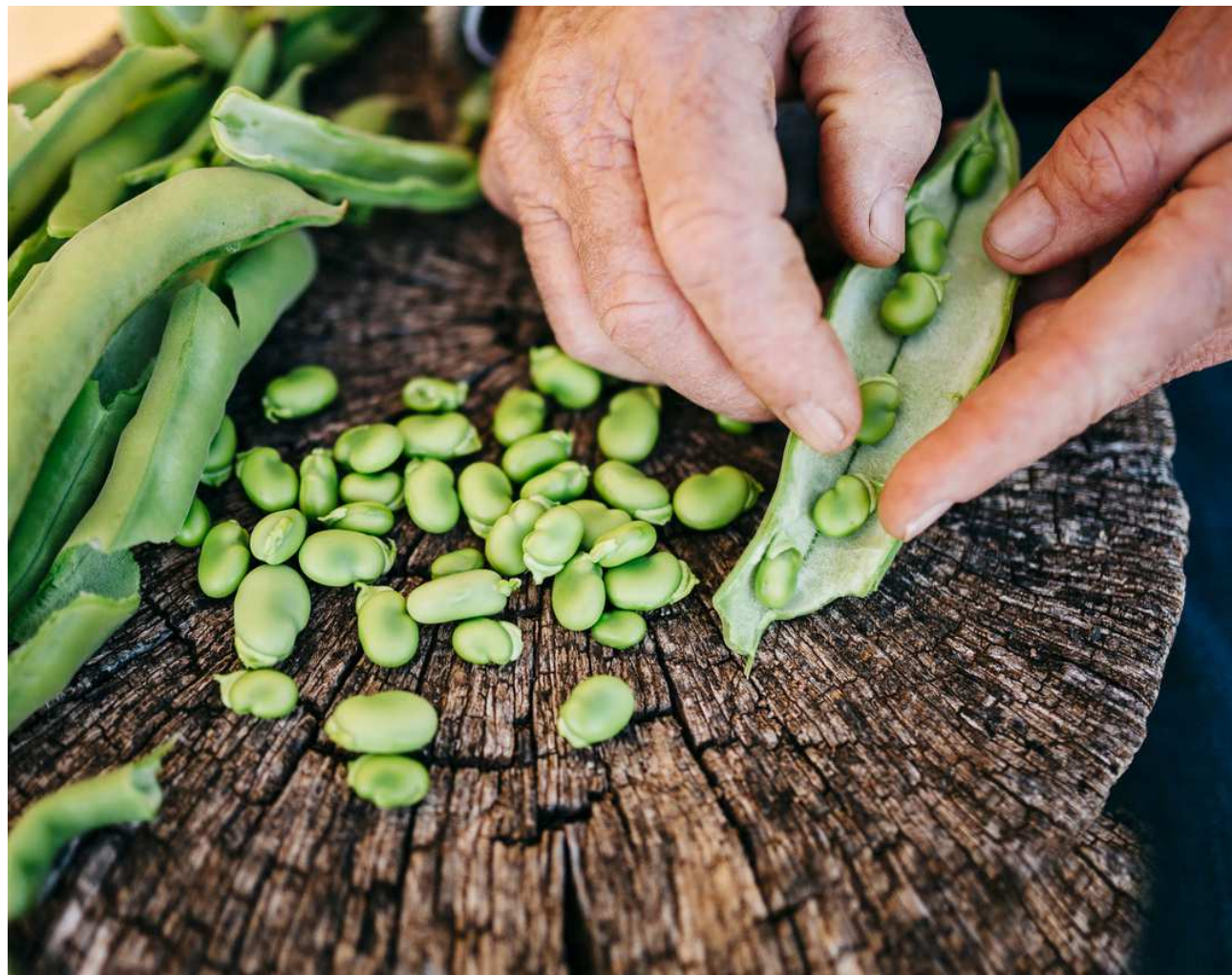
Cultivons le bien-vivre par l'alimentation végétale

Oct.

2017

2016-2017 :
une étape majeure de
l'ambition VegeGo! 2025

The logo for Bonduelle, featuring a stylized orange and yellow arc above the word "Bonduelle" in a black serif font.



Résultats annuels Groupe Bonduelle – Exercice 2016-2017

Résultats 2016-2017

- ▶ **Un exercice de croissance et de performance économique et financière**
- ▶ **Des performances opérationnelles solides**
- ▶ **Ready Pac Foods : une acquisition transformante**
- ▶ **Perspectives 2017-2018 : chiffre d'affaires et rentabilité en forte croissance**



Résultats 2016-2017 :

Un exercice de croissance et de performance économique et financière



Résultats 2016-2017 :

Un exercice de croissance et de performance économique et financière

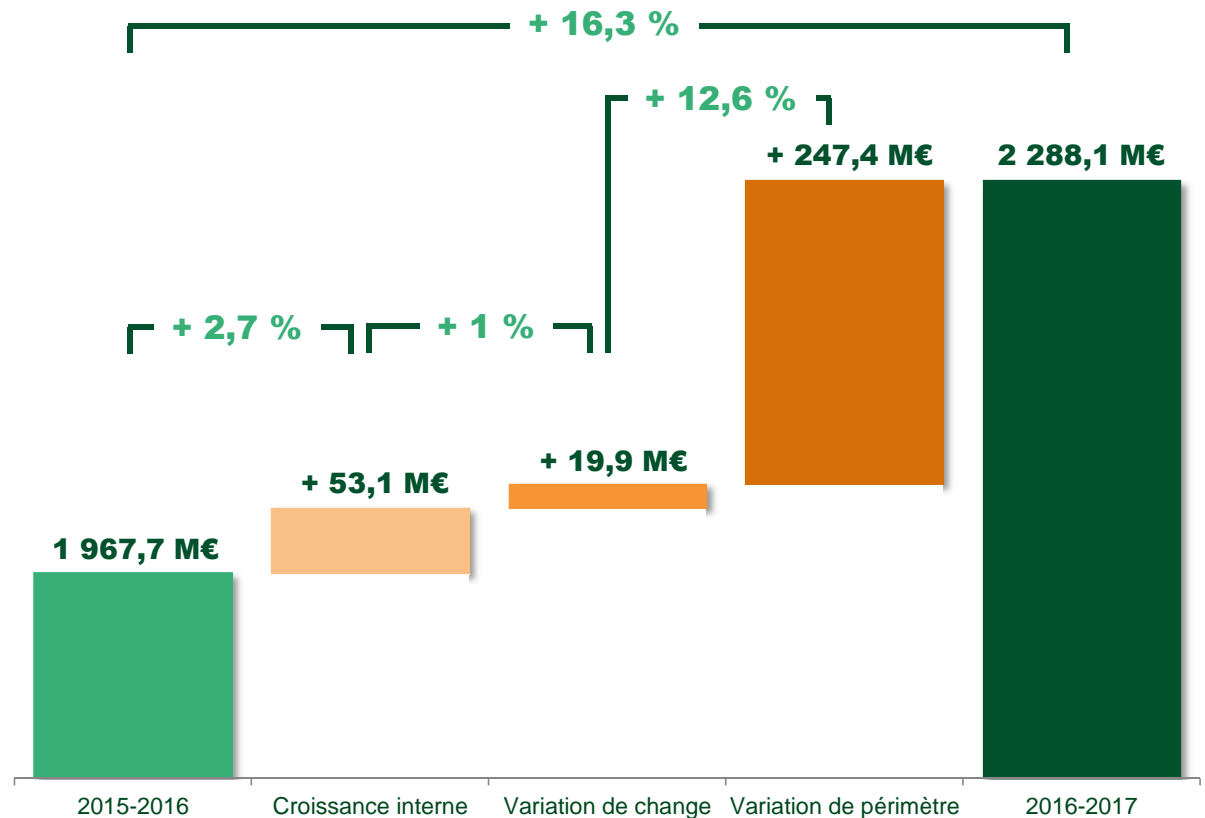


- ▶ **Chiffre d'affaires supérieur à 2 milliards et objectifs 2016-2017 atteints**
- ▶ **Croissance organique de l'activité renforcée par les changes**
- ▶ **Hausse de la rentabilité opérationnelle courante à périmètre et changes constants**
- ▶ **Amélioration de la marge opérationnelle en Europe, belle résistance en hors Europe**
- ▶ **Croissance externe et éléments non récurrents significatifs liés à l'acquisition de Ready Pac Foods**
- ▶ **Une structure financière solide, fort désendettement du groupe (hors Ready Pac Foods)**

2016-2017 : un nouvel exercice de croissance de l'activité

Évolution du chiffre d'affaires

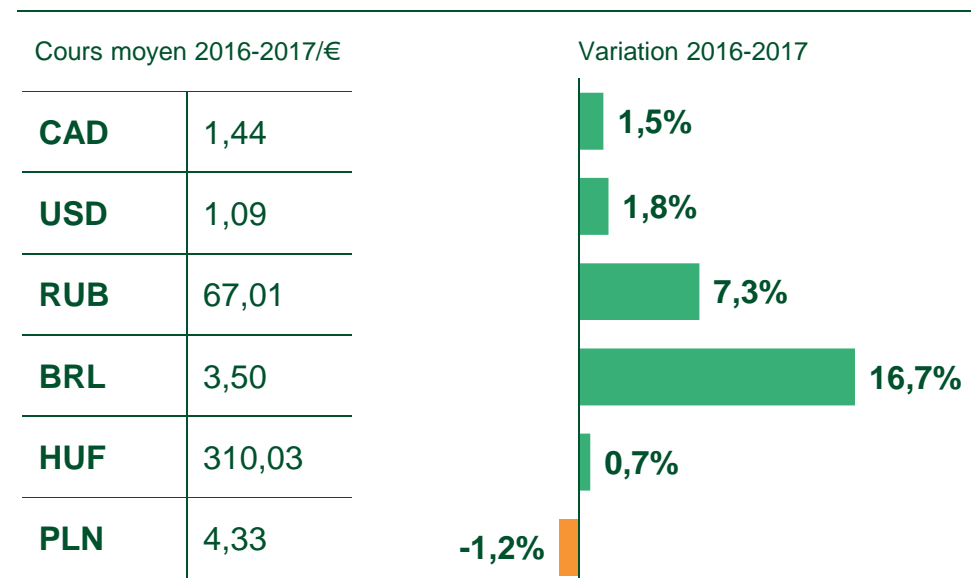
- ▶ Une croissance interne solide
- ▶ Impact favorable des changes
- ▶ Intégration de Ready Pac Foods sur 3 mois



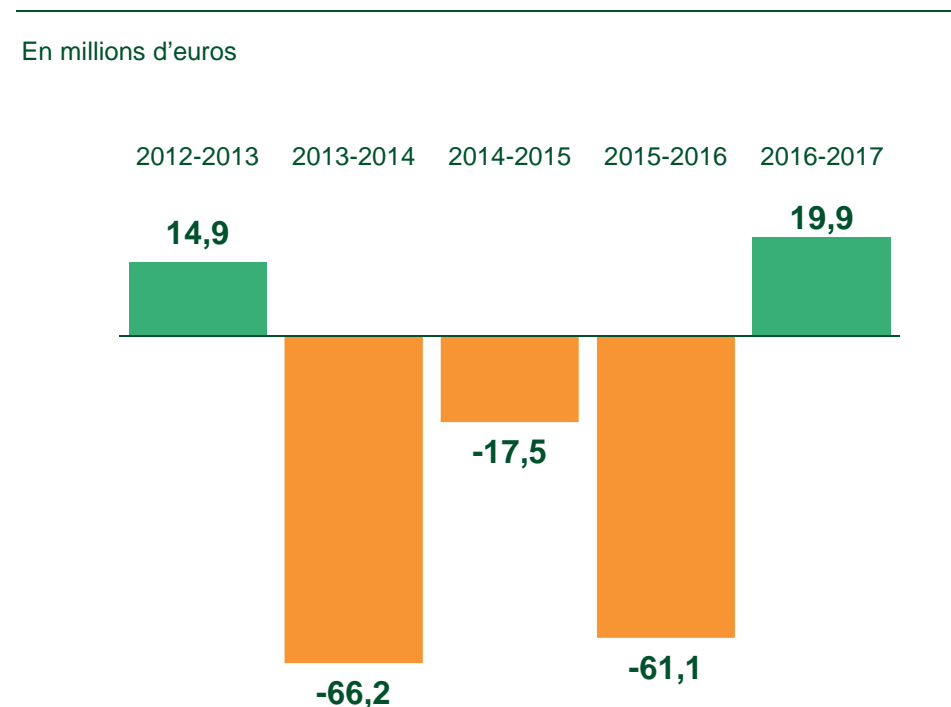
Un impact favorable des changes

Impact des devises sur le chiffre d'affaires

Évolution des devises



Évolution de l'impact devises sur 5 ans



Une croissance tirée par le hors Europe

Chiffre d'affaires par zone et évolution

	CA 2016-2017 en M€	▲ Données comparables	▲ Données publiées
Zone Europe	1 277,3	+ 0,2 %	+ 0,2 %
Hors zone Europe	1 010,8	+ 7,1 %	+ 45,9 %
Total	2 288,1	+ 2,7 %	+ 16,3 %

- ▶ **Stabilité de l'activité en Europe (- 0,5 % en 2015-2016)**
- ▶ **Croissance en hors Europe solide renforcée par Ready Pac Foods sur 3 mois**

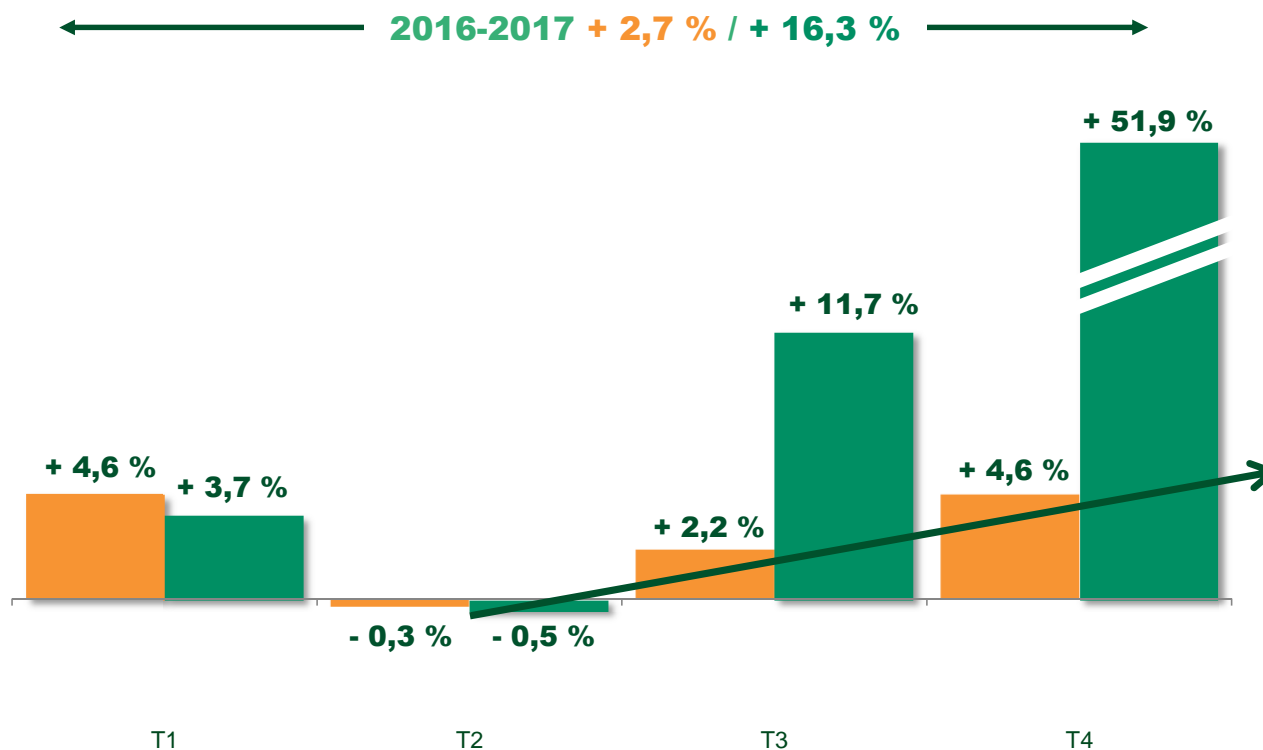
Données comparables : à taux de change et périmètre constants

