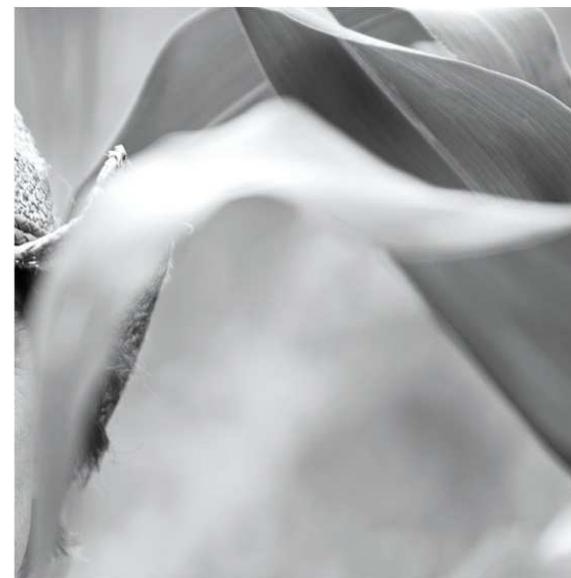


BIEN- VIVRE PAR L'ALIMEN- TATION VÉGÉTALE

RESULTATS SEMESTRIELS 2017
PARIS LE 2 MARS 2017



The logo for Bonduelle, featuring a stylized rainbow arch above the brand name in a serif font.

DISCLAIMER

Ce document contient des déclarations de nature prospective concernant BONDUELLE. Bien que BONDUELLE estime que ces déclarations reposent sur des hypothèses raisonnables, elles comportent de nombreux risques et incertitudes, et en conséquence les résultats réels pourront différer significativement de ceux visés. Pour une description plus détaillée de ces risques et incertitudes, il convient notamment de se référer au rapport annuel de BONDUELLE (Document de Référence, à la section « Facteurs de risques », disponible sur www.bonduelle.com).

BONDUELLE ne s'engage en aucune façon à publier une mise à jour ou une révision de ces éléments. Ce document ne constitue pas une offre de vente ou la sollicitation d'une offre d'achat des titres BONDUELLE.



RESILIENCE DE L'ACTIVITE ET DE LA RENTABILITE DANS UN ENVIRONNEMENT DIFFICILE ET ACQUISITION TRANSFORMANTE AUX ETATS-UNIS

ACTIVITE ET RENTABILITE CONFORMES A L'OBJECTIF ANNUEL

- Des marchés peu dynamiques et une climatologie défavorable
- Une croissance de l'activité en ligne avec l'objectif annuel
- Une rentabilité quasi-stable
- Un profil financier désormais très solide

UNE ETAPE MAJEURE VERS VEGEGO! 2025 : ACQUISITION DE READY PAC

DES OBJECTIFS ANNUELS CONFIRMES EN HAUT DE FOURCHETTE



1^{ER} SEMESTRE 2016-2017

RESILIENCE

DE L'ACTIVITE ET DE LA RENTABILITE

BONDUELLE
—
RESULTATS
SEMESTRIELS

BONDUELLE
—
READY PAC

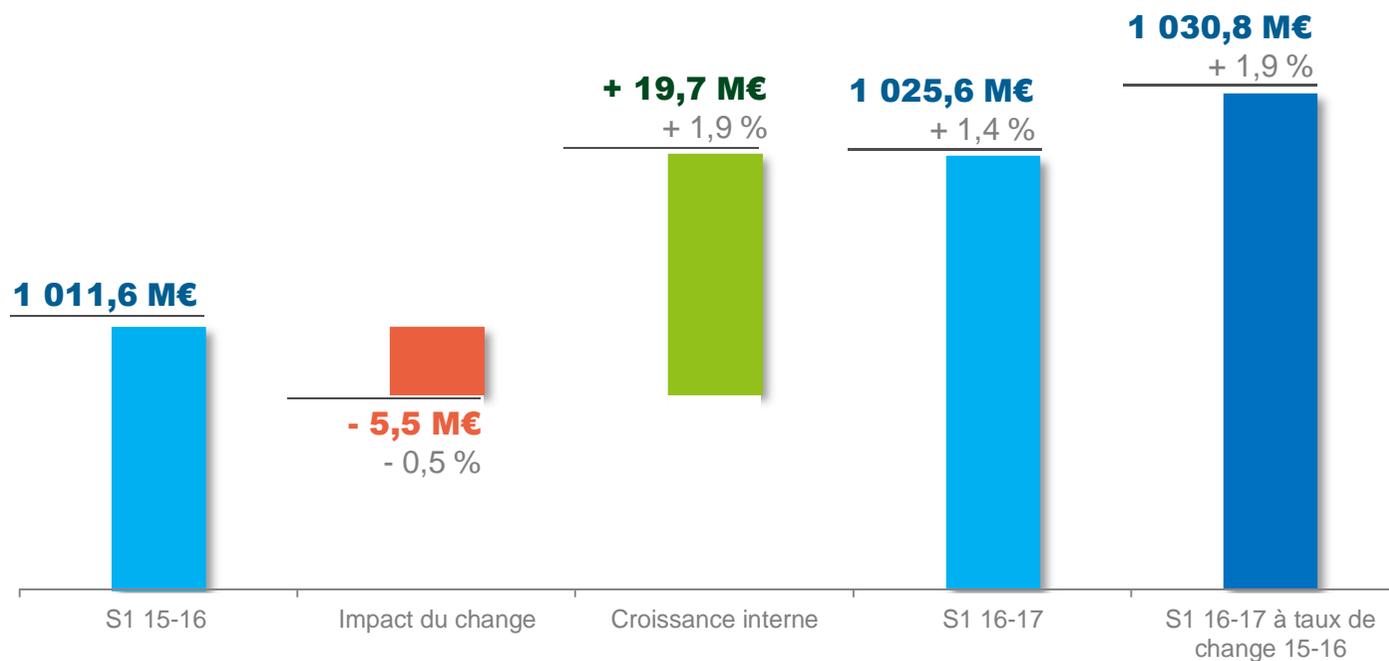
BONDUELLE
—
PERSPECTIVES



RESISTANCE DE L'ACTIVITE AU 1^{ER} SEMESTRE 2016-2017

EVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES

UNE ACTIVITE EN CROISSANCE
UN IMPACT TOUJOURS NEGATIF DES CHANGES



► Croissance conforme à l'objectif annuel (2 à 3 % à taux de change constants)