Une progression solide de l'activité

Évolution du chiffre d'affaires

- ▶ Une croissance solide sur 3 trimestres
- ▶ Un trou d'air au 2^{ème} trimestre

- Croissance organique
- Croissance publiée



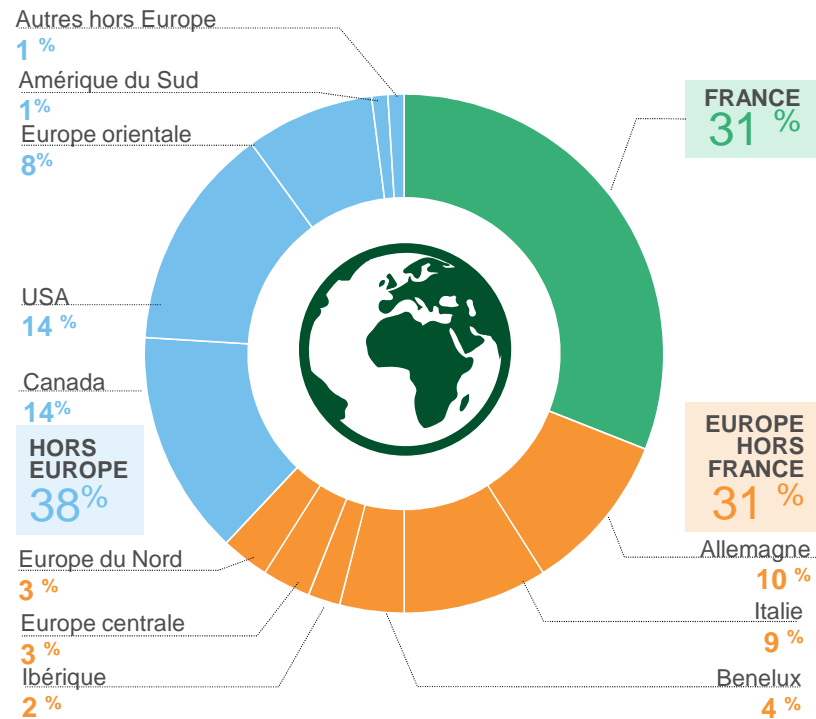
Croissance organique : à taux de change et périmètre constants

Une internationalisation croissante du groupe

Evolution du portefeuille d'activités (hors Ready Pac Foods)

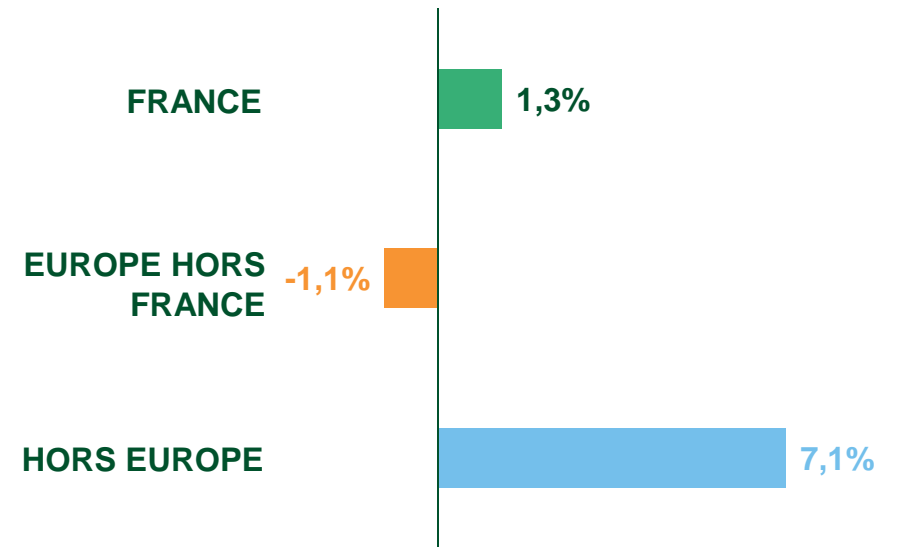
Répartition géographique du chiffre d'affaires

2016-2017



Croissance 2016-2017

A taux de change et périmètre constants

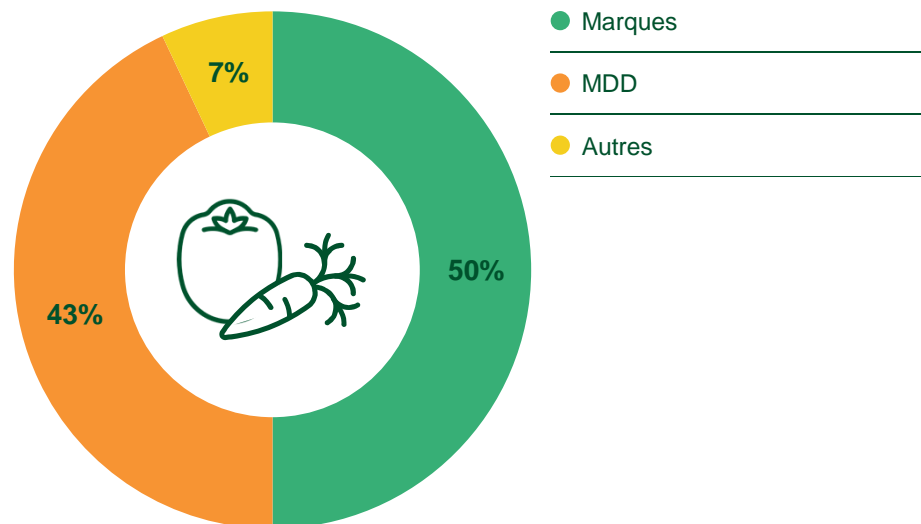


Des marques leaders et en croissance

Evolution du portefeuille d'activités (hors Ready Pac Foods)

Répartition du chiffre d'affaires par marque

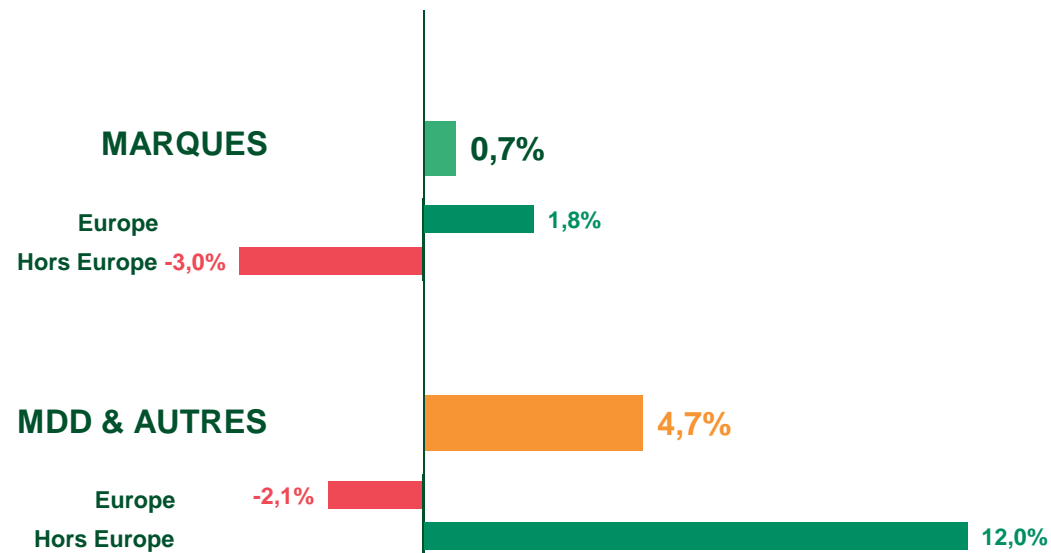
2016-2017



Bonduelle - Résultats annuels 2016-2017 - octobre 2017

Croissance 2016-2017

A taux de change et périmètre constants

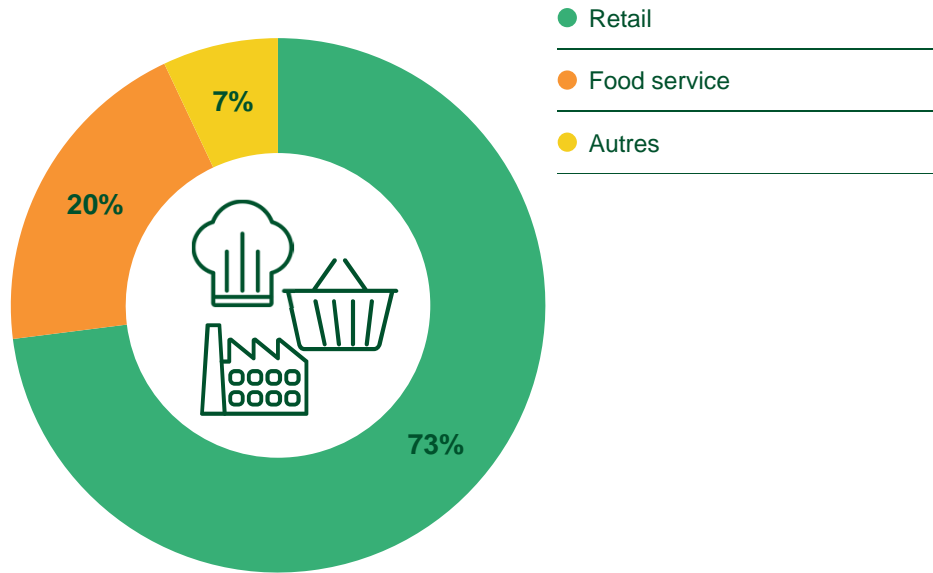


Croissance des différents canaux de distribution

Evolution du portefeuille d'activités (hors Ready Pac Foods)

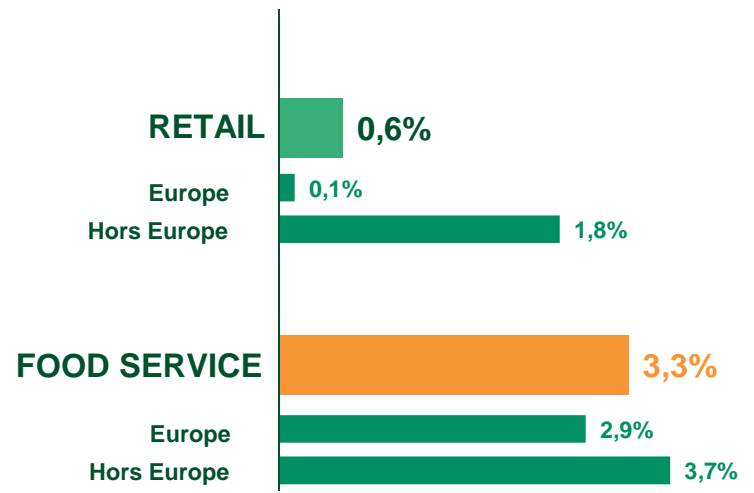
Répartition du chiffre d'affaires par réseau de distribution

2016-2017



Croissance 2016-2017

A taux de change et périmètre constants

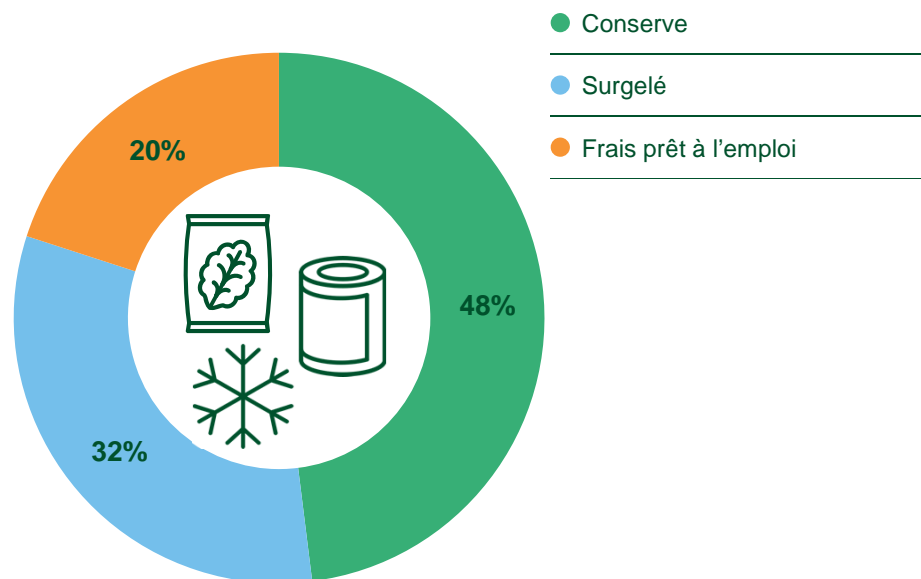


Un portefeuille d'activités diversifié

Evolution du portefeuille d'activités (hors Ready Pac Foods)

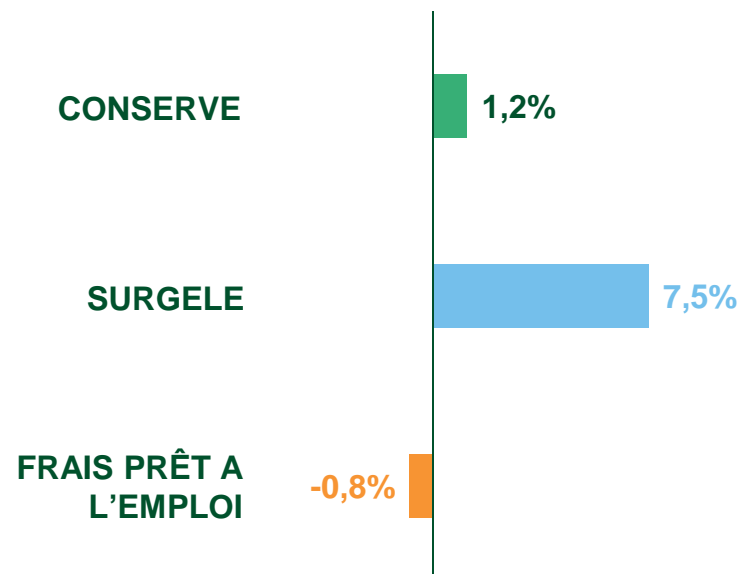
Répartition du chiffre d'affaires par technologie

2016-2017



Croissance 2016-2017

A taux de change et périmètre constants



Rentabilité opérationnelle courante

Croissance de la rentabilité en données comparables

Évolution de la rentabilité opérationnelle courante

En M€	2016-2017 publié	2015-2016 publié	▲ Données publiées	▲ Données comparables
Chiffre d'affaires	2 288,1	1 967,7	+ 16,3 %	+ 2,7 %
Rentabilité opérationnelle courante	108,3	103,5	+ 4,6%	+ 1,2 %
% CA	4,7 %	5,3 %	- 50 bp	- 10 bp

- Une progression de la rentabilité et une marge opérationnelle courante stable malgré des campagnes agricoles pénalisantes

Données comparables : à taux de change et périmètre constants

Rentabilité opérationnelle courante

Contraste toujours élevé entre les zones


Rentabilité opérationnelle courante par zone

En M€	2016-2017			2015-2016	
	Europe	Hors Europe	Hors Europe hors Ready Pac Foods	Europe	Hors Europe
Chiffre d'affaires	1 277,3	1 010,8	763,5	1 274,9	692,8
Rentabilité opérationnelle courante	49,8	58,5	56,3	48,2	55,3
% CA	3,9 %	5,8 %	7,4 %	3,8 %	8,- %