BONDUELLE
—
RESULTATS
SEMESTRIELS

BONDUELLE
—
READY PAC

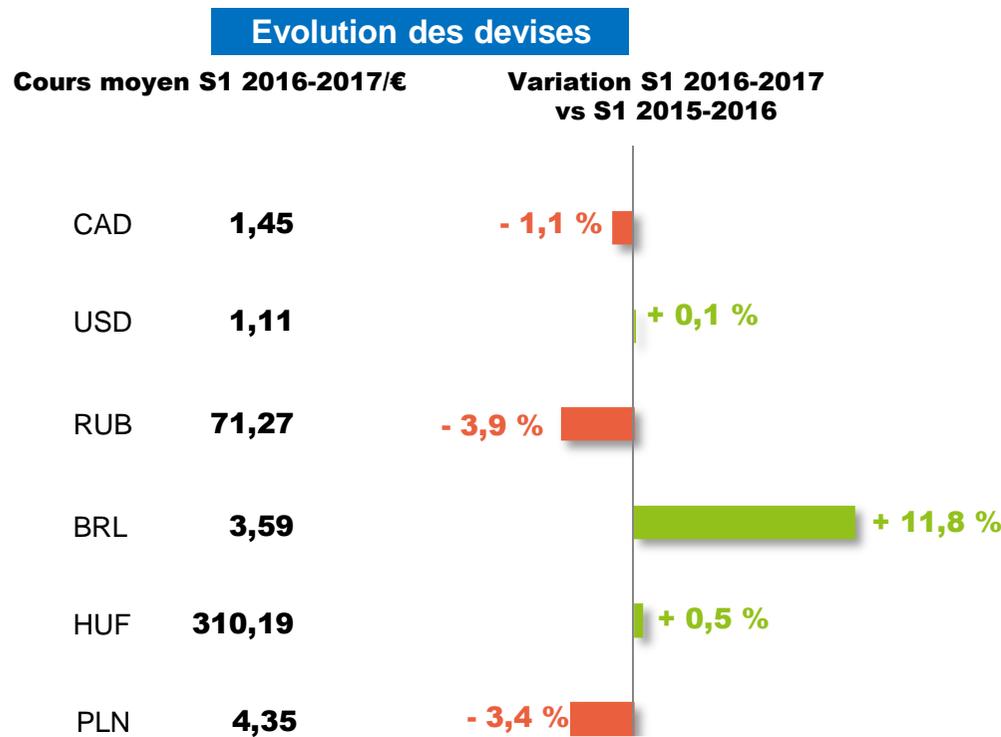
BONDUELLE
—
PERSPECTIVES



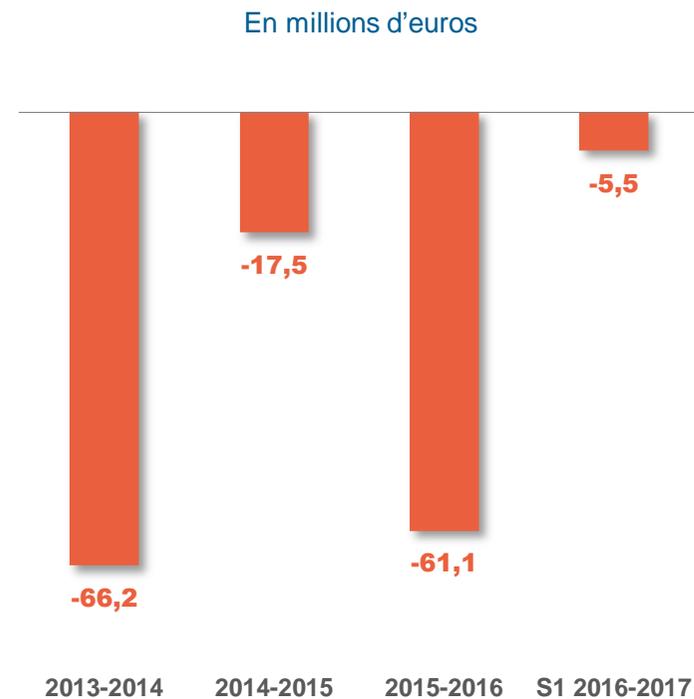
UNE CROISSANCE IMPACTEE PAR LES EFFETS DE CHANGE

EVOLUTION DES DEVICES

UN IMPACT NEGATIF LIMITE



Evolution de l'impact des devises sur 4 ans



STABILITE EN EUROPE, CROISSANCE HORS D'EUROPE

CHIFFRE D'AFFAIRES PAR ZONE

UNE CROISSANCE PORTEE PAR LA ZONE HORS EUROPE

	CA S1 2016-17 en M€	▲ Données comparables*	▲ Données publiées
Zone Europe	632,1	- 0,8 %	- 0,9 %
Zone hors Europe	393,5	+ 6,6 %	+ 5,3 %
Total	1 025,6	+ 1,9 %	+ 1,4 %

- ▶ Europe : stabilité de l'activité malgré des marchés peu porteurs
- ▶ Hors Europe : bonne activité en Amérique du Nord et baisse de l'activité en Russie

*Données comparables : à taux de change et périmètre constants

BONDUELLE
—
RESULTATS
SEMESTRIELS

BONDUELLE
—
READY PAC

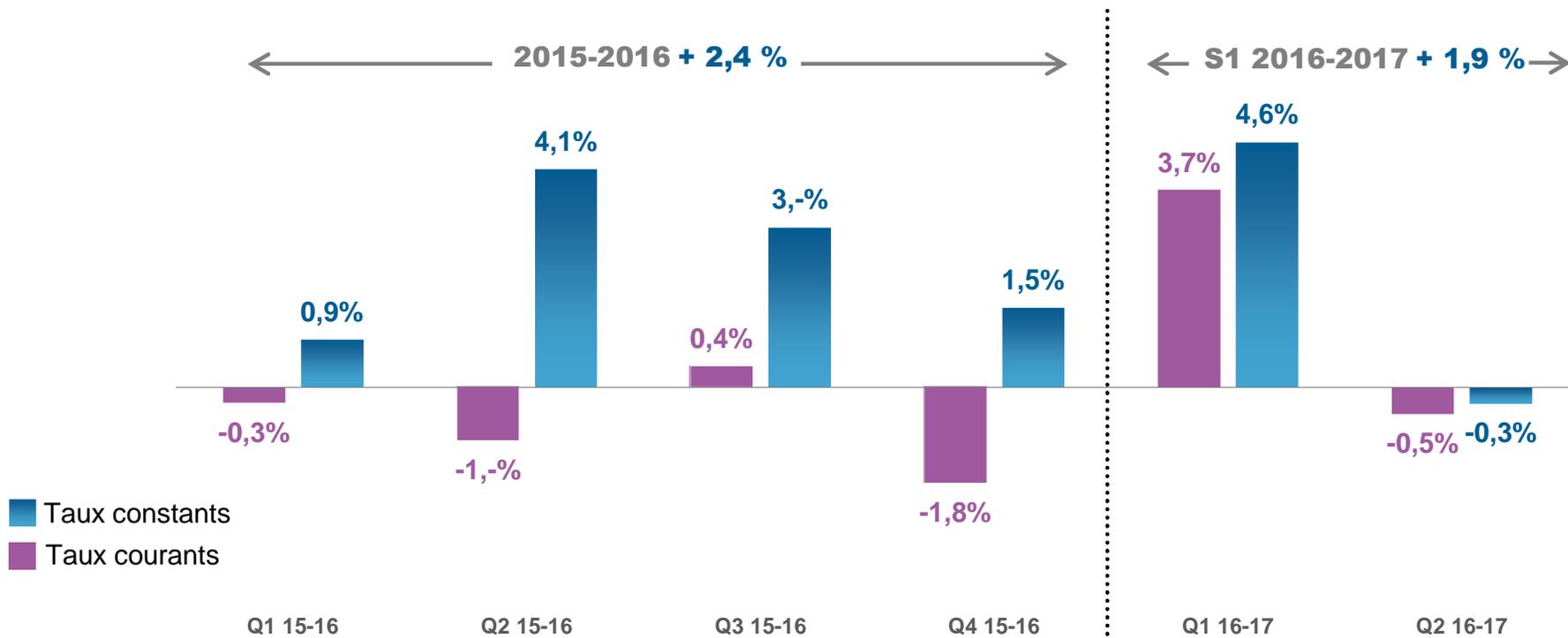
BONDUELLE
—
PERSPECTIVES


Bonduelle

DE FORTES FLUCTUATIONS DE L'ACTIVITE

EVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES

UN DEMARRAGE D'EXERCICE FAVORABLE
UN 2^{EME} TRIMESTRE PLUS DIFFICILE



► Une base de comparaison élevée au 2^{ème} trimestre

BONDUELLE
—
RESULTATS
SEMESTRIELS

BONDUELLE
—
READY PAC

BONDUELLE
—
PERSPECTIVES



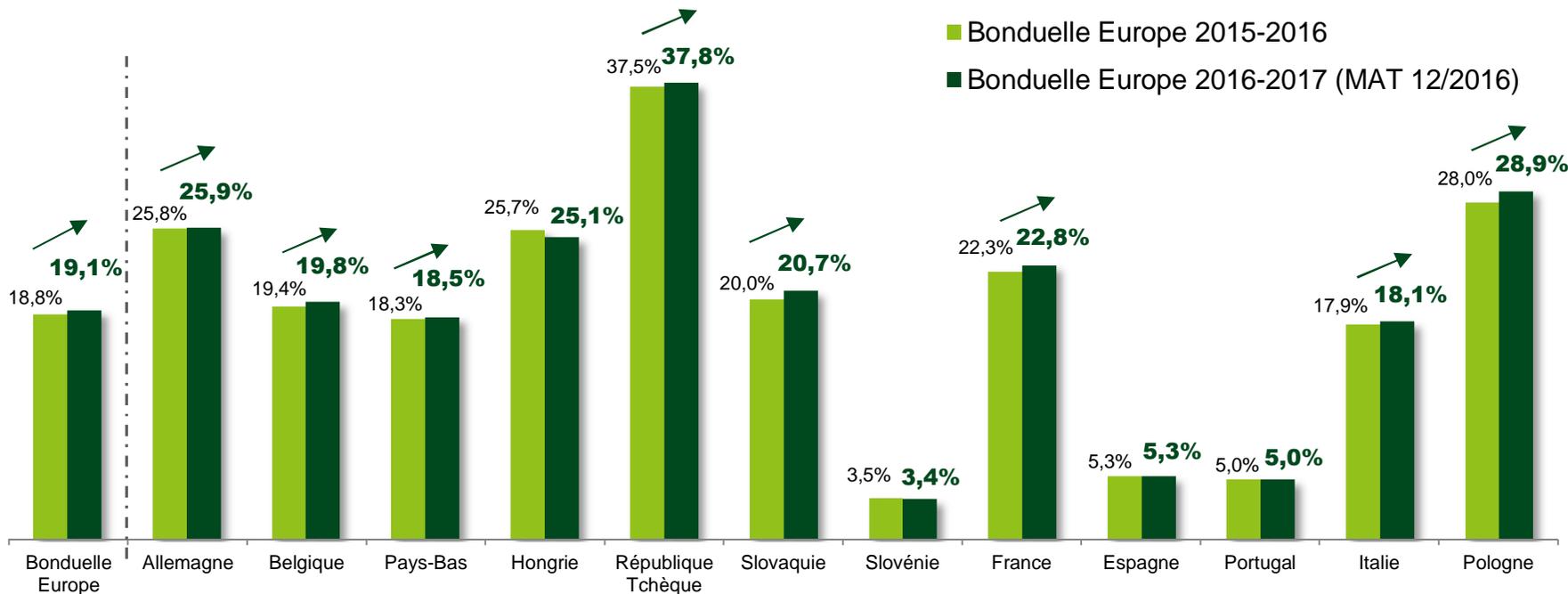


CONSERVE EUROPE : EXCELLENTE PERFORMANCE DES MARQUES

PARTS DE MARCHE MARQUE BONDUELLE PAR PAYS

DES GAINS DE PARTS DE MARCHE DANS NOS PRINCIPAUX PAYS

Evolution des parts de marché Bonduelle (valeur)



Source : Nielsen /IRI - Reporting Marché BELL Europe - PDM VALEUR - Total marché HD excl.

BONDUELLE
—
RESULTATS
SEMESTRIELS

BONDUELLE
—
READY PAC

BONDUELLE
—
PERSPECTIVES





CONSERVE EUROPE : L'INNOVATION « ENRICHER »

ILLUSTRATION DE LA PLATEFORME DE MARQUE « BONDUELLE SOURCE D'INSPIRATION »



BONDUELLE
—
RESULTATS
SEMESTRIELS

BONDUELLE
—
READY PAC

BONDUELLE
—
PERSPECTIVES



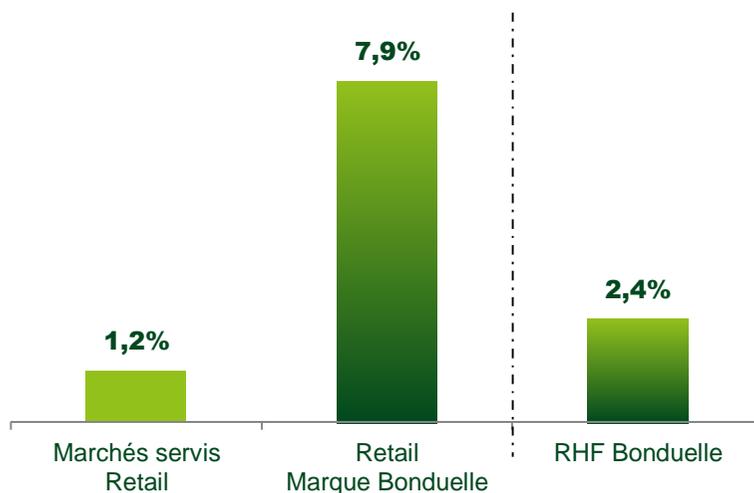


SURGELE EUROPE : CROISSANCE RETAIL ET RHF

EVOLUTION COMPAREE 2015-2016 MARCHE ET BONDUELLE

FORTE CROISSANCE EN RETAIL – RETOUR A LA CROISSANCE EN RHF

Evolution S1 2016-2017 du marché et du chiffre d'affaires Bonduelle vs N-1



Sources : Nielsen/IRI Données panel MAT décembre 2016 – valeur et Bonduelle

- Croissance toujours solide en retail marque
- Croissance confirmée en RHF



BONDUELLE
—
RESULTATS
SEMESTRIELS

BONDUELLE
—
READY PAC

BONDUELLE
—
PERSPECTIVES



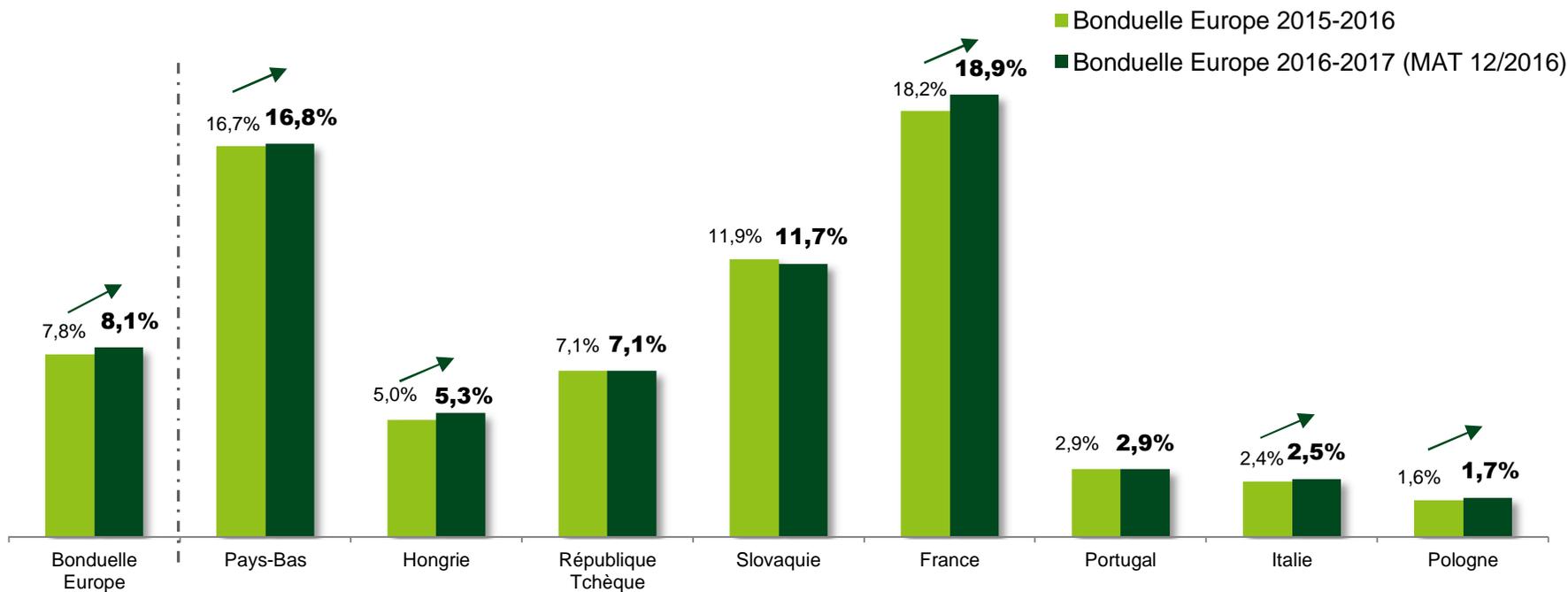


SURGELE EUROPE : PERFORMANCE RETAIL PORTEE PAR LA MARQUE BONDUELLE

EVOLUTION DES PARTS DE MARCHE BONDUELLE (VALEUR)

SURPERFORMANCE ET GAIN DE PARTS DE MARCHE

Evolution des parts de marché Bonduelle (valeur)



Source : Nielsen /IRI - Reporting Marché BELL Europe - PDM VALEUR - Total marché HD excl.