- ▶ Amélioration de la rentabilité et de la marge opérationnelle courante en Europe malgré les ruptures produits
- ▶ Hors Europe : croissance solide et rentabilité préservée hors campagnes agricoles en Russie
- ▶ Des investissements marketing stables
- ▶ Intégration de Ready Pac Foods dilutive sur T4

Rentabilité opérationnelle

Éléments non récurrents

En M€	2016-2017	2015-2016	
Chiffre d'affaires	2 288,1	1 967,7	+ 16,3 %
Résultat opérationnel courant	108,3	103,5	+ 4,6 %
Eléments non récurrents	(8,1)	(7,6)	
Résultat opérationnel	100,2	96,-	+ 4,4 %

- ▶ Restructuration industrielle en 2015-2016
- ▶ Frais d'acquisition Ready Pac Foods en 2016-2017

Résultat financier et impôts

Résultat financier

En M€	2016-2017 publié	2016-2017 hors Ready Pac Foods	2015-2016
Coût de la dette	(19,-)	(17,-)	(21,1)
Résultat de change	(0,3)	(0,3)	+ 5,2
Autres éléments	+ 1,1	+ 1,1	(5,5)
Total	(18,2)	(16,2)	(21,4)

► Désendettement significatif hors acquisition


Impôts

En M€	2016-2017	2015-2016
Charge de l'impôt	(22,3)	(20,5)
Taux d'impôt effectif	27,2 %	27,6 %

► Taux effectif d'impôt stable

Résultat net

Evolution du résultat net

En M€	2016-2017	2015-2016	
Chiffre d'affaires	2 288,1	1 967,7	+ 16,3 %
Résultat opérationnel courant	108,3	103,5	+ 4,6 %
Eléments non récurrents	(8,1)	(7,6)	
Résultat opérationnel	100,2	96,-	+ 4,4 %
Résultat financier	(18,2)	(21,4)	
Impôts	(22,3)	(20,5)	
Mise en équivalence	0,1	(0,3)	
Résultat net	59,8	53,7	+ 11,4 %
% CA	2,6 %	2,7 %	- 10 bp
REBITDA*	187,2	178,2	+ 5,1 %
% CA	8,2 %	9,1 %	- 90 bp

► Progression de la rentabilité nette

► Résultat net / CA hors Ready Pac Foods = 3,1 %

*EBITDA récurrent

Profil financier renforcé

Bilan simplifié (en M€)

2016-2017				2015-2016			
ACTIF		PASSIF		ACTIF		PASSIF	
Immobilisations	1 018,3	Capitaux propres	606,5	Immobilisations	669,6	Capitaux propres	568,3
BFR et autres	249,8	Dette financière nette	661,6	BFR et autres	339,3	Dette financière nette	440,6
GEARING				GEARING			
	Inclus RPF	Hors RPF					
	109,1 %	48,5 %			77,5 %		
DETTE FIN NETTE/REBITDA				DETTE FIN NETTE/REBITDA			
	3,53	1,67			2,47		
ROCCE (1)				ROCCE (1)			
	8,5 %	11,5 %			10,3 %		

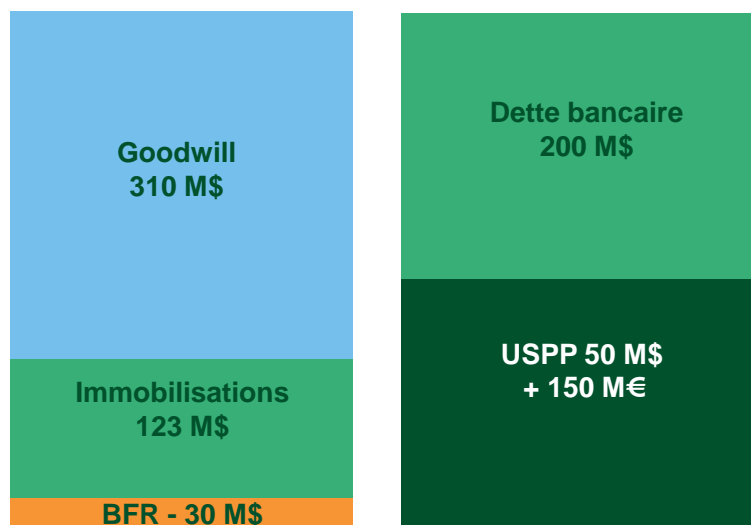
(1) Rentabilité Opérationnelle Courante avant impôt / Capitaux Employés

- Ratios financiers en nette progression qui restent solides post acquisition
- BFR et ROCCE en forte amélioration hors Ready Pac Foods
- Investissements industriels limités

Acquisition Ready Pac Foods – Rappel de la transaction



- Prix d'acquisition : 403 millions de dollars US
- Multiple d'acquisition : 11,6x 2017 (pro forma)
- Date d'acquisition : 21/03/2017
- Purchase price allocation et financement :



Financement bancaire :

- 5 ans amortissables
- Pool bancaire existant + 3 nouveaux partenaires

Financement USPP :

- 10 ans amortissables
- Investisseurs existants + 1 nouveau partenaire

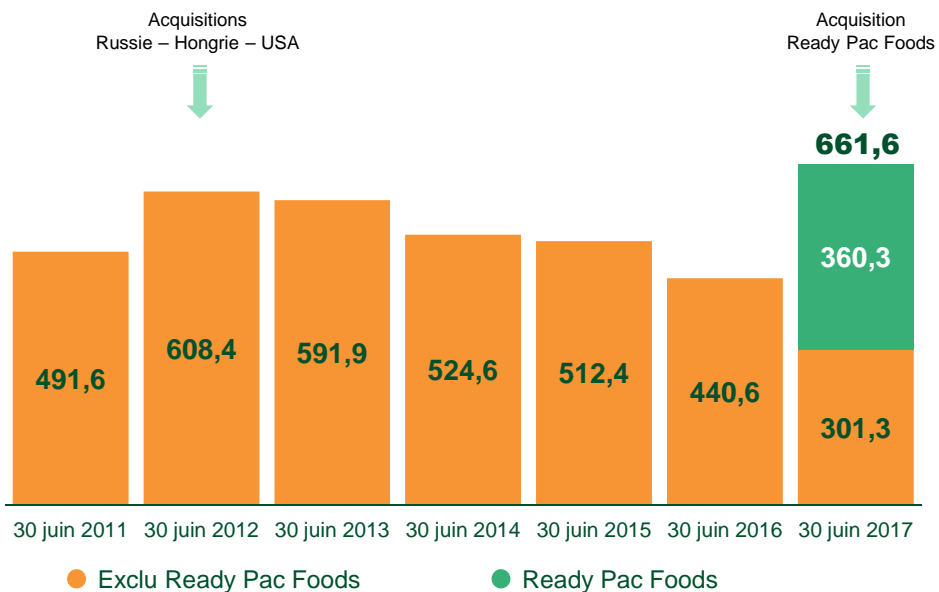
► 6,7 M\$ d'amortissements liés à la réévaluation des actifs

Un endettement maîtrisé

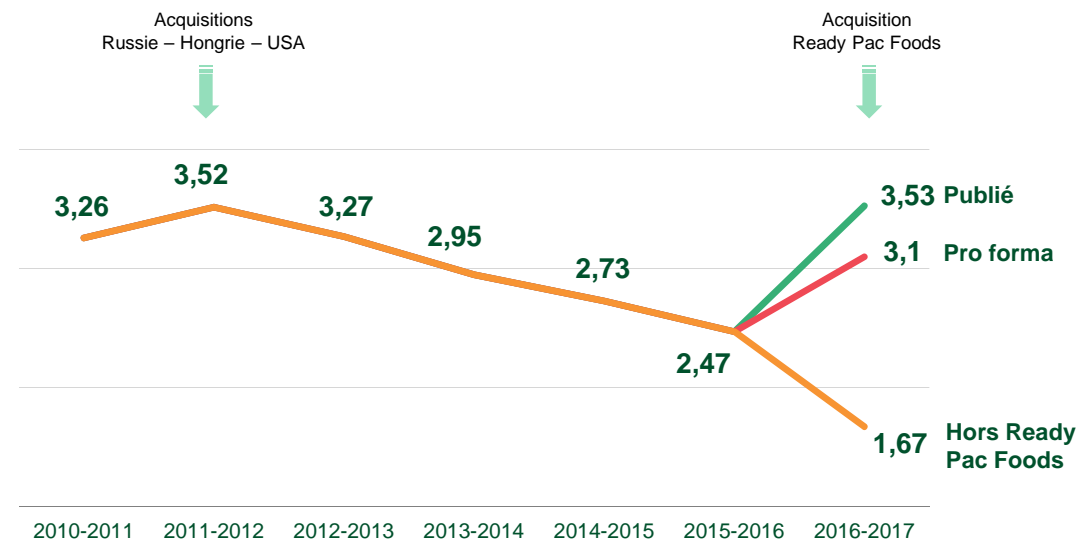
Désendettement accéléré hors acquisition / Endettement raisonnable post-acquisition

Evolution de la dette et du levier d'endettement

Dette financière nette (en M€)



Dette nette / REBITDA*



► Désendettement continu depuis 2012 et accéléré en 2016-2017

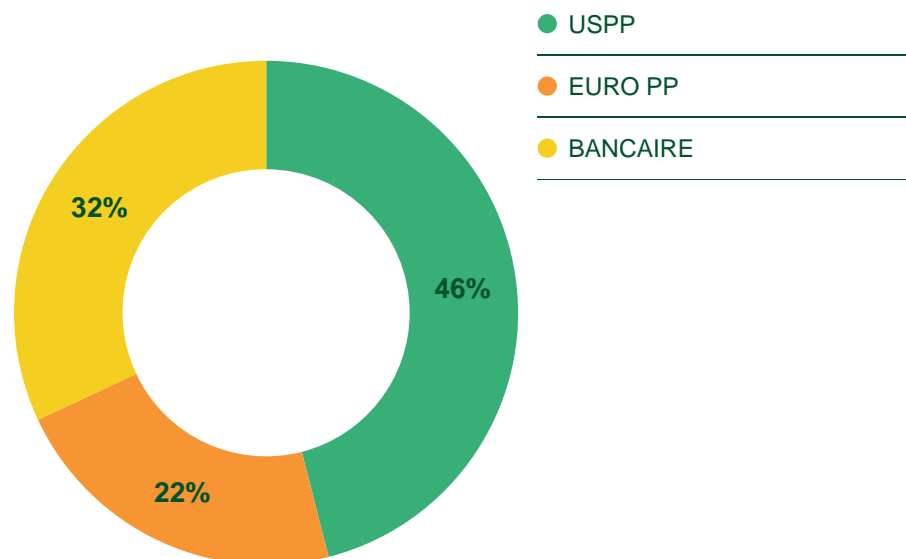
*EBITDA hors éléments récurrents

Profil de dette diversifié et compétitif

Un profil de dette attractif

Répartition de la dette (pro forma⁽¹⁾)

2016-2017



⁽¹⁾Y compris USPP juillet 2017

Coût moyen	2,74 %
Maturité moyenne	4,3 ans
Taux de désintermédiation	68 %

- ▶ Coût de la dette attractif
- ▶ Duration élevée
- ▶ Diversité de l'origine du financement

Objectifs financiers respectés en 2016-2017

Activité en ligne et rentabilité supérieure aux objectifs

	Réalisé* 2016-2017 vs N-1	Guidance* Mars 2017 vs N-1	Guidance* Octobre 2016 vs N-1
Chiffre d'affaires	+ 2,7 %	+ 2 % / + 3 %	+ 2 % / + 3 %
Rentabilité opérationnelle courante	+ 1,2 %	- 3 % / - 4 %	- 5 % / - 6 %
Rentabilité opérationnelle	+ 7,3 %	+ 2 %	+/- 0 %

► Des objectifs remplis malgré un contexte météorologique coûteux

► Un T4 très favorable à la zone Europe

* Evolution vs N-1 à taux de change et périmètre N-1

Evolution du retour sur capitaux employés

Objectif VegeGo! 2025 : 12,5 %

	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017**
ROCCE*	9,5 %	10,- %	10,7 %	10,3 %	11,5 %
Rotation des actifs	1,7	1,9	1,9	2,-	2,2
Marge opérationnelle courante	5,6 %	5,3 %	5,6 %	5,3 %	5,2 %

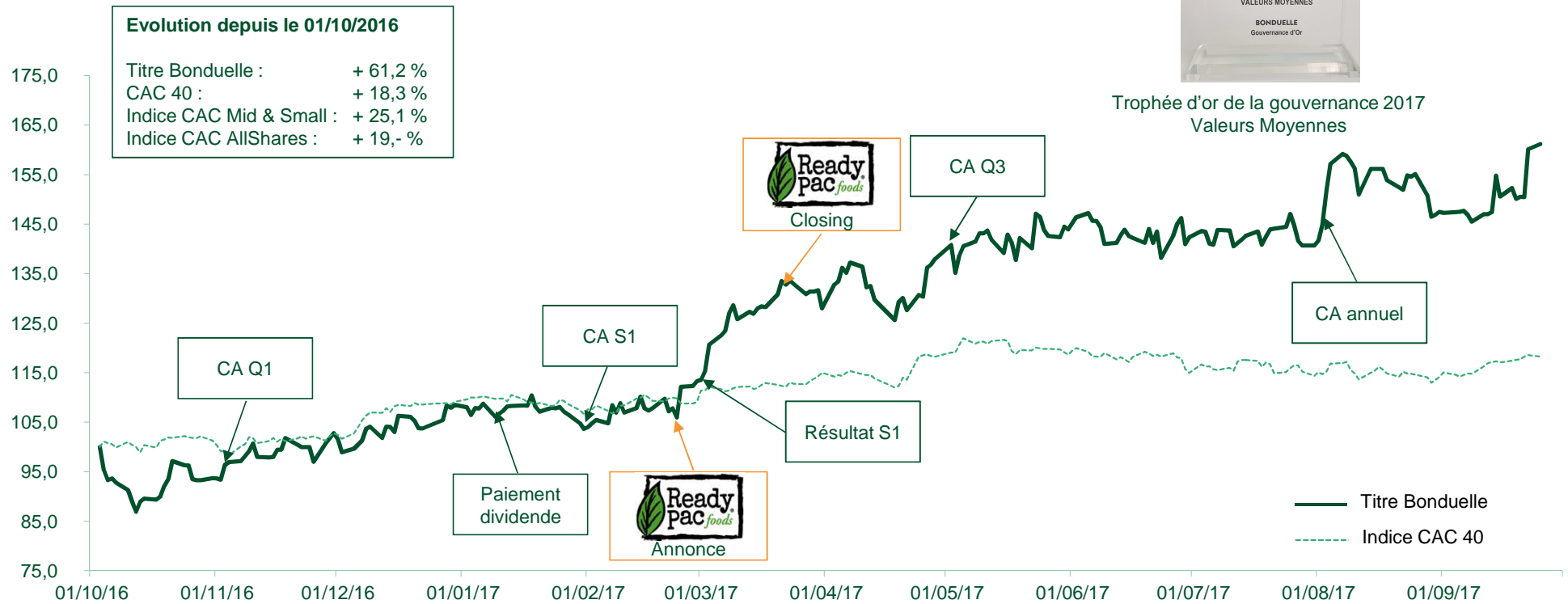
- Une amélioration continue de la performance financière du groupe
- Une contribution essentielle de la maîtrise des capitaux employés