BONDUELLE
—
RESULTATS
SEMESTRIELS

BONDUELLE
—
READY PAC

BONDUELLE
—
PERSPECTIVES



RHF EUROPE : BONDUELLE REPREND L'INITIATIVE

Bonduelle
EUROPE LONG LIFE

430 M€



BONDUELLE
—
RESULTATS
SEMESTRIELS

BONDUELLE
—
READY PAC

BONDUELLE
—
PERSPECTIVES



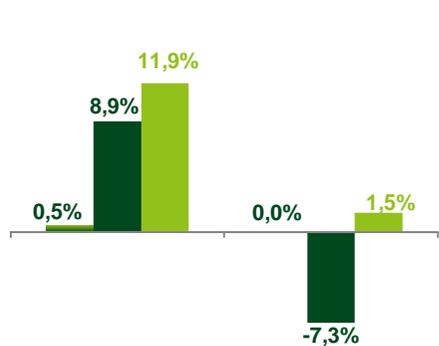


FRESH EUROPE : SITUATION CONTRASTEE DES MARCHES

EVOLUTION VALEUR DES MARCHES ET CHIFFRE D'AFFAIRES BONDUELLE

UNE PREMIER SEMESTRE PEU FAVORABLE AUX MARQUES

France Retail Salades en sachet

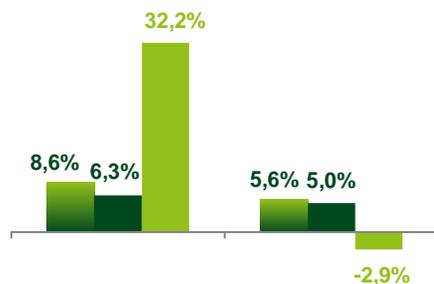


Part de marché : 20,6 %

2015-2016 S1 2016-2017



Allemagne Retail Salades en sachet

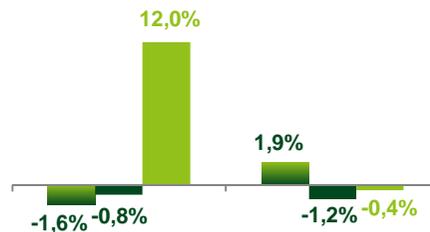


Part de marché : 13,9 %

2015-2016 S1 2016-2017



Italie Retail Salades en sachet

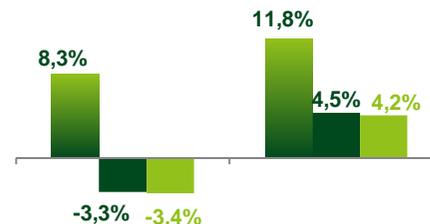


Part de marché : 15,1 %

2015-2016 S1 2016-2017



France Retail Traiteur



Part de marché : 18,7 %

2015-2016 S1 2016-2017



■ Marchés Retail
 ■ Bonduelle (Marques + MDD)
 ■ Marque Bonduelle

Sources: Nielsen / IRI – à P13 2016 - CAM

BONDUELLE
—
RESULTATS
SEMESTRIELS

BONDUELLE
—
READY PAC

BONDUELLE
—
PERSPECTIVES





FRESH EUROPE : LES INNOVATIONS 2017

ITALIE
CARTA DELLE INSALATE

Rocket
Green and Red Batavia
Baby Romaine
Carrots
...and Olives

FRANCE
GRAINES DE SALADE

FRANCE
SALADES CROQUANTES

ITALIE
BURGERS VEGETAUX

BONDUELLE
—
RESULTATS
SEMESTRIELS

BONDUELLE
—
READY PAC

BONDUELLE
—
PERSPECTIVES

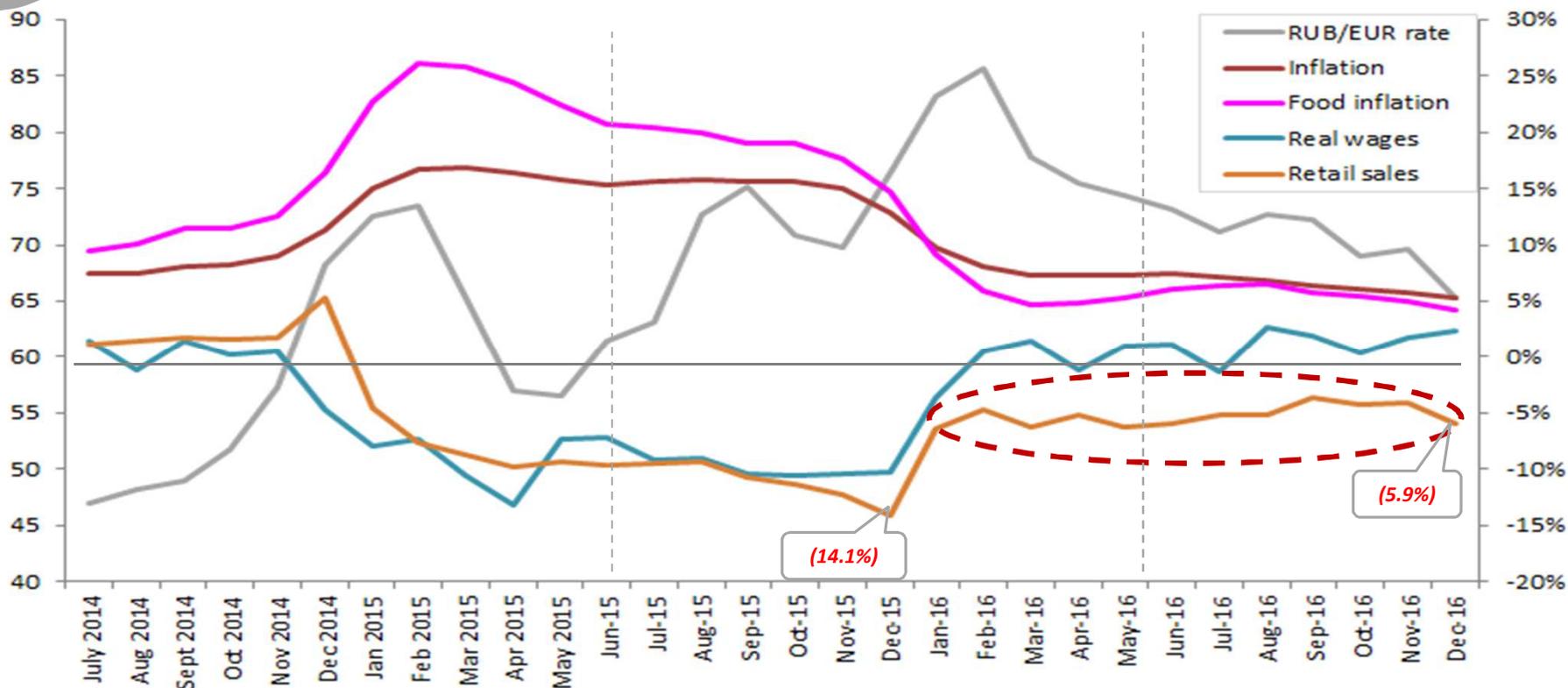




BEAM : RUSSIE – UNE CONSOMMATION EN PANNE

EVOLUTION DES INDICATEURS ECONOMIQUES ET DU POUVOIR D'ACHAT

ABSENCE DE REBOND DE LA CONSOMMATION



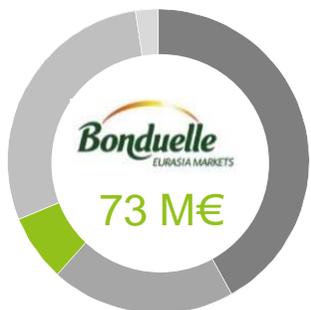
« La baisse des revenus des ménages est sans précédent. Seules l'Ukraine et l'Argentine ont connu un plus fort déclin », l'économiste Andreï Movtchan, Centre Carnegie Russie. **En deux ans, le nombre de pauvres a augmenté de 14,4 %**

BONDUELLE
—
RESULTATS
SEMESTRIELS

BONDUELLE
—
READY PAC

BONDUELLE
—
PERSPECTIVES





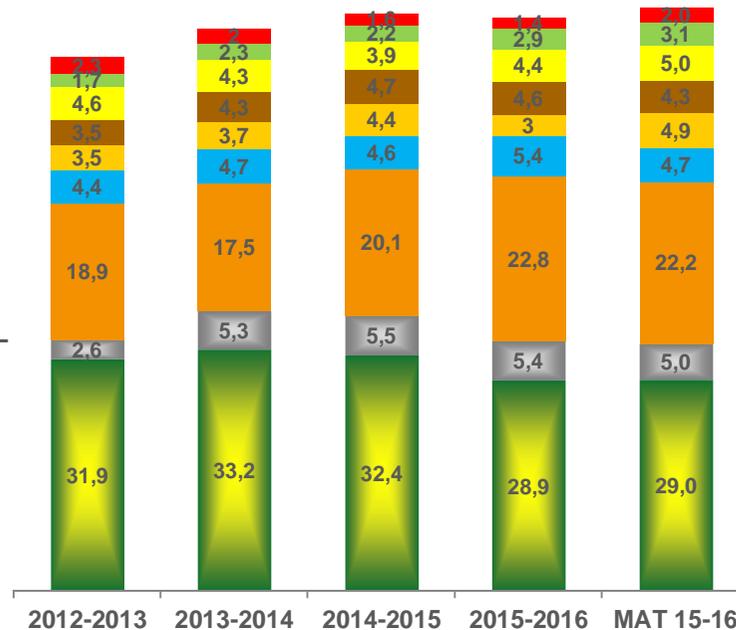
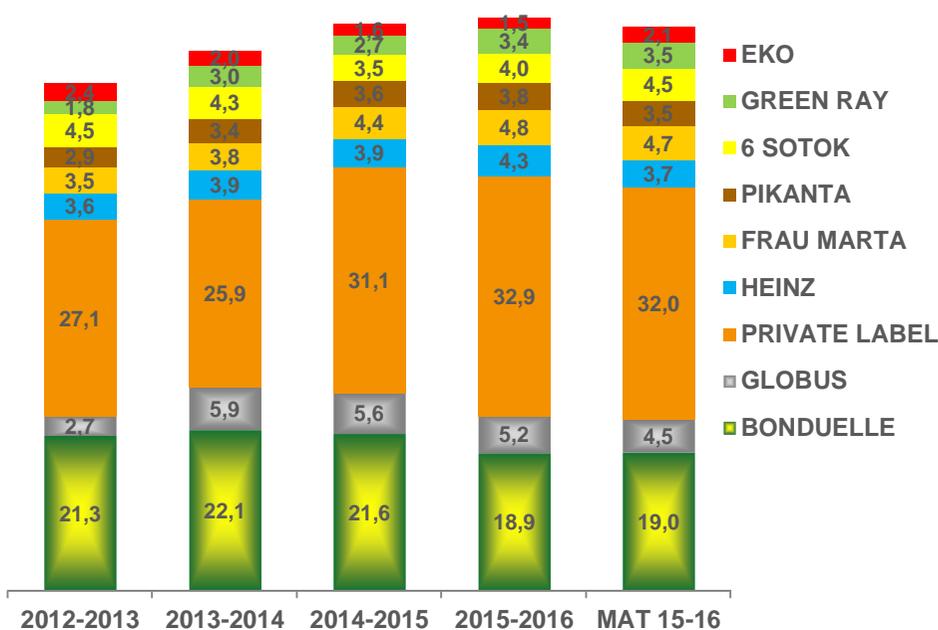
BEAM : RUSSIE - BONNE RESISTANCE DE BONDUELLE

EVOLUTION DES PARTS DE MARCHE – TOP 10 MAIS-POIS-HARICOTS

MALGRE UN POSITIONNEMENT PREMIUM, LA MARQUE BONDUELLE RESISTE

Part de marché russe en % volume

Part de marché russe en % valeur



Source: Nielsen Total National Urban – MAT 15-16 à fin novembre 2016

BONDUELLE
—
RESULTATS
SEMESTRIELS

BONDUELLE
—
READY PAC

BONDUELLE
—
PERSPECTIVES

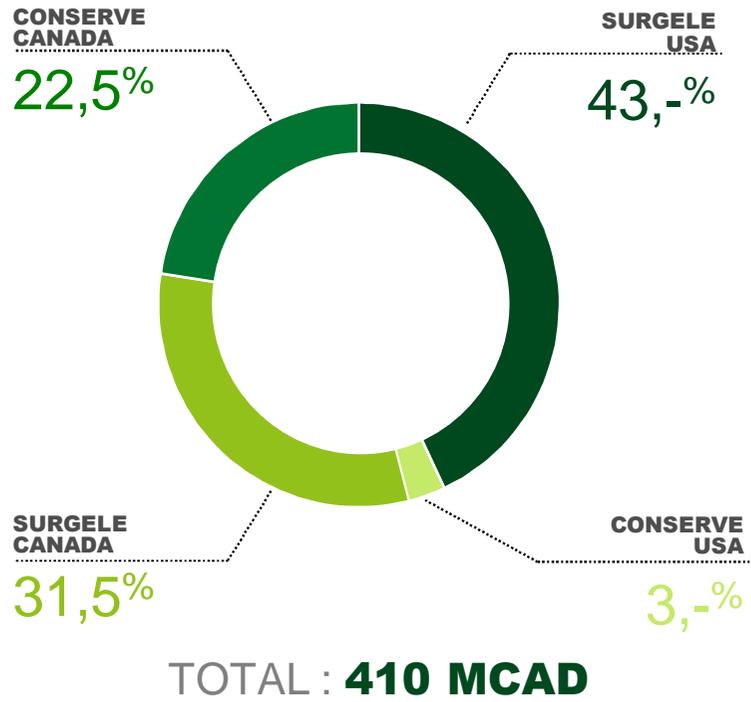




BAM : AMERIQUE DU NORD - POURSUITE DE LA CROISSANCE

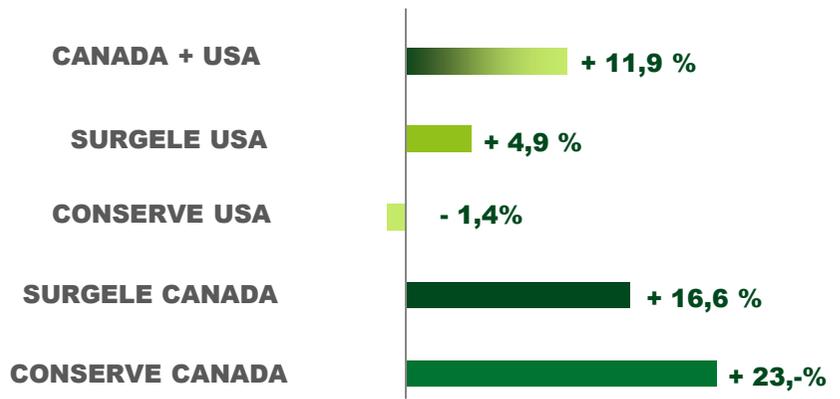
REPARTITION ET EVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES

Répartition du chiffre d'affaires S1 2016-2017 AMERIQUE DU NORD



Evolution du chiffre d'affaires S1 2016-2017

(En dollars CAD)



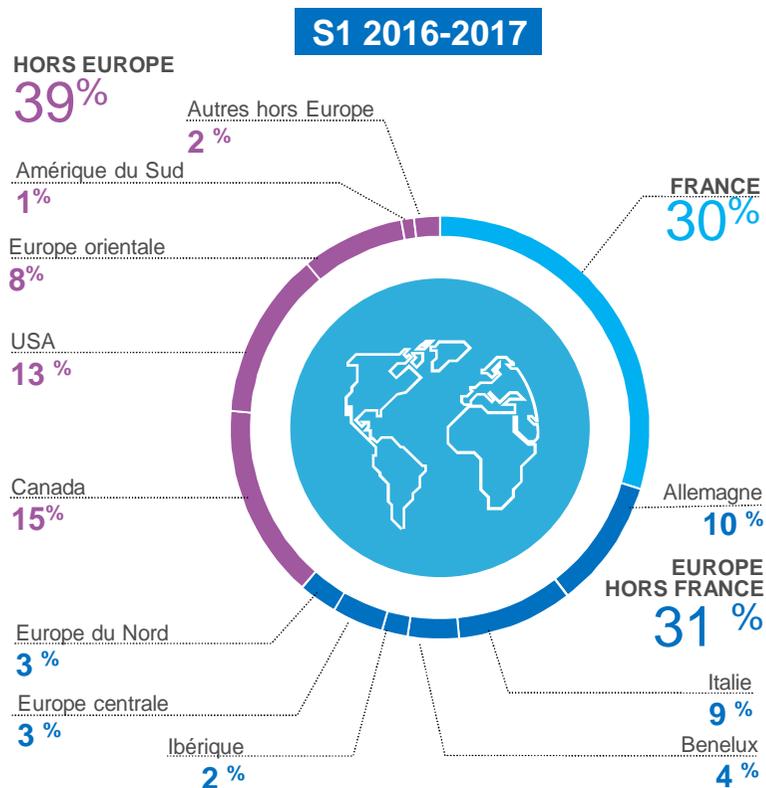
Bonduelle 2016 Sysco Gold Supplier



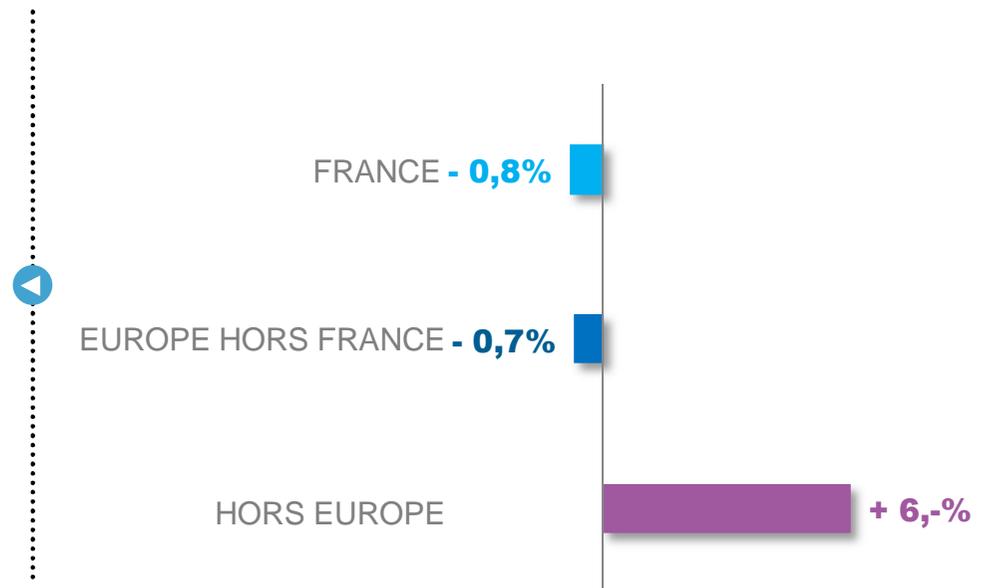
RESILIENCE EN EUROPE ET CROISSANCE HORS D'EUROPE

EVOLUTION DU PORTEFEUILLE D'ACTIVITES

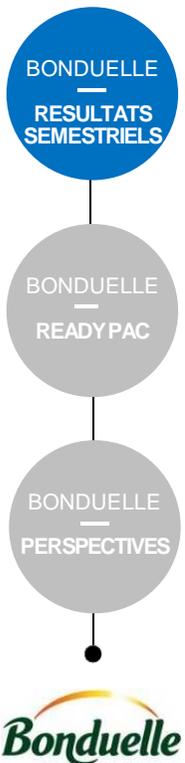
REPARTITION GEOGRAPHIQUE DU CHIFFRE D'AFFAIRES



Croissance S1 2016-2017
A taux de change et périmètre constants



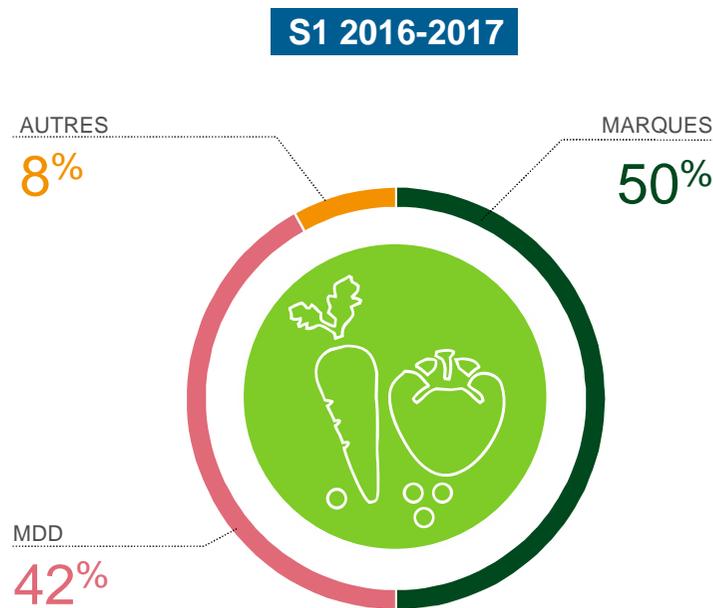
- ▶ Résistance de l'activité en France et en Europe
- ▶ Part du hors Europe en croissance continue (37 % en 2015-2016)



CROISSANCE DES ACTIVITES MARQUE HORS RUSSIE

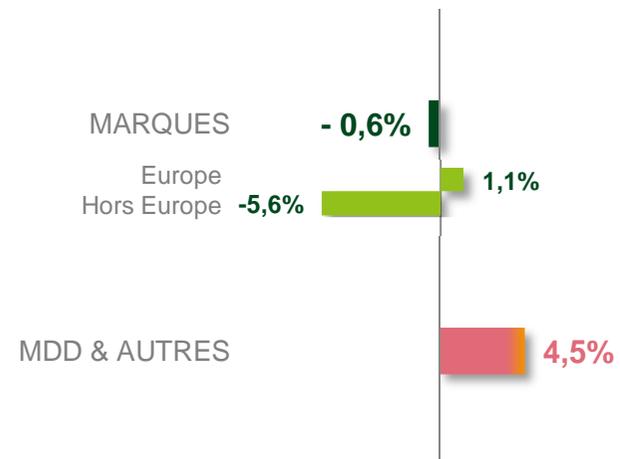
EVOLUTION DU PORTEFEUILLE DE MARQUES

EVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR MARQUE



Croissance S1 2016-2017

A taux de change et périmètre constants



- ▶ Une activité Marque toujours prédominante et en croissance en Europe
- ▶ MDD en croissance grâce à l'Amérique du Nord



UN FOOD SERVICE DYNAMIQUE, UN RETAIL STABLE

EVOLUTION DU PORTEFEUILLE D'ACTIVITES

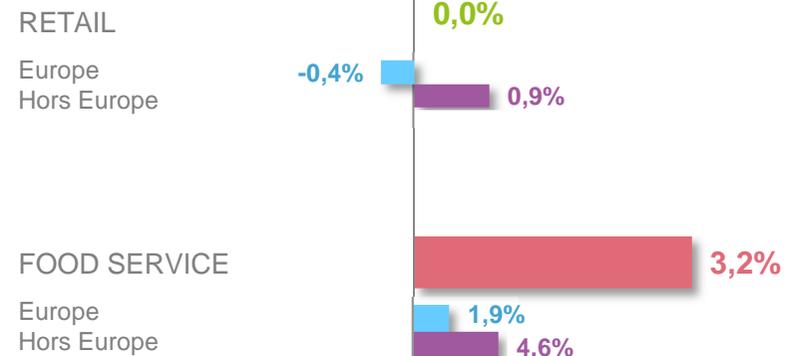
EVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR RESEAU DE DISTRIBUTION

S1 2016-2017



Croissance S1 2016-2017

A taux de change et périmètre constants



BONDUELLE
—
RESULTATS
SEMESTRIELS

BONDUELLE
—
READY PAC

BONDUELLE
—
PERSPECTIVES

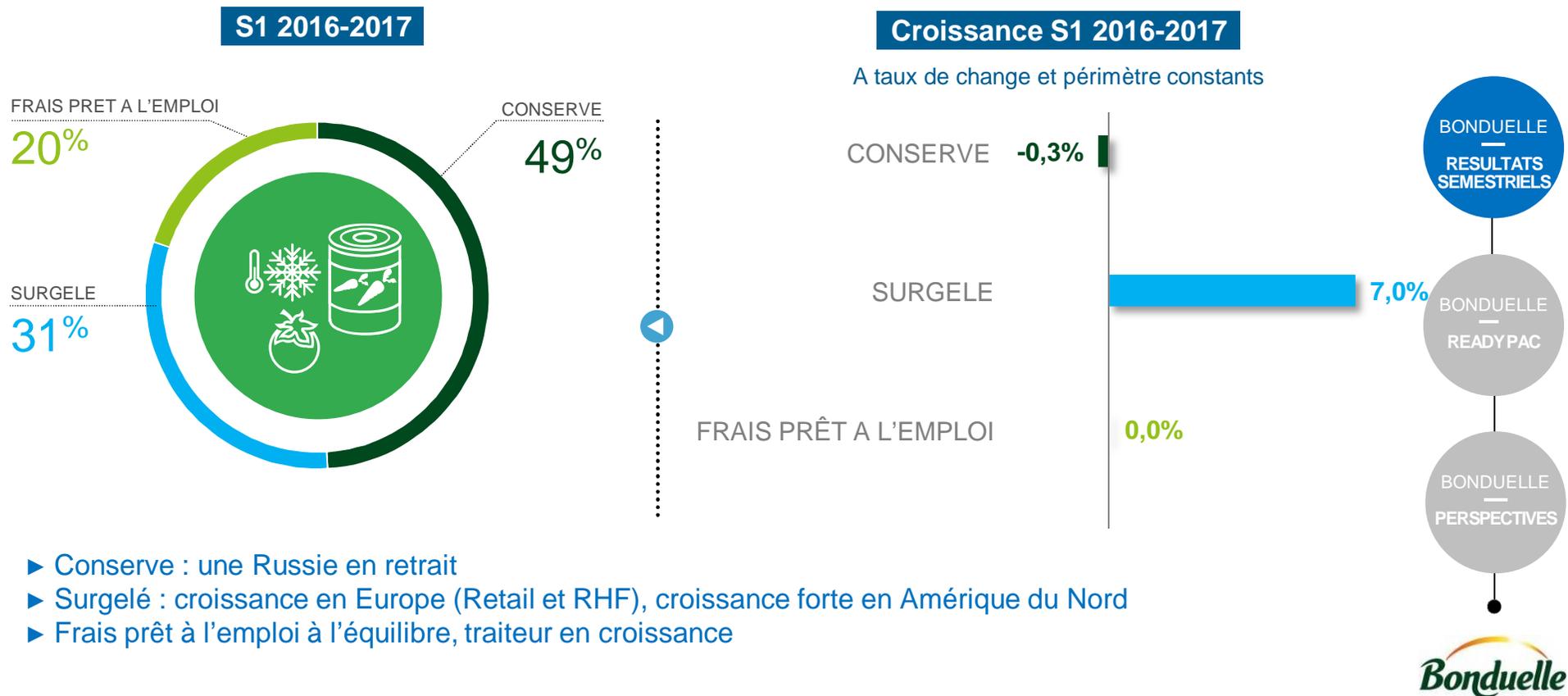
- ▶ Activité Retail représentant $\approx \frac{3}{4}$ des ventes
- ▶ Activité restauration hors foyer : retour de la croissance en Europe et Amérique du Nord dynamique

Bonduelle

UNE EVOLUTION CONTRASTEES DES TECHNOLOGIES

EVOLUTION DU PORTEFEUILLE D'ACTIVITES

EVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR TECHNOLOGIE



CROISSANCE DE L'ACTIVITE ET RENTABILITE PRESERVEE

RENTABILITE OPERATIONNELLE COURANTE PAR ZONE

RESISTANCE DE LA RENTABILITE OPERATIONNELLE COURANTE

en millions €	S1 2016-2017 Taux Constants*	S1 2016-2017 Publié	S1 2015-2016 Publié	▲ Taux constants*	▲ Publié
Chiffre d'affaires	1 030,8	1 025,6	1 011,6	+ 1,9 %	+ 1,4 %
Rentabilité opérationnelle courante	61,9	61,-	64,-	- 3,4 %	- 4,8 %
% CA	6,- %	5,9 %	6,3 %	- 33 bp	- 39 bp

- ▶ Marge opérationnelle courante en léger retrait
 - Campagnes agricoles 2016 difficiles
 - Effet dilutif de la baisse de l'activité en Russie

*Performance 2016-2017 à taux de change 2015-2016

BONDUELLE
—
RESULTATS
SEMESTRIELS

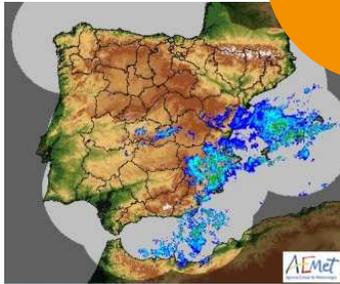
BONDUELLE
—
READY PAC

BONDUELLE
—
PERSPECTIVES

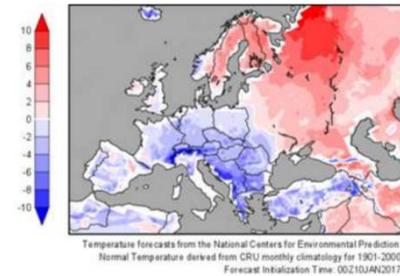


DES INTEMPERIES QUI AFFECTERONT S2 APRES UN ÉTÉ 2016 DIFFICILE

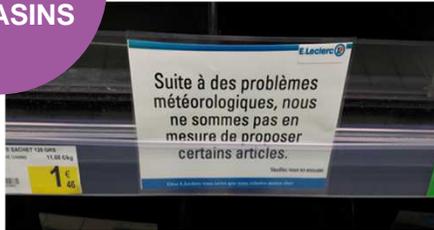
ESPAGNE
INNONDATIONS
DECEMBRE
2016



ITALIE
NEIGE
JANVIER 2017



DES
RUPTURES EN
MAGASINS



BONDUELLE
—
RESULTATS
SEMESTRIELS

BONDUELLE
—
READY PAC

BONDUELLE
—
PERSPECTIVES



CROISSANCE DE L'ACTIVITE ET RENTABILITE PRESERVEE

RENTABILITE OPERATIONNELLE COURANTE PAR ZONE

CONTRASTE TOUJOURS ELEVE ENTRE LES ZONES

en M€	S1 2016 - 2017			S1 2015 - 2016	
	Europe	Hors Europe	Hors Europe à change constant*	Europe	Hors Europe
Chiffre d'affaires	632,1	393,5	398,1	637,7	373,8
Rentabilité opérationnelle courante	25,6	35,4	36,2	26,8	37,2
% CA	4,1 %	9,- %	9,1 %	4,2 %	10,- %

- ▶ Quasi-stabilité de la marge opérationnelle courante en Europe malgré les campagnes 2016
- ▶ Hors Europe : baisse de l'activité en Russie mais marges préservées hors effets campagne agricole

*Performance 2016-2017 à taux de change 2015-2016

BONDUELLE
—
RESULTATS
SEMESTRIELS

BONDUELLE
—
READY PAC

BONDUELLE
—
PERSPECTIVES



CROISSANCE DE L'ACTIVITE ET RENTABILITE PRESERVEE

EVOLUTION DU RESULTAT NET

DES INDICATEURS D'ACTIVITE ET DE RENTABILITE CONFORMES AUX PREVISIONS

en M€	S1 2016-2017	S1 2015-2016	▲
Chiffre d'affaires	1 025,6	1 011,6	+ 1,4 %
Résultat opérationnel courant	61,-	64,-	- 4,8 %
Eléments non récurrents	(0,7)	(1,2)	
Résultat opérationnel	60,3	62,9	- 4,2 %
Résultat financier	(9,5)	(10,3)	
Impôts	(14,5)	(16,2)	
Mise en équivalence	0,1	0,1	
Résultat net	36,5	36,6	- 0,2 %
% CA	3,6 %	3,6 %	-
REBITDA*	104,8	109,9	- 4,6 %
% CA	10,2 %	10,9 %	- 70 bp

* EBITDA hors éléments non récurrents

BONDUELLE
—
RESULTATS
SEMESTRIELS

BONDUELLE
—
READY PAC

BONDUELLE
—
PERSPECTIVES



CHARGE FINANCIERE ET IMPOTS EN BAISSSE

RESULTAT FINANCIER ET IMPOTS

RESULTAT FINANCIER :

en M€	S1 2016-2017	S1 2015-2016
Coût de la dette	(8,6)	(12,1)
Résultat de change	(0,8)	+ 1,4
Autres éléments	(0,1)	+ 0,4
	(9,5)	(10,3)