* Rentabilité opérationnelle courante / Capitaux employés avant impôts

** Hors acquisition de Ready Pac Foods



Evolution du titre Bonduelle



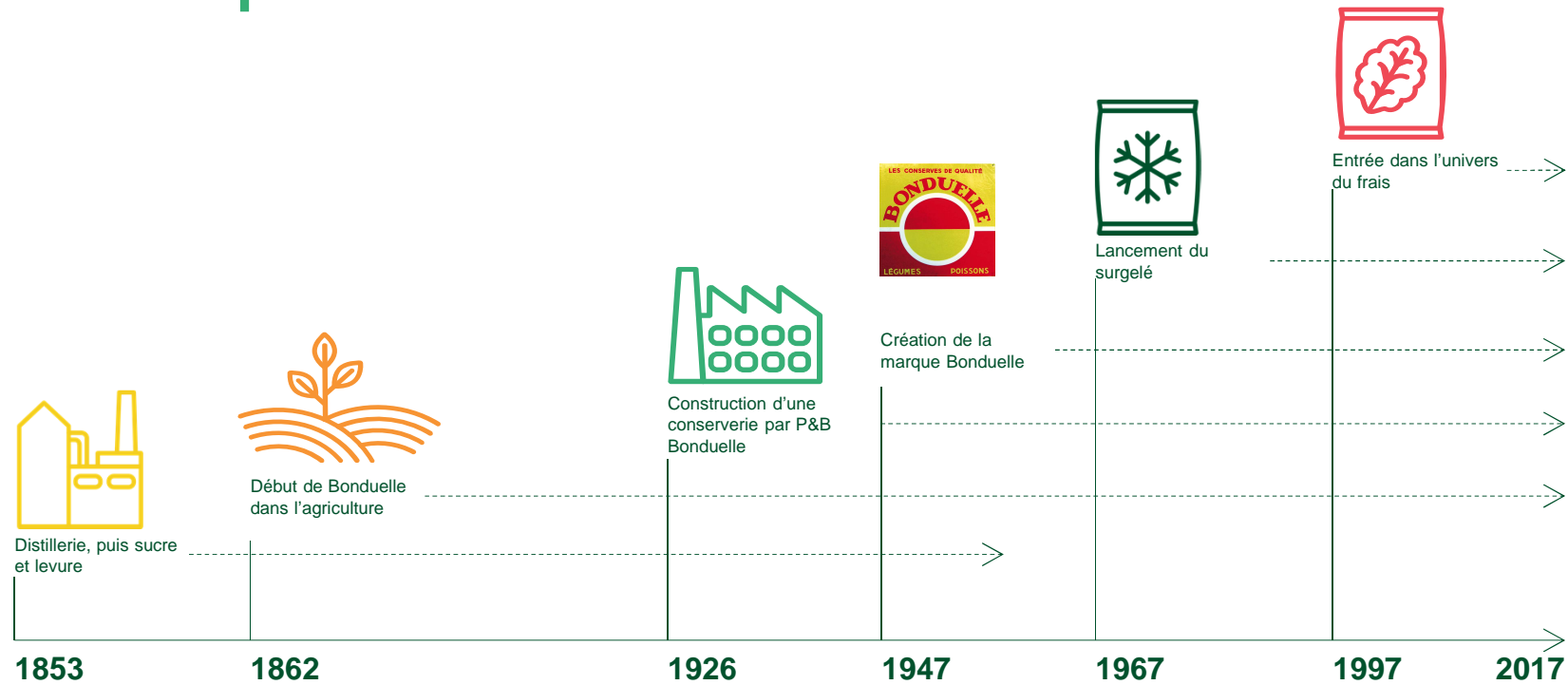
► Une acquisition et une performance financière qui se traduisent dans le cours de bourse

Activités des business units

Un environnement exigeant, des performances solides



La marque Bonduelle : 70 ans de succès



La marque Bonduelle aujourd'hui : plus d'1 milliard d'UVC* vendues dans plus de 100 pays

* UVC : unité de vente consommateur

Activités des business units

Un environnement exigeant, des performances solides

- ▶ Une météo défavorable aux cultures
- ▶ Stabilité de l'activité et amélioration de la rentabilité en Europe
- ▶ Résilience en Russie, croissance en Amérique du Nord



Situation des campagnes 2016-2017



Etat de New-York



Brésil



Nord Picardie (France)



Russie



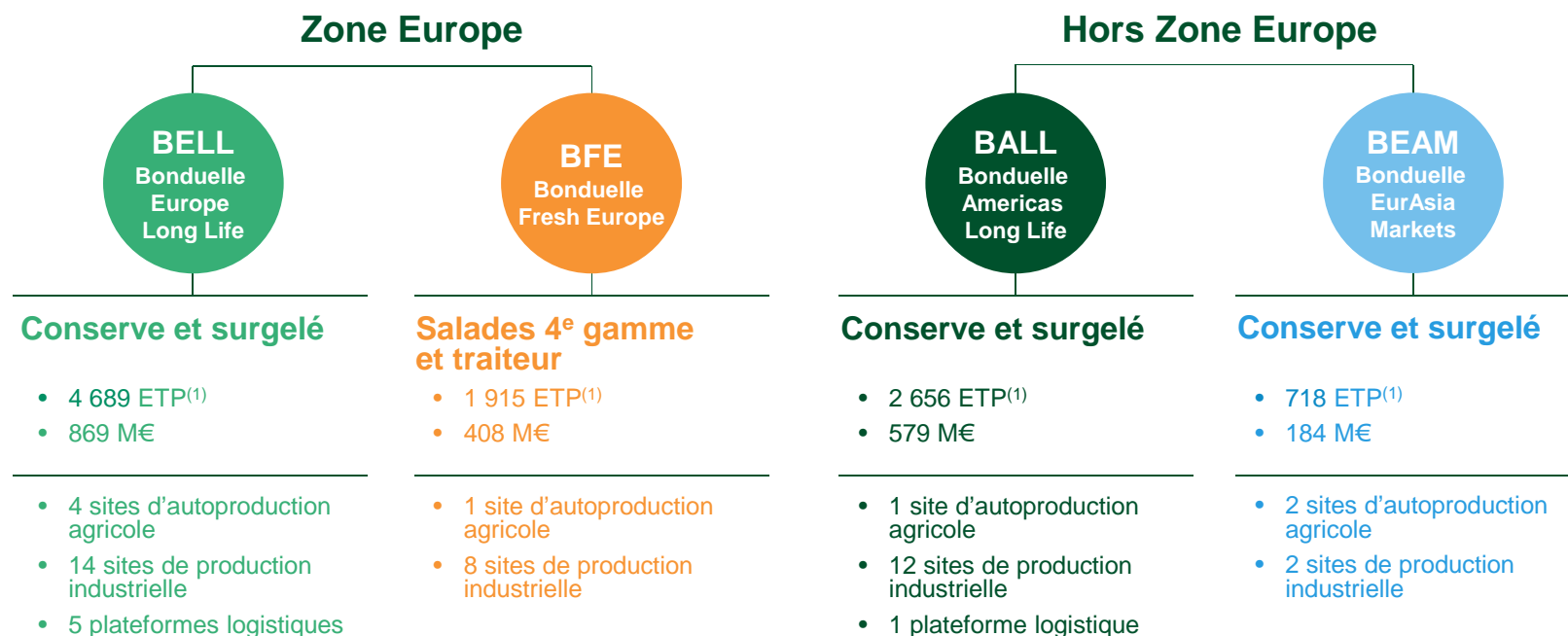
Italie



Espagne



Organisation opérationnelle du groupe (hors Ready Pac Foods)



⁽¹⁾ Employés équivalent temps plein

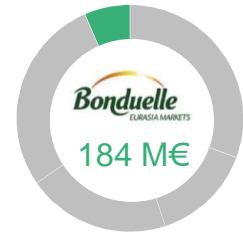
Bonduelle EurAsia Markets



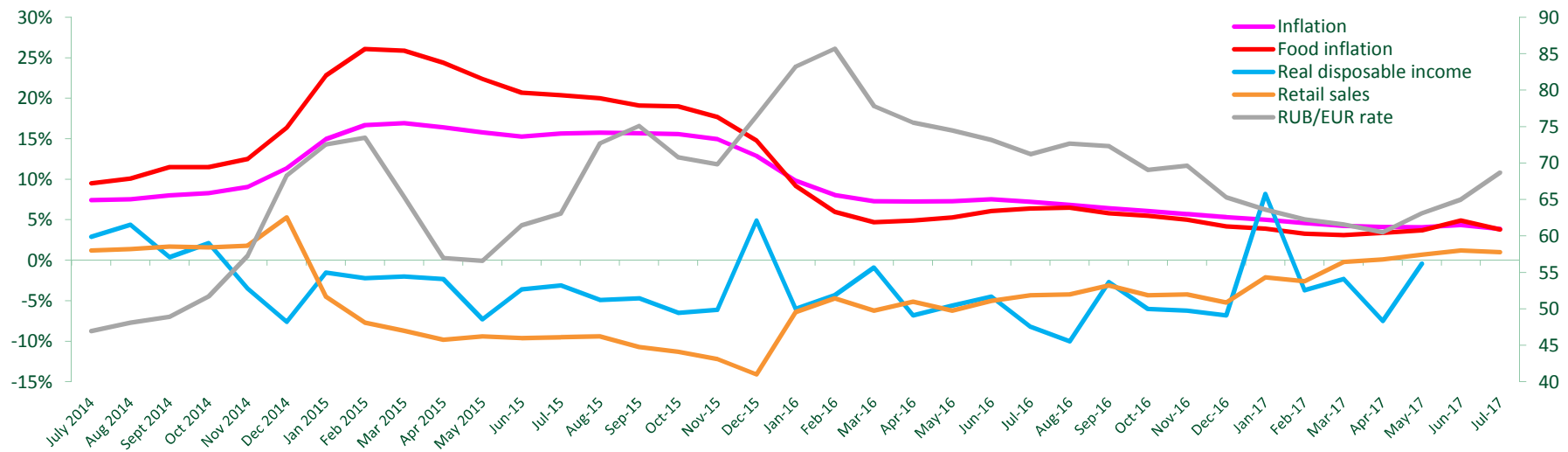
- ▶ Une consommation alimentaire déprimée en 2016-2017
- ▶ Résistance de l'activité à marque
- ▶ Une rentabilité préservée hors campagne agricole 2016
- ▶ Campagne agricole 2017 satisfaisante



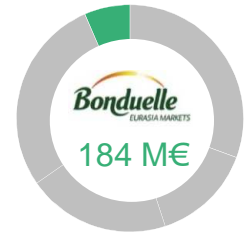
BEAM - Russie : Vers un redressement de la consommation ?



Evolution de la consommation

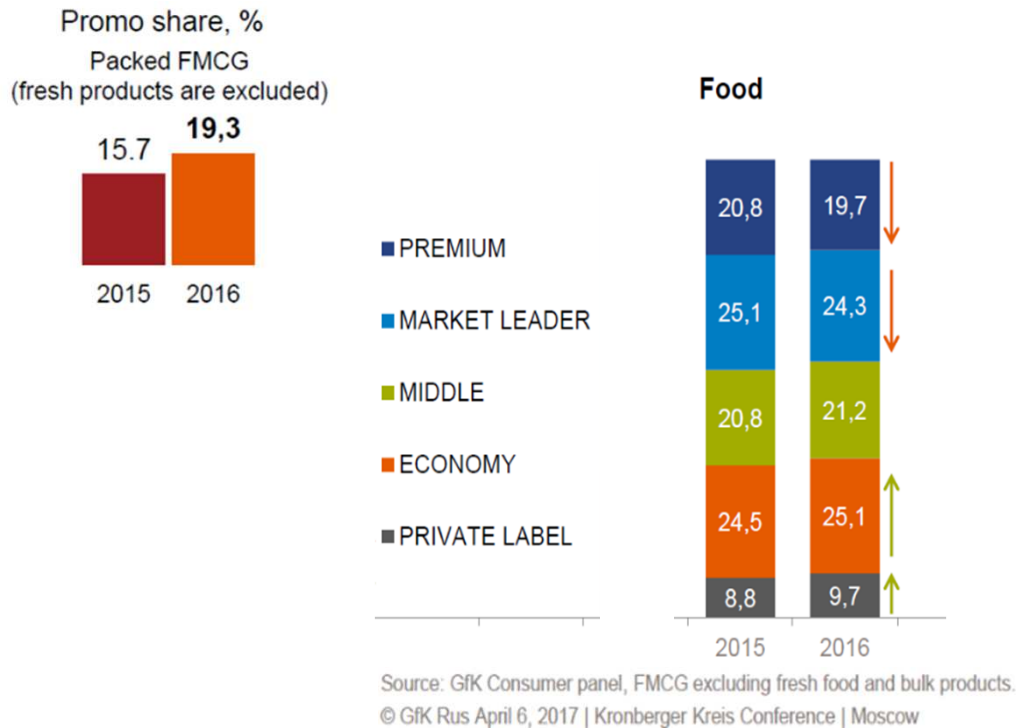


BEAM - Russie : Vers un redressement de la consommation ?



Consommation à la peine...

Food : les leaders à la peine



... mais un retour de la confiance du consommateur

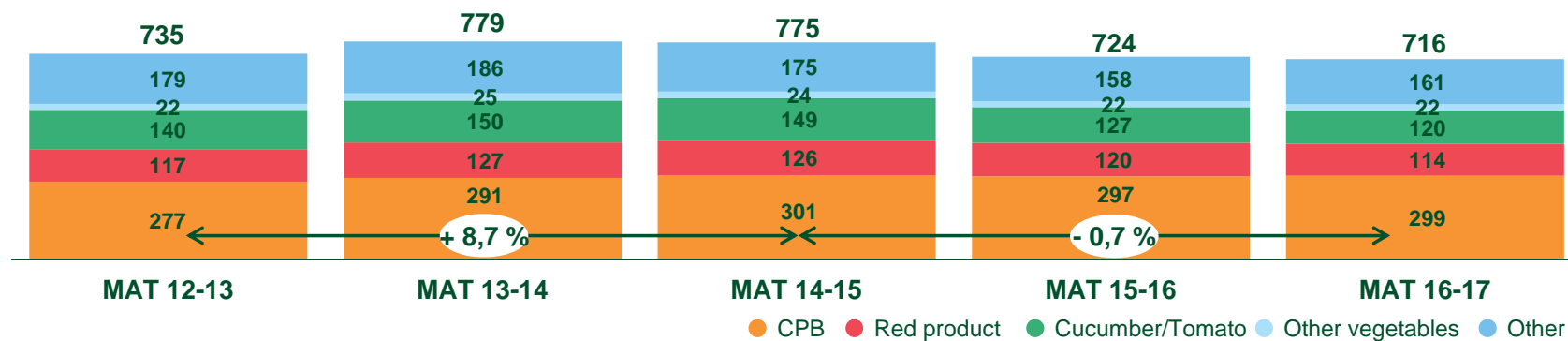
Redressement de la confiance consommateur



BEAM - Russie : Bonne résistance du secteur et de Bonduelle

Un coup d'arrêt de la croissance en 2014

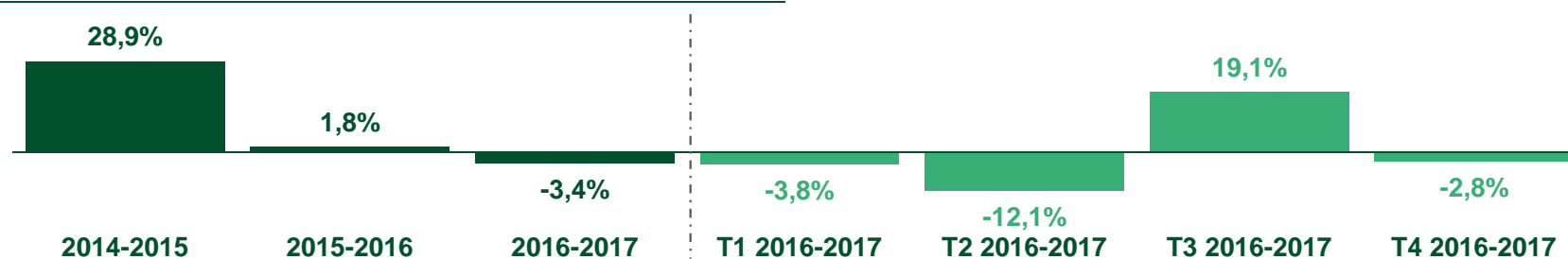
Evolution du volume



Source: Nielsen Total National Urban – MAT 16-17 à fin juillet 2017

► Des ventes erratiques

Evolution du chiffre d'affaires en roubles (Russie/Kazakhstan/Biélorussie)