► Baisse de l'endettement et du coût de la dette

IMPOTS :

en M€	S1 2016-2017	S1 2015-2016
Charge d'impôt	(14,5)	(16,2)
Taux impôt effectif	28,5 %	30,7 %

► Impact de la baisse future de l'IS en France sur les impôts différés passifs

BONDUELLE
—
RESULTATS
SEMESTRIELS

BONDUELLE
—
READY PAC

BONDUELLE
—
PERSPECTIVES

Bonduelle

CROISSANCE DE L'ACTIVITE ET RENTABILITE PRESERVEE

EVOLUTION DU RESULTAT NET

DES INDICATEURS D'ACTIVITE ET DE RENTABILITE CONFORMES AUX PREVISIONS ANNUELLES

en M€	S1 2016-2017	S1 2015-2016	▲
Chiffre d'affaires	1 025,6	1 011,6	+ 1,4 %
Résultat opérationnel courant	61,-	64,-	- 4,8 %
Eléments non récurrents	(0,7)	(1,2)	
Résultat opérationnel	60,3	62,9	- 4,2 %
Résultat financier	(9,5)	(10,3)	
Impôts	(14,5)	(16,2)	
Mise en équivalence	0,1	0,1	
Résultat net	36,5	36,6	- 0,2 %
% CA	3,6 %	3,6 %	-
REBITDA*	104,8	109,9	- 4,6 %
% CA	10,2 %	10,9 %	- 70 bp

* EBITDA hors éléments non récurrents

► Stabilité du résultat net malgré la baisse de la rentabilité opérationnelle courante

BONDUELLE
—
RESULTATS
SEMESTRIELS

BONDUELLE
—
READY PAC

BONDUELLE
—
PERSPECTIVES

Bonduelle

PROFIL FINANCIER SOLIDE : BAISSSE DE LA DETTE

BILAN SIMPLIFIE (EN M€)

S1 2016-2017				S1 2015-2016			
ACTIF		PASSIF		ACTIF		PASSIF	
Immobilisations	653,-	Capitaux propres	609,5	Immobilisations	653,8	Capitaux propres	530,3
BFR	540,7	Dette financière nette	584,2	BFR	544,7	Dette financière nette	668,2
GEARING				GEARING			
		0,96				1,26	

- ▶ Baisse de la dette de 84 M€
- ▶ Gearing inférieur à 1 au pic d'endettement

BONDUELLE
—
RESULTATS
SEMESTRIELS

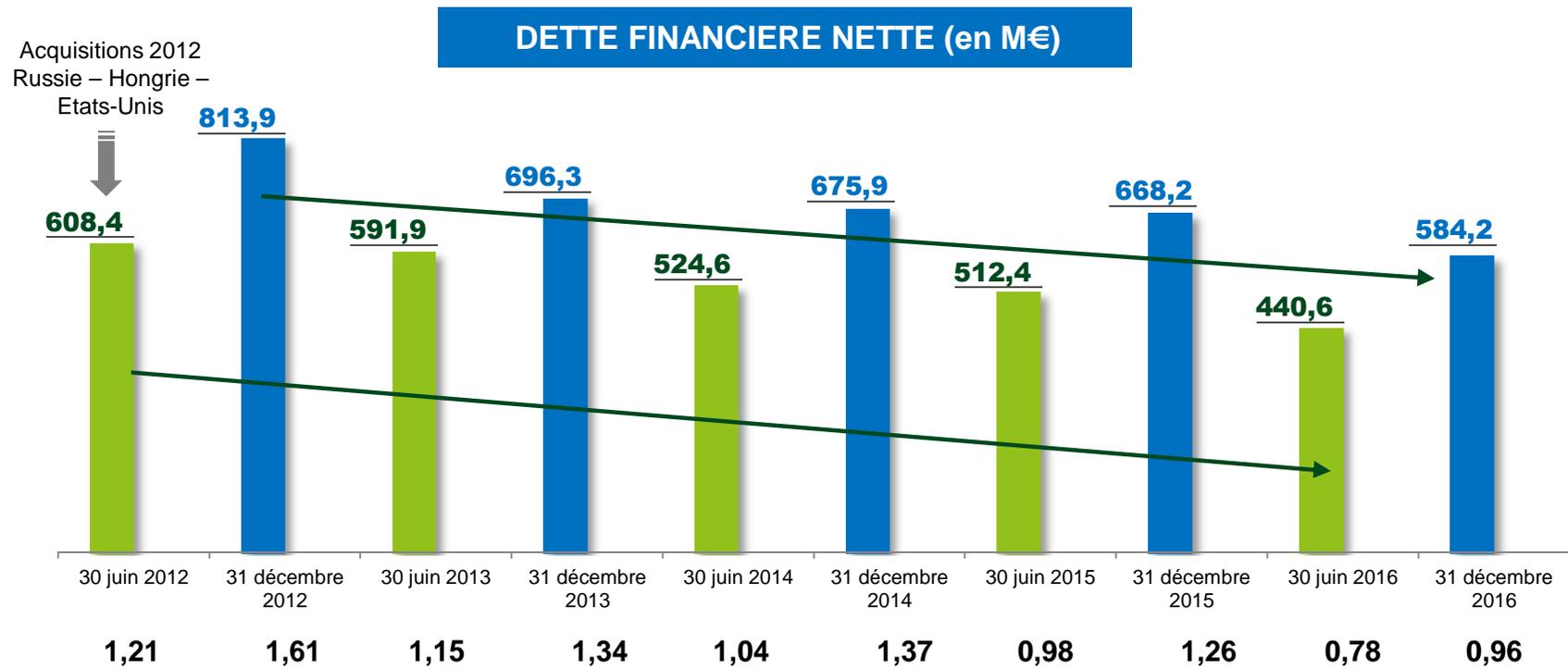
BONDUELLE
—
READY PAC

BONDUELLE
—
PERSPECTIVES



PROFIL FINANCIER SOLIDE : BAISSSE DE LA DETTE

EVOLUTION DE LA DETTE



* Gearing = dette nette/capitaux propres

- ▶ 31 décembre : point haut d'endettement
- ▶ Baisse continue de la dette et du gearing

BONDUELLE
—
RESULTATS
SEMESTRIELS

BONDUELLE
—
READY PAC

BONDUELLE
—
PERSPECTIVES

PROFIL DE DETTE DIVERSIFIE ET COMPETITIF

UN PROFIL DE DETTE ATTRACTIF



Coût moyen : **2,79 %**

Maturité moyenne : **3,7 ans**

Taux de désintermédiation : **≈ 50 %**





READY PAC, UNE ACQUISITION TRANSFORMANTE

BONDUELLE
—
RESULTATS
SEMESTRIELS

BONDUELLE
—
READY PAC

BONDUELLE
—
PERSPECTIVES





READY PAC, UNE ACQUISITION TRANSFORMANTE



BONDUELLE
—
RESULTATS
SEMESTRIELS

BONDUELLE
—
READY PAC

BONDUELLE
—
PERSPECTIVES





BONDUELLE
—
RESULTATS
SEMESTRIELS

BONDUELLE
—
READY PAC

BONDUELLE
—
PERSPECTIVES





READY PAC, UNE ACQUISITION TRANSFORMANTE



BONDUELLE
—
RESULTATS
SEMESTRIELS

BONDUELLE
—
READY PAC

BONDUELLE
—
PERSPECTIVES



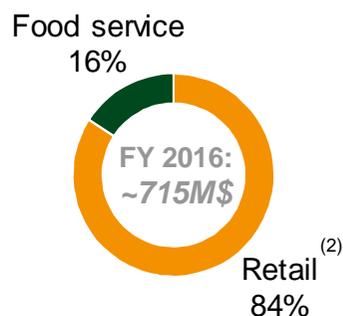


UN LEADER SUR SON MARCHÉ

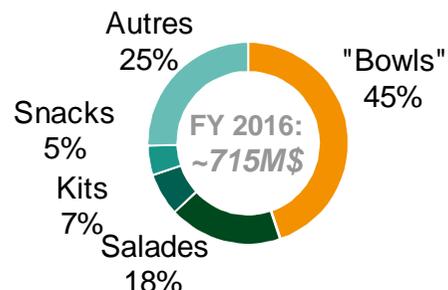
PRÉSENTATION DE READY PAC

READY PAC, ACTEUR MAJEUR ET INNOVANT EN SALADES BOLS INDIVIDUELLES, SALADES EN KITS, SNACKS ET FRUITS FRAIS COUPÉS, ET LÉGUMES

Canal de distribution

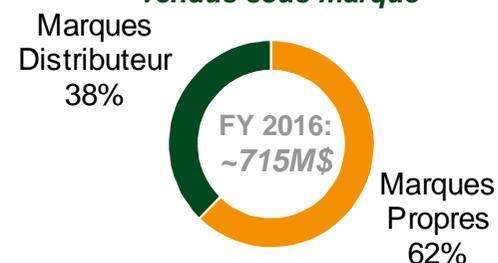


Produits



Marques⁽¹⁾

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



Des opérations de classe mondiale avec une présence nationale



Notes:

Année fiscale terminant fin Juillet

(1) Retail uniquement, food service exclu

(2) Ventes de produits retail via le canal food service incluses

CRÉATION EN 1969	CROISSANCE CA 2013-2016: +7.2%/AN
~650 TOTAL SKUS	4 USINES POUVANT SERVIR 50 ÉTATS
400+ NOUVEAUX PRODUITS LANCÉS DEPUIS 2014	~3,500 EMPLOYÉS TEMPS PLEIN