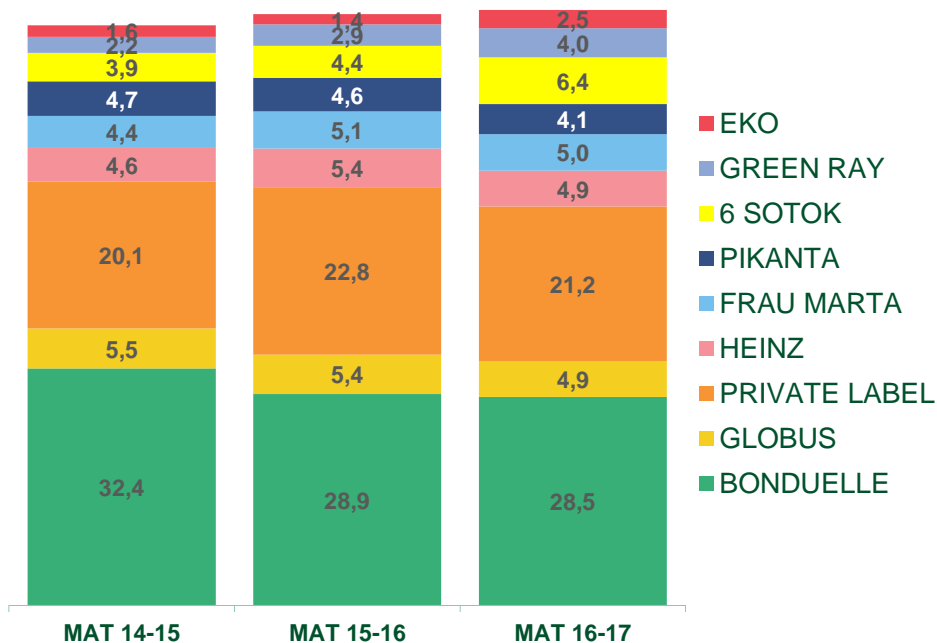


BEAM - Russie : bonne résistance de la marque Bonduelle



Evolution des parts de marché – Top 10 Maïs-Pois-Haricots

Part de marché Russie en % valeur



Innovation 2017-2018 conserve – « Maïs jeune »



Innovation 2017-2018 surgelé – « Galettes »



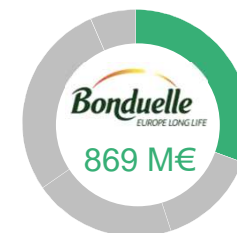
Source: Nielsen Total National Urban – MAT 16-17 à fin juillet 2017

Bonduelle Europe Long Life



- ▶ Croissance de l'activité à marque en conserve et surgelé
- ▶ Des marchés conserve peu dynamiques et une météo défavorable
- ▶ Développement confirmé de l'activité restauration hors foyer





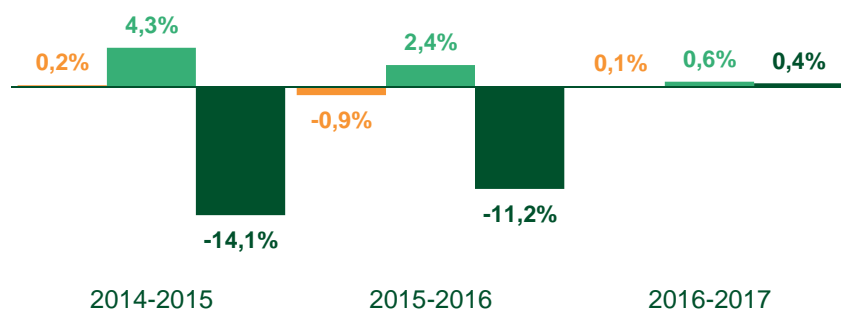
Conserve et surgelé Europe : Stabilité globale et croissance des marques

Des marchés conserve peu porteurs - Croissance continue des marques

Evolution comparée 2016-2017 marché et Bonduelle

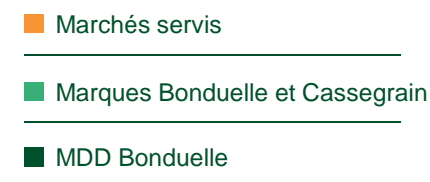
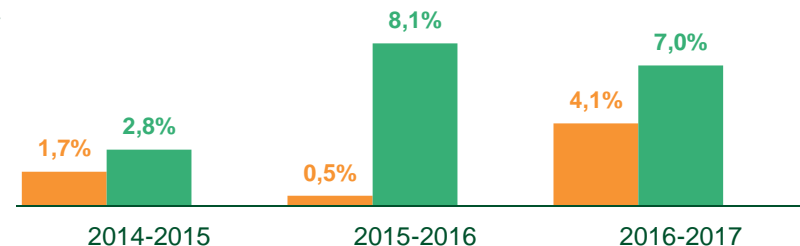
Conserve Retail

Valeur



Surgelé Retail

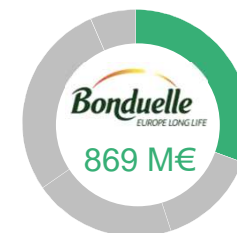
Valeur



- ▶ Surperformance de la marque comparée au marché
- ▶ Ruptures liées aux campagnes agricoles
- ▶ Une activité MDD faiblement contributive à la rentabilité

Source: Nielsen

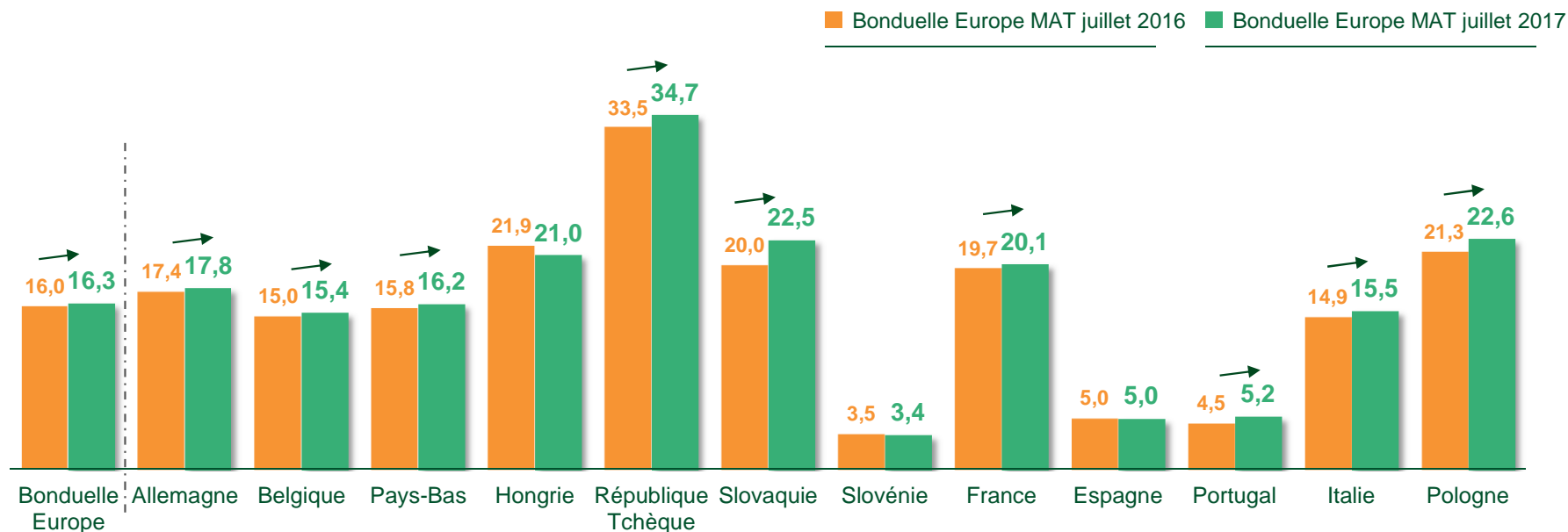
Conserve : développement de la marque en Europe



Des gains de parts de marché dans nos principaux pays

Evolution des parts de marché Bonduelle

Valeur



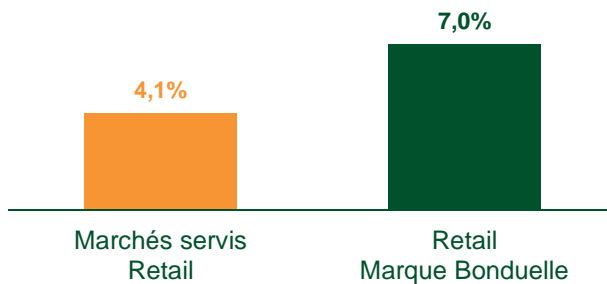
Source Nielsen et IRI – reporting marché BELL Europe – PDM Valeur – Total marché HD incl. - P07-2017

Surgelé retail Europe : Croissance continue des parts de marchés



Gain continu de parts de marché à la marque Bonduelle

Evolution 2016-2017 du marché du vs N-1



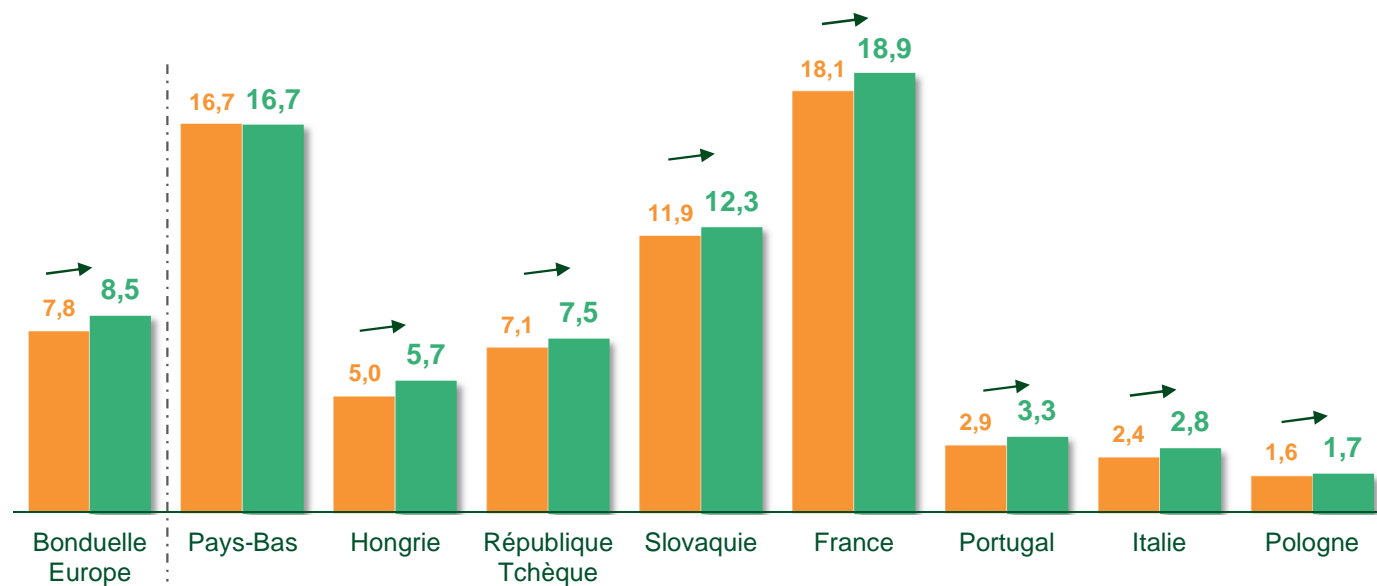
Source: Nielsen

Evolution des parts de marché Bonduelle

Valeur

■ Bonduelle Europe MAT juillet 2016

■ Bonduelle Europe MAT juillet 2017

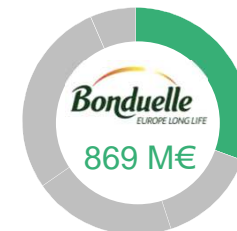


Source Nielsen et IRI - reporting marché BELL Europe – PDM Valeur – Marché HM+SM - P07-2017

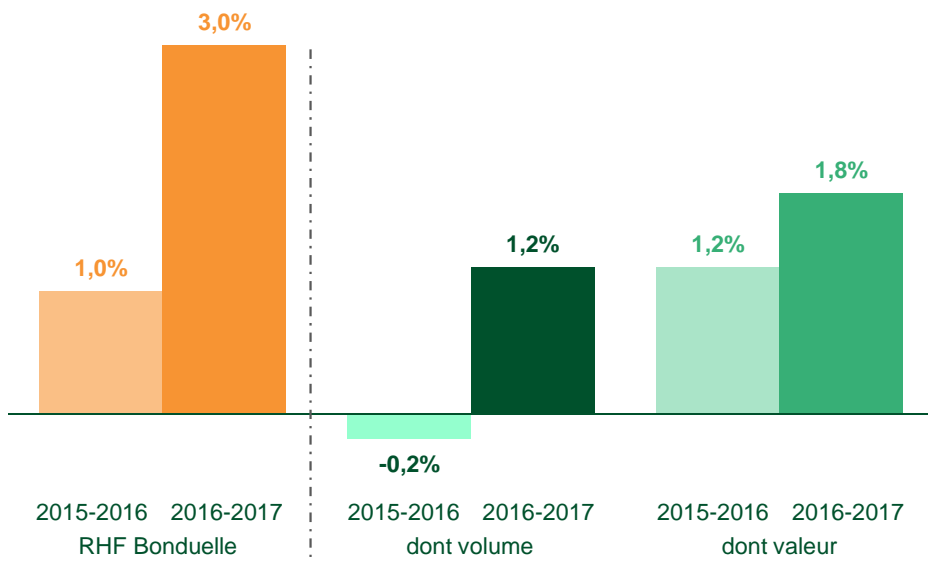
► Croissance solide en retail marque

Surgelé RHF en Europe

Croissance en RHF



Evolution du chiffre d'affaires Bonduelle vs N-1



► Croissance volume et valeur en RHF

Bonduelle - Résultats annuels 2016-2017 - octobre 2017

Affluence record au Sixha

LE FIGARO - PAYS France
 MAGAZIN 23
 SIBIRIAC 21 %
 PERIODIQTÉ : Caudebec

11 janvier 2017 - N°22526

ENTREPRISES
 Bonduelle met les légumes au cœur de l'assiette des chefs
 Le groupe continue tout profit de 10% par an les ventes de sa marque destinée à des restaurateurs hors foyer.

EXCLUSIF
 OLIVA METROVAT et al. **RESTAURATION** Tout faire pour que le légume ne soit plus au bord de l'assiette... C'est le cri de cœur des équipes de Bonduelle. Trois plats dédiés aux professionnels de la restauration collective (écoles, hôpitaux...) et commercialisés (bars, restaurants, cafés...). La tendance est au manger sain et au végétal, les messages des professionnels publics passent à la consommation rapide de fruits et légumes et les grands chefs les mettent de plus en plus au cœur de leur cuisine. Malgré tout, ce placement est très complexe dans la restauration hors foyer où les légumes ne représentent que 2% de 54 milliards de chiffre d'affaires annuels. Bonduelle, leader français de la surgélation de légumes, vise à augmenter ce chiffre de 10% par an. Pour cela, le groupe a lancé une stratégie commerciale et marketing ambitieuse. Ses produits sont disponibles dans plus de 1000 points de vente, y compris les grands magasins et les épiceries fines. Bonduelle propose des légumes surgelés prêts à cuire, prêts à cuire, prêts à cuire. C'est un moyen de garder ses avantages concurrentiels. Les recettes se font plus simples et diversifiées pour les professionnels de la restauration collective. Les recettes sont plus simples et plus rapides à préparer. Les recettes sont plus simples et plus rapides à préparer. Les recettes sont plus simples et plus rapides à préparer.

35 articles presse - 10 millions contacts

Conserve et surgelé Europe : Innovations 2016-2017



Conserve – Gamme ENRICHER



Benelux



France



Allemagne



Pays baltes



Ibérique



Pays nordiques



Italie

Bonduelle - Résultats annuels 2016-2017 - octobre 2017

Surgelé – Légumes pour soupe



Pologne

Surgelé – Rösti



France

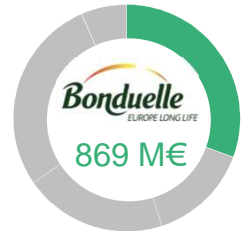
Surgelé – Poêlées



Italie

Résultats 2016-2017 | Activités des business units | Ready Pac Foods | Perspectives 40

Conserve et surgelé Europe : Innovations et marketing 2017-2018



Conserve – Gamme Bio



Pays-Bas/Espagne/Italie
Q2/Q3 2017-2018

Conserve – Gamme Légumio



France - Q1 2017-2018

Conserve – Gamme Légumes oubliés



Pays-Bas – Q3 2017-2018

Surgelé – Gamme « les astuces pour »



France - Q2 2017-2018

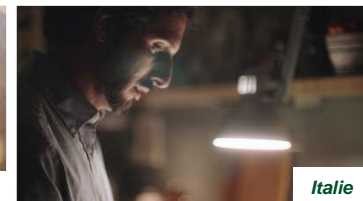
Surgelé – Snacking « Tempura »



Italie - Q2 2017-2018



Pour votre santé, mangez au moins cinq fruits et légumes par jour. France

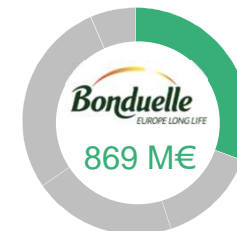


Italie



Espagne

Surgelé Europe : Cession de la participation Gelagri



2009 : Création de la joint-venture Gelagri

- ▶ Apport de l'usine de Milagro et de l'activité MDD Europe
- ▶ Détention 64,5 % Triskalia 35,5 % Bonduelle
- ▶ Objectif : redressement de la rentabilité / consolidation du marché



2009 - 2017 : redressement de la rentabilité

2017 : Cession de la participation minoritaire à Triskalia

- ▶ Absence de consolidation MDD
- ▶ Optimisation des capitaux employés
- ▶ Partenariat industriel pérennisé

Bonduelle Fresh Europe



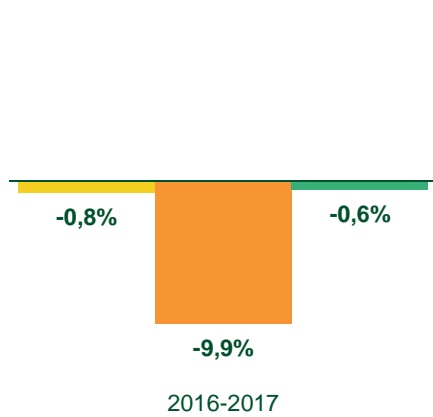
- ▶ Des intempéries qui ont impacté les ventes et la rentabilité
- ▶ Une activité stable dans des marchés peu dynamiques
- ▶ Les innovations moteurs de la marque



Fresh Europe : des marchés perturbés et concurrentiels

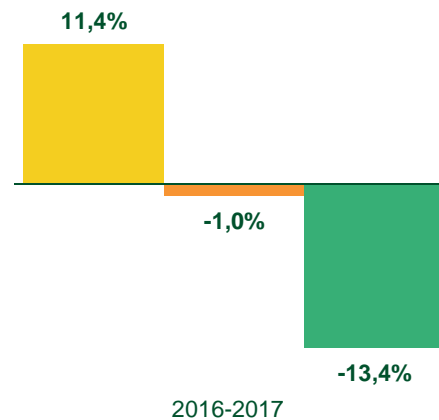


France retail
Salades en sachet



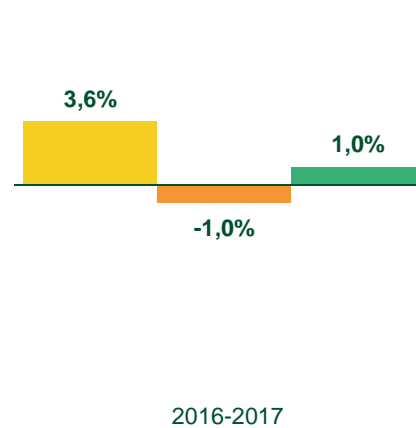
Part de marché : 19,8 %

Allemagne retail
Salades en sachet



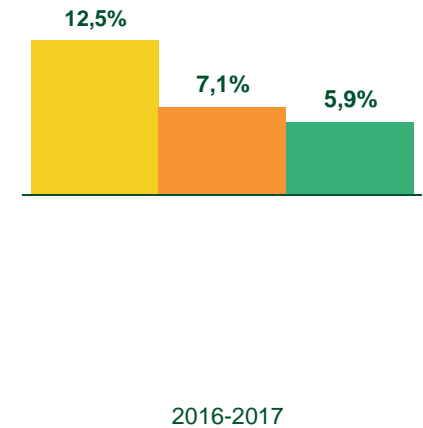
Part de marché : 12,7 %

Italie retail
Salades en sachet



Part de marché : 15,0 %

France retail
Traiteur



Part de marché : 20,4 %

● Marchés retail ● Bonduelle (Marques + MDD) ● Marque Bonduelle

Source: Nielsen

► Salades 4^e gamme : marchés atones et météo défavorables

► Traiteur : un printemps très dynamique

Fresh Europe : les innovations 2016-2017



Burgers végétaux



Italie

Graines de salade



France

Salades repas



Italie

Salades croquantes



France

Fresh Europe : les innovations 2017-2018



Les soupes fraîches



Allemagne
Q2 2017-2018

La gamme Bio



France-Allemagne
Q1 2017-2018

Les crudités créatives



France
Q1 2017-2018

Les idées légumineuses



France
Q4 2017-2018

Les mélanges salades aux herbes



Allemagne
Q2 2017-2018

Extension mâche feuilles libres



Italie
Q3 2017-2018

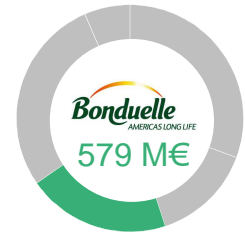
Bonduelle Americas Long Life



- ▶ Une activité dynamique au Canada
- ▶ Croissance désormais limitée par les capacités aux USA
- ▶ Un partenariat avec B&G renforcé

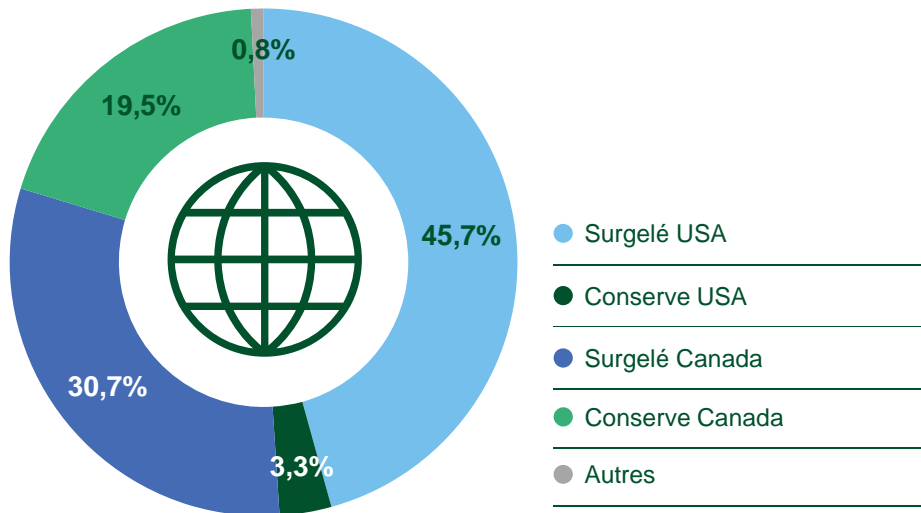


BALL - Amérique du Nord : poursuite de la croissance



Répartition du chiffre d'affaires - Amérique du Nord

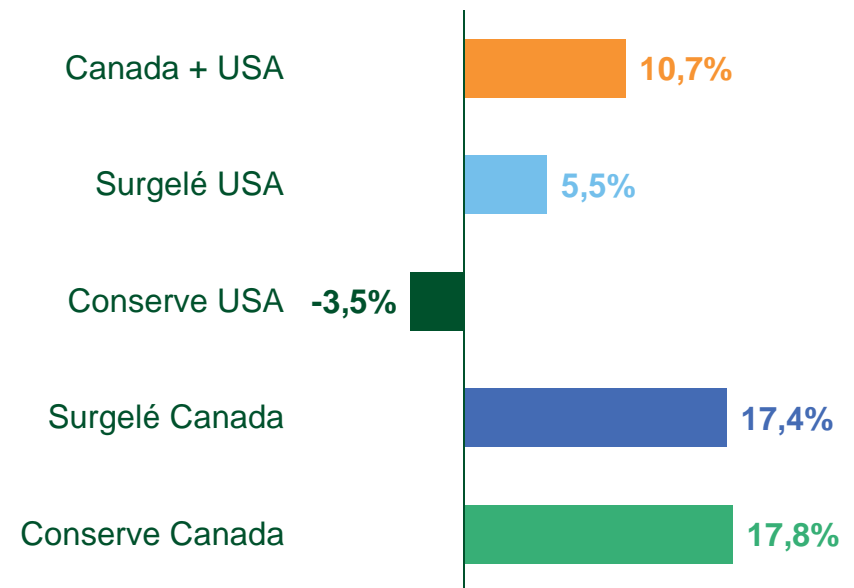
2016-2017



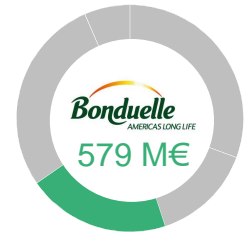
Total : 802 MCAD

Evolution du chiffre d'affaires 2016-2017

(En dollars CAD)



BALL - Amérique du Nord : Marketing et innovations



In flavor - Gamme Food service



In flavor - Gamme Retail



Snacking



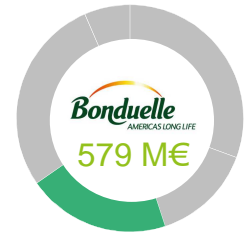
Les "Trempelettes"

Les riches en protéines

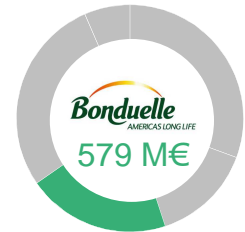


Gamme Veg.e

BALL - Amérique du Nord : Marketing et innovations



BALL - Amérique du Nord : Partenariat B&G



- ▶ Développement de l'activité au Canada
 - Co-investissement ligne Doy Pac



- ▶ Sous-traitance USA « Boil in bag »



Bonduelle Fresh Americas

Une acquisition transformante



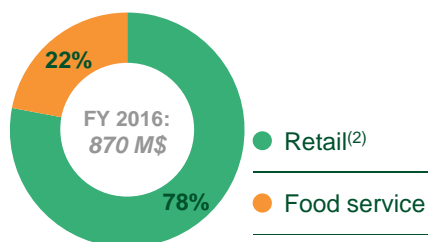
BFA : activité Ready Pac Foods

Ready pac, acteur majeur et innovant en salades bols individuelles, salades en kits, snacks et fruits frais coupés, et légumes

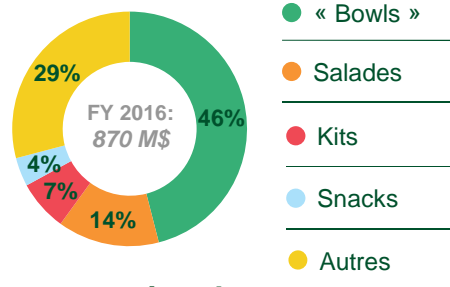


*Pro forma 2016-2017

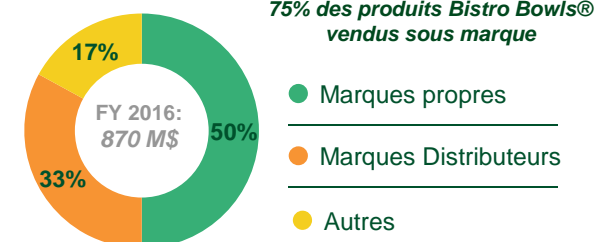
Canal de distribution



Produits

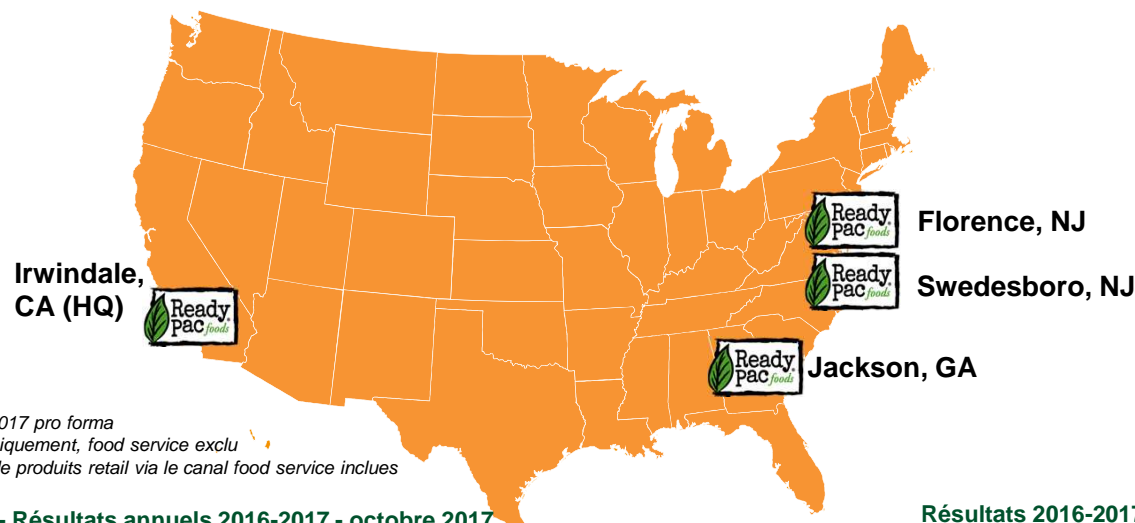


Marques⁽¹⁾



75% des produits *Bistro Bowls*® vendus sous marque

Des opérations de classe mondiale avec une présence nationale



Notes:
 Au 30 juin 2017 pro forma
 (1) Retail uniquement, food service exclu
 (2) Ventes de produits retail via le canal food service inclus

Création en 1969	Croissance CA 2013-2017 : + 9,7 %/an
~650 Total SKUs	4 usines pouvant servir 50 états
400+ nouveaux produits lancés depuis 2014	4 619 employés équivalents temps plein

BFA : une excellence opérationnelle

Un outil productif présent à l'ouest comme à l'est des Etats-Unis



*Pro forma 2016-2017

Irwindale (CA)



Jackson (GA)



Florence (NJ)



Swedesboro (NJ)

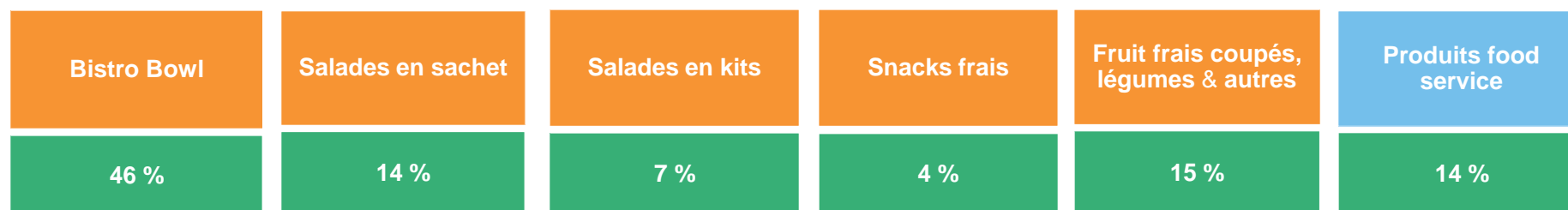


BFA : la gamme Ready Pac Foods

Un portefeuille diversifié de produits frais



*Pro forma 2016-2017



- Bistro Bowl®
- Bistro Bowl® bio
- Bistro Bowl® Multi-packs

- Salades et légumes prélavés (mélanges de salade)

- Kits de salade complets

- Snacks avec plusieurs ingrédients
- Mélanges de fruits

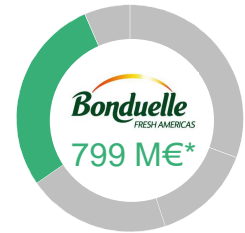
- Fruits frais coupés
- Plateaux de fruits, légumes à croquer avec sauce
- Sachets de légumes individuels

- Salades transformées, tomates, oignons etc. destinés aux clients food service



■ Retail
 ■ Food service

BFA : les bistro Bowls, un produit à valeur ajoutée sur un segment porteur



*Pro forma 2016-2017




Les principales caractéristiques des bols de Ready Pac pour répondre aux attentes consommateurs

<p>La marque Bistro Bowl® est synonyme de la catégorie</p>	<p>Un prix moyen de 3,49\$ délivre une valeur exceptionnelle</p>	<p>Un emballage hautement perfectionné prolonge la durée de vie en rayon</p>	<p>300 calories ou moins par portion</p>
<p>8 protéines différentes: Poulet, dinde, bacon, jambon et autres</p>			<p>Des recettes uniques qui inclus souvent au minimum 4 ingrédients</p>
<p>40 recettes uniques, vs. 9 pour le principal concurrent</p>			<p>Les sauces et le merchandising exclusifs sont des atouts majeurs de différenciation</p>

BFA : un business complémentaire en Amérique du Nord



Une plateforme globale en Amérique du Nord

			
États-Unis	✓	✓✓	✓✓
Canada	✓✓	-	✓✓
Marques Propres	✓	✓✓	✓✓
Marques Distributeur	✓✓	✓	✓✓
Offre retail	✓	✓✓	✓✓
Offre food service	✓✓	✓	✓✓
Innovation	✓	✓✓	✓✓

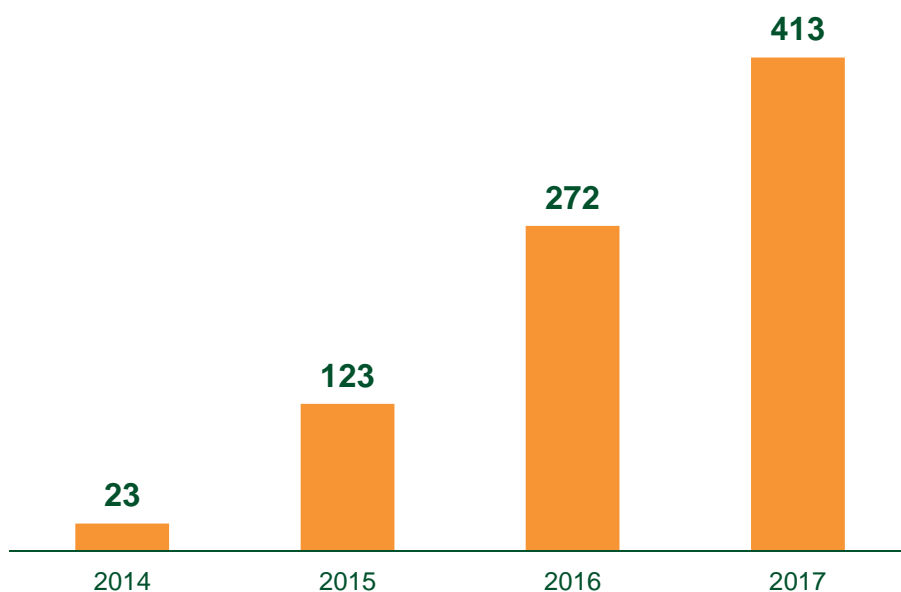
*Pro forma 2016-2017

BFA : une capacité d'innovation inégalée

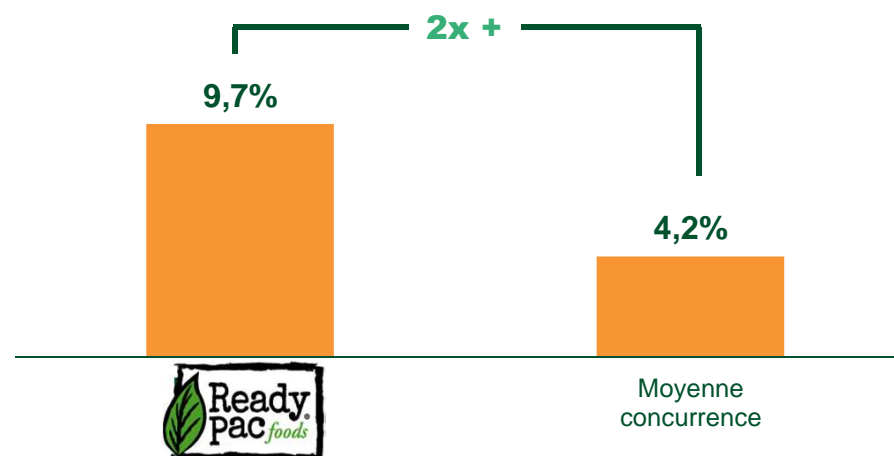


Ventes de produits introduits après 2013

En millions USD

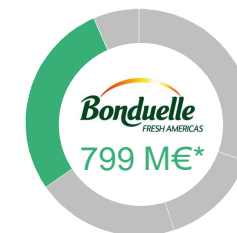


Taux d'innovation vs concurrence



Innovations 2017

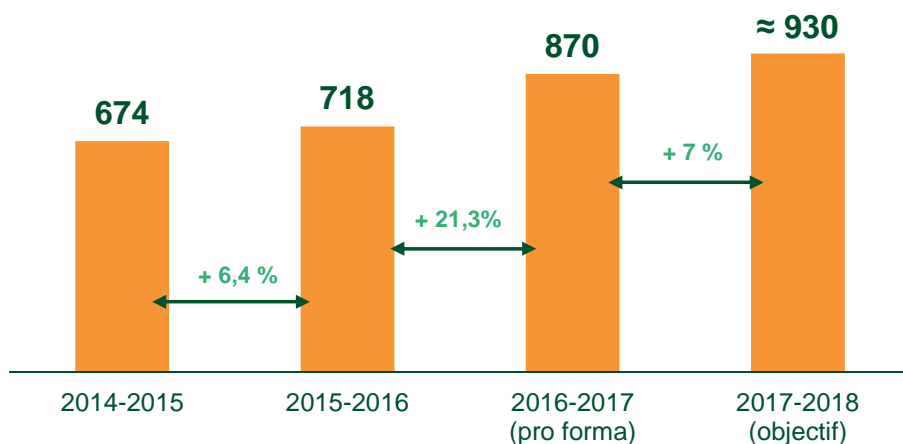
BFA : Relais de croissance et de rentabilité



*Pro forma 2016-2017

Evolution du chiffre d'affaires

En millions USD

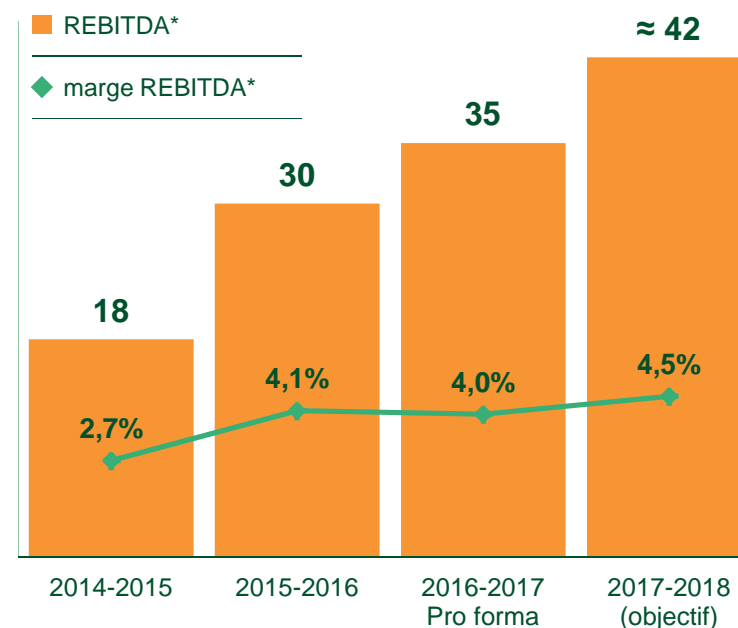


► Performance 2017 en ligne avec le business plan

► Une croissance rentable

Evolution du REBITDA*

En millions USD



* EBITDA récurrent

Un multiple de valorisation attractif

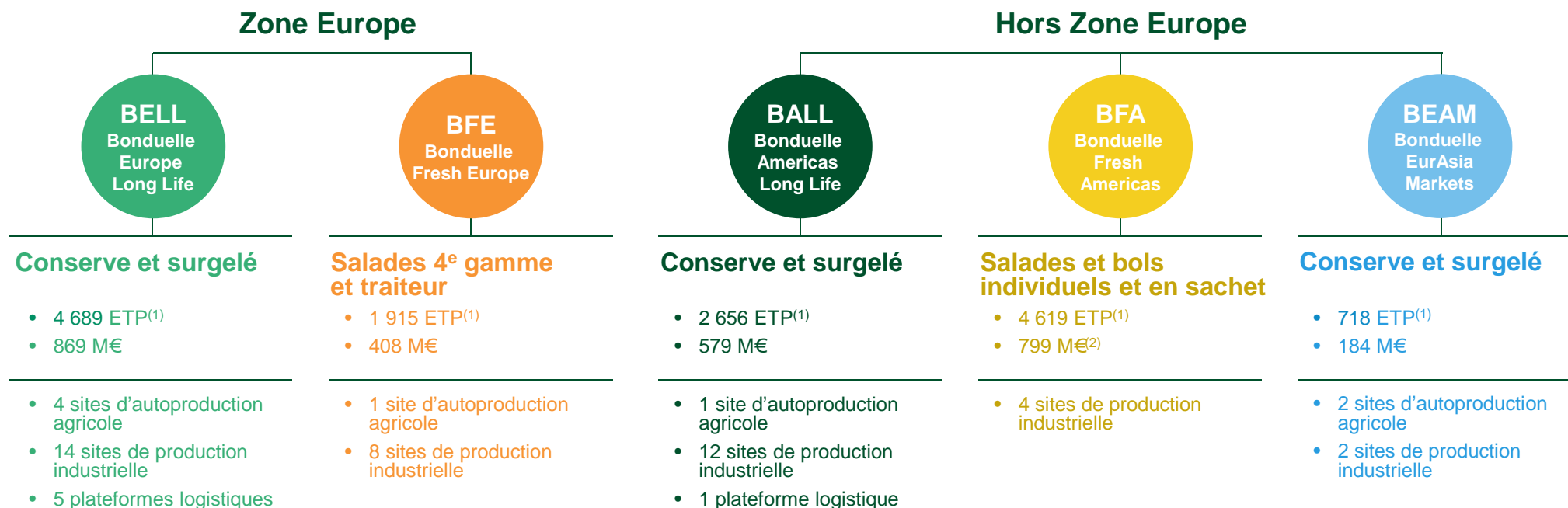


Date	Acheteur	Cible	VE ⁽¹⁾ (M\$)	% Acquis	X Sales	X EBITDA
Dec-15			929	100%	2.18x	21.3x
Nov-15			975	100%	1.89x	n.a.
Oct-15			1,910	100%	2.21x	18.2x
Juin-15			231	100%	2.31x	12.5x
Nov-14			155	100%	2.69x	n.a.
Sep-14			820	100%	3.94x	36.2x
Mar-14	Daniel Lubetzky		729	30%	3.70x	15.3x
Sept-12			340	100%	2.50x	12.1x
Juil-12			1,550	100%	2.25x	9.5x
Mai-12			125	100%	1.73x	13.3x
Moyenne					2.54x	17.3x
Médiane					2.28x	14.3x
Fev-17			403	100%	0.5x	11.6x

Note: (1) Valeur d'Entreprise

Sources: Factset, Mergermarket, presse

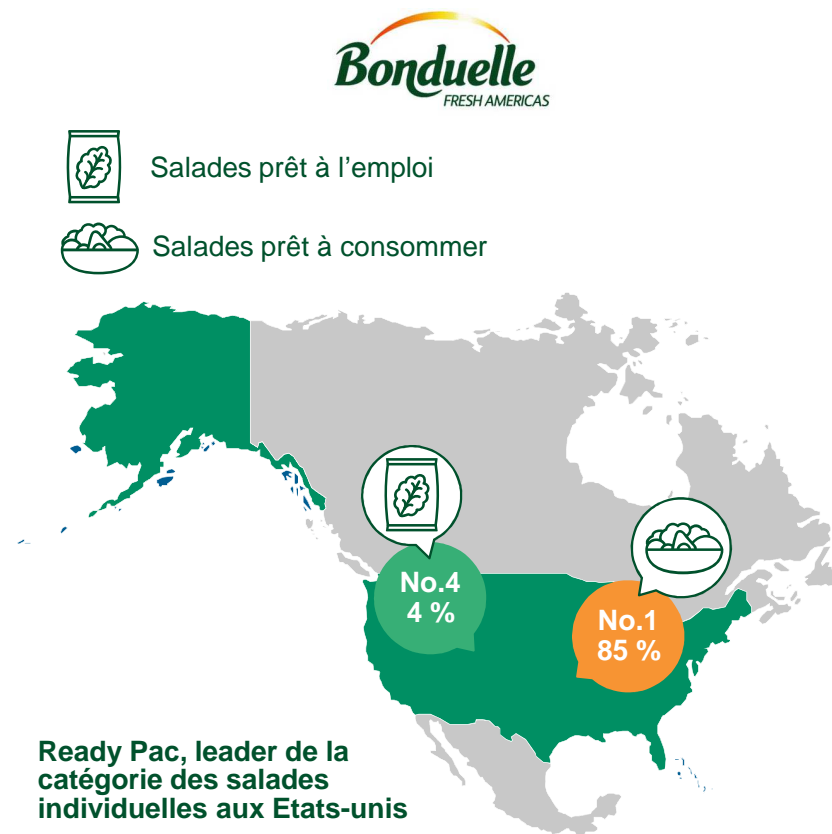
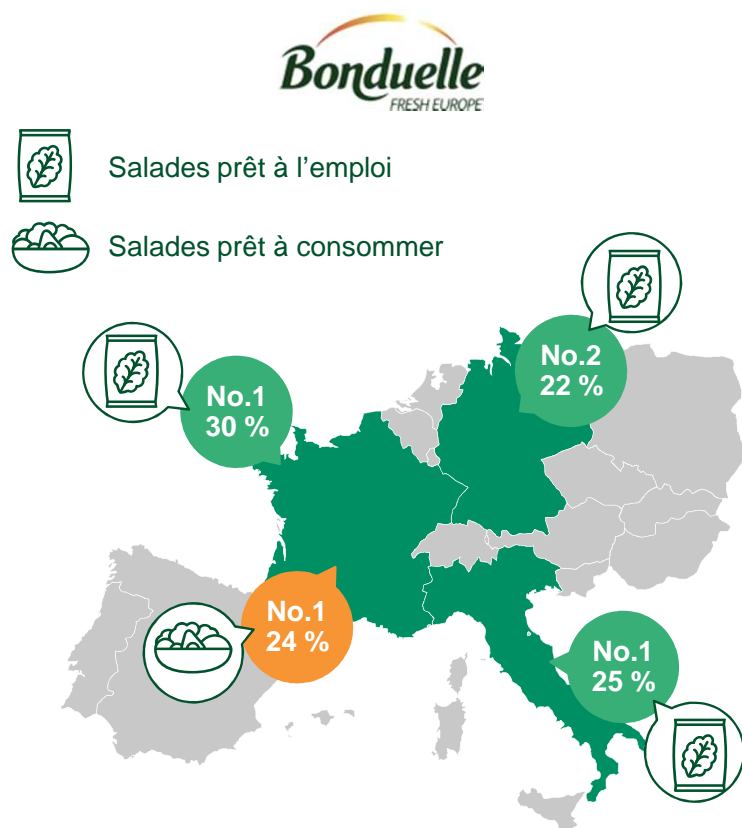
Organisation opérationnelle du groupe



⁽¹⁾ Employés équivalent temps plein

⁽²⁾ Pro forma 2016-2017

Une étape majeure qui renforce la présence globale de Bonduelle en frais



Une étape majeure dans l'ambition VegeGo! 2025

Délivrer une croissance rentable sur le long terme



▶ Investir dans les marchés en croissance

- L'Amérique du Nord : une économie mature en croissance
- Focus sur le marché des produits sains facilitant la vie des consommateurs



▶ Renforcer la présence et la visibilité des marques

- Une plateforme extensible opérant sur l'ensemble des États-Unis



▶ Tirer le meilleur parti de l'innovation

- Très large base de clients tournée vers la marque et l'innovation



▶ Développer les activités économes en capitaux



Perspectives



Une étape majeure dans l'ambition VegeGo! 2025

VegeGo! 2025 : des objectifs ambitieux



Hors Bonduelle Fresh Americas



**AUGMENTER
NOTRE
CROISSANCE**

OBJECTIF DE CROISSANCE
3,5 milliards €
(en 2025)

Ventes 2016-2017
2,040 milliards €

Ventes 2016-2017
Pro Forma
2,8 milliards €⁽¹⁾

**AMÉLIORER
NOTRE
RENTABILITÉ**

OBJECTIF DE RENTABILITE (ROC)
250M€
(en 2025)

ROC 2016-2017
106,2 M€

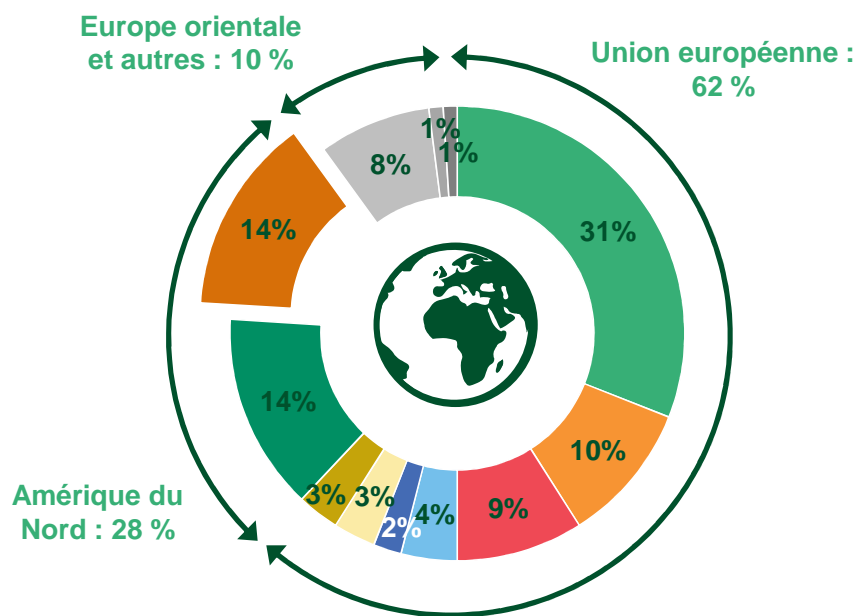
ROC 2016-2017
Pro Forma
121 M€⁽¹⁾

⁽¹⁾Taux de conversion 1,20 USD pour 1 euro

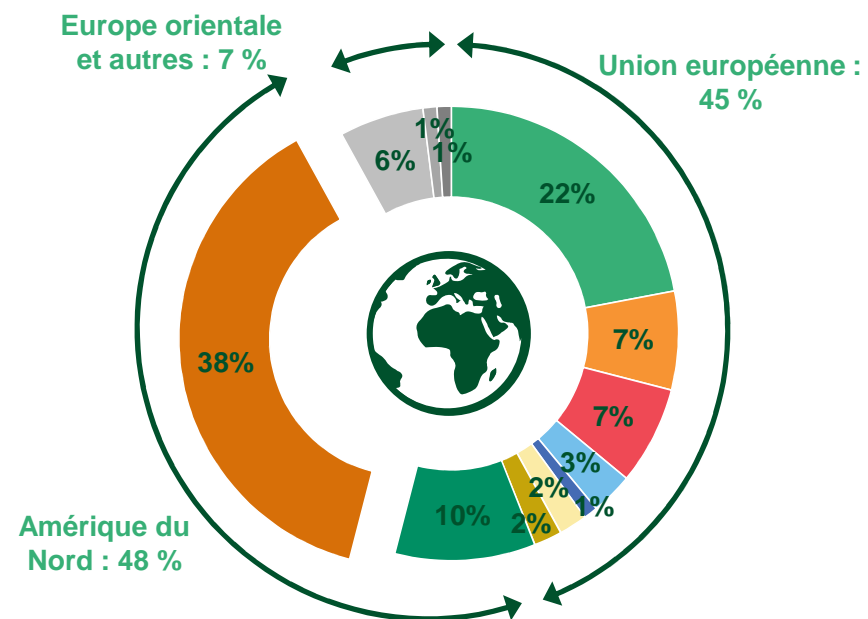
Bonduelle : une présence internationale diversifiée

Les Etats-Unis désormais le pays #1

Ventes 2016-2017 hors BFA



Ventes 2016-2017 Bonduelle pro forma*

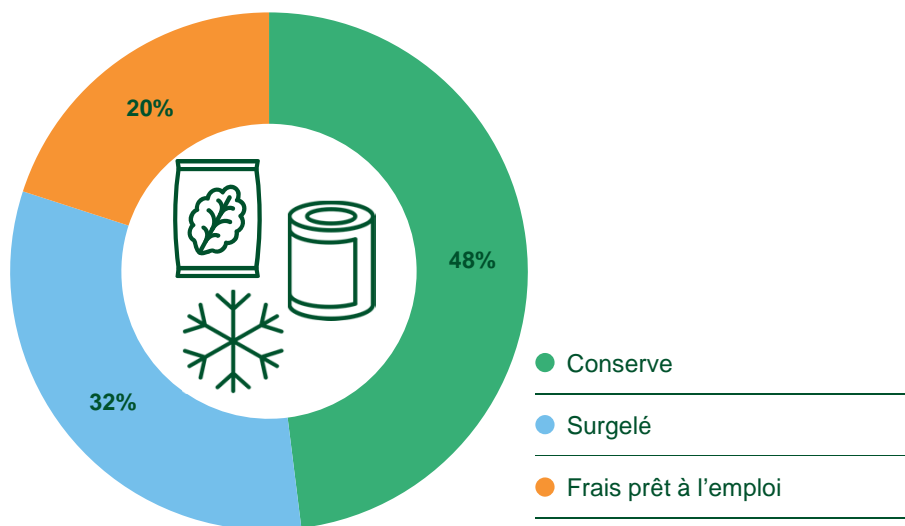


* 30 juin 2017 sur 12 mois pour Ready Pac Foods pro forma

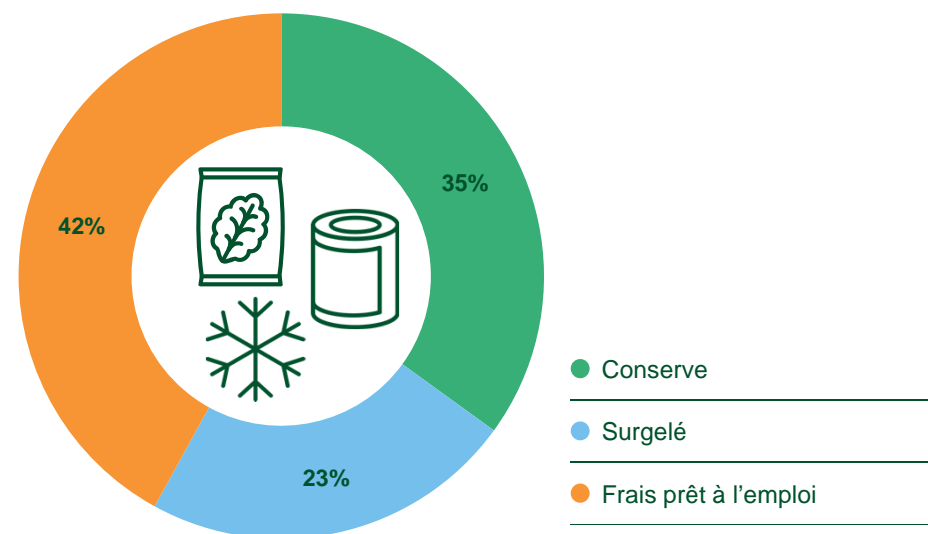
Bonduelle : un modèle économique équilibré

L'activité frais 1^{ère} activité du groupe

Ventes 2016-2017 hors BFA



Ventes 2016-2017 Bonduelle pro forma*



* 30 juin 2017 sur 12 mois pour Ready Pac Foods pro forma

Perspectives 2017-2018

Forte croissance du chiffre d'affaires et de la rentabilité

En M€	2017-2018 consolidé Taux de changes constants	2017-2018 BFA*	2017-2018 hors BFA Périmètre et changes constants	2016-2017 hors BFA (Ready Pac Foods)	2016-2017
Chiffre d'affaires	≈ 2 870	≈ 780	≈ 2 090	2 040	2 288
				+2 / +3 %	
	↑ + 25 %				
Rentabilité opérationnelle courante	133 – 136**	20 – 21**	113 - 115	106	108
Marge opérationnelle courante / CA	4,7 %	2,6 %	5,4 %	5,2 %	4,7 %
				+7 / +8 %	
	↑ + 25 %				

- ▶ Croissance et hausse de la rentabilité du périmètre historique
- ▶ Une contribution élevée de Bonduelle Fresh Americas à la croissance du groupe
- ▶ Des investissements industriels et marketing en croissance notamment chez BFA en 2017-2018
- ▶ Proposition de dividende AG 2017 : 0,45 €/action

* Taux de conversion du dollar US = 1,20 USD / 1 EUR

** Y compris amortissement du purchase price allocation (PPA) Ready Pac Foods 6,2 M€

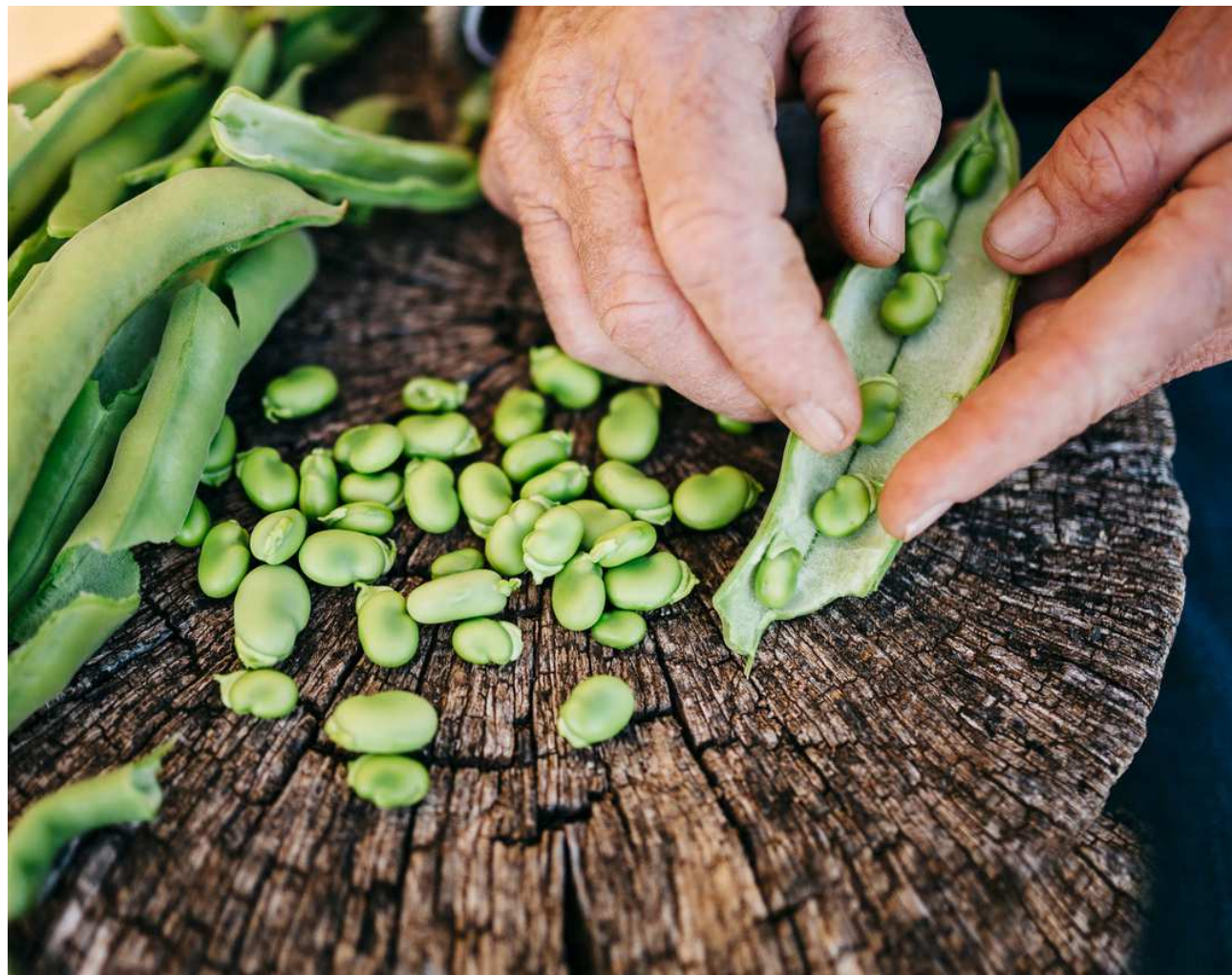
Cultivons le bien-vivre par l'alimentation végétale

Oct.

2017

2016-2017 :
une étape majeure de
l'ambition VegeGo! 2025

The logo for Bonduelle, featuring a stylized orange and yellow arc above the word "Bonduelle" in a black serif font.



Résultats annuels Groupe Bonduelle – Exercice 2016-2017