BONDUELLE
—
RESULTATS SEMESTRIELS

BONDUELLE
—
READY PAC

BONDUELLE
—
PERSPECTIVES



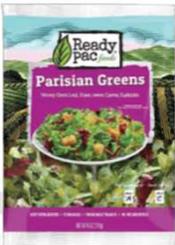


UN LEADER SUR SON MARCHÉ

PRÉSENTATION DES PRODUITS

UN PORTEFEUILLE DIVERSIFIÉ DE PRODUITS FRAIS

CHIFFRE D'AFFAIRES 2016

	BISTRO BOWL	SALADES EN SACHET	SALADES EN KITS	SNACKS FRAIS	FRUIT FRAIS COUPÉS, LÉGUMES & AUTRES	PRODUITS FOOD SERVICE
	~322M\$ (45%)	~131M\$ (18%)	~49M\$ (7%)	~34M\$ (5%)	~68M\$ (10%)	~114M\$ (16%)
	<ul style="list-style-type: none"> - Bistro Bowl® - Bistro Bowl® bio - Bistro Bowl® Multi-packs 	<ul style="list-style-type: none"> - Salades et légumes prélavés (mélanges de salade) 	<ul style="list-style-type: none"> - Kits de salade complets 	<ul style="list-style-type: none"> - Snacks avec plusieurs ingrédients - Mélanges de fruits 	<ul style="list-style-type: none"> - Fruits frais coupés - Plateaux de fruits, légumes à croquer avec sauce - Sachets de légumes individuels 	<ul style="list-style-type: none"> - Salades transformées, tomates, oignons etc. destinés aux clients food service
				 		
					■ Retail	■ Food service





UN LEADER SUR LES PRODUITS DE MARQUES

LES MARQUES REPRÉSENTENT 62% DES VENTES RETAIL

L'OFFRE RETAIL DE READY PAC SE DECLINE SOUS 4 MARQUES

Marque

Logo

Description et positionnement

Ready Pac®
(58% des ventes retail)



- Produits de haute qualité préparés en lieu et place du consommateur ou de l'opérateur en food service
- De nombreux mélanges et types de salades (ex. romaine, choux, chicorées) offrant la possibilité d'une multitude de combinaisons

Bistro Bowl®
(40% des ventes retail)



- Marque de repas complets prêt-à-manger en bols, dédiée à la consommation « on-the-go », à des prix compétitifs
- Marque distribuée sur l'ensemble des États-Unis utilisant les produits locaux/de saison pour viser des populations spécifiques

Ready Snax®
(3% des ventes retail)



- Marque de snacks consommés entre les repas et comptant moins de 300 calories (produits notamment adaptés aux enfants)
- Offre qui s'adresse à tous les consommateurs en proposant des mélanges de fruits et une grande variété d'accompagnements

elevAte™
(5% des ventes retail)



- Salades à très haute valeur ajoutée, de grande qualité nutritionnelle, bio et sans OGM, qui s'adressent aux consommateurs premium
- Un slogan qui prône «Une alimentation saine pour le bien-être»

BONDUELLE
—
RESULTATS
SEMESTRIELS

BONDUELLE
—
READY PAC

BONDUELLE
—
PERSPECTIVES





UNE SUCCESS STORY

UN LEADER SUR SON MARCHÉ

LE DÉVELOPPEMENT DE READY PAC REPOSE SUR 5 PILIERS MAJEURS

- 1 Le leader d'une catégorie attractive**
 - 85% de part de marché des salades en bol individuel
 - La catégorie de Bistro Bowl® croît à un TCAM de 20%+
- 2 Des clients de 1^{er} rang**
 - Une clientèle diversifiée, incluant les principaux distributeurs et les grandes chaînes de restauration rapide des États-Unis
 - Des relations fortes soutenues par des solutions de merchandising et de gestion des produits
- 3 Une excellence opérationnelle et une présence nationale**
 - Distribution dans les États-Unis grâce à 4 usines performantes et un respect à 100% de la chaîne du froid
 - D'excellents indicateurs pour la livraison des produits, le taux de remplissage des camions et la sécurité alimentaire
- 4 Une stratégie d'approvisionnement différenciée**
 - Un réseau d'approvisionnement sur l'ensemble du territoire américain
 - Un modèle flexible, peu capitalistique et un pouvoir de négociation permettant de maîtriser les coûts
- 5 De nouveaux produits développés avec succès**
 - ~40% des ventes de 2016 sont issues de produits introduits au cours des 3 dernières années
 - Un taux d'innovation 2 fois plus élevé que les concurrents



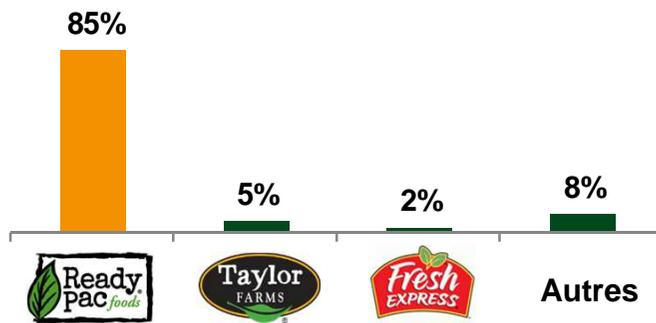
1

LE LEADER D'UNE CATÉGORIE ATTRACTIVE

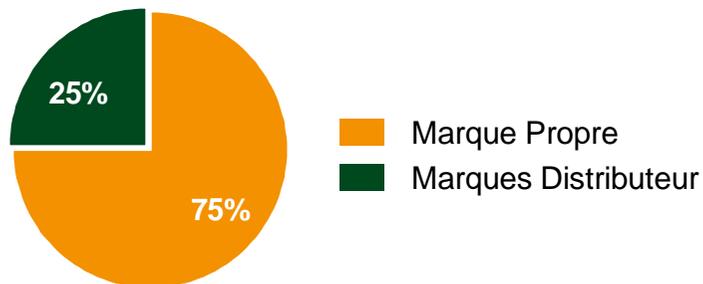
UN LEADER SUR SON MARCHÉ – UNE SUCCESS STORY

READY PAC EST LE LEADER INCONTESTÉ D'UN MARCHÉ EN TRÈS FORTE CROISSANCE

Une très forte part de marché
(Parts de marché des salades individuelles aux États-Unis)

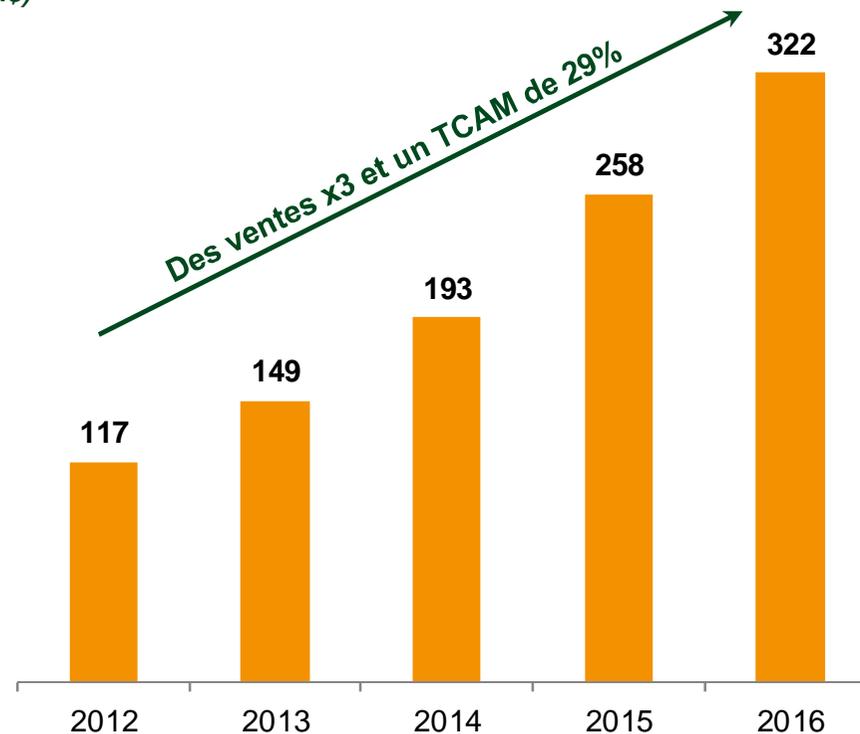


Répartition par marque des Bowls



Note: Année fiscale terminant fin Juillet

Ventes exponentielles de Bistro Bowl®
(en M\$)

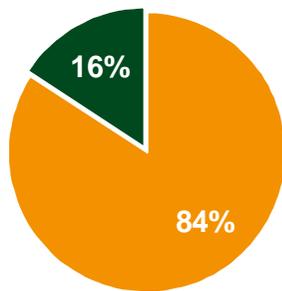


2

DES CLIENTS DE 1^{ER} ORDRE UN LEADER SUR SON MARCHÉ – UNE SUCCESS STORY

READY PAC VEND SES PRODUITS À UNE CLIENTELE DE 1^{ER} RANG

Canaux de distribution



■ Retail⁽¹⁾
■ Food service

Retail

- ~604M\$ de ventes retail en 2016
- Une plate-forme client comprenant les principaux retailers US
- 53% des ventes retail viennent de Bistro Bowls® (une catégorie en croissance de 20% par an)
- Un taux de rétention de la clientèle de 100%

Food service

- ~114M\$ de ventes food service au cours de l'année fiscale 2016
- Des clients parmi les principaux acteurs food service et restauration rapide

Notes:

Année fiscale terminant fin Juillet

(1) Inklus les ventes de produits retail via le canal food service



3

UNE EXCELLENCE OPERATIONNELLE

UN LEADER SUR SON MARCHÉ – UNE SUCCESS STORY

UN MAILLAGE PERMETTANT DE DESSERVIR L'ENSEMBLE DES ÉTATS-UNIS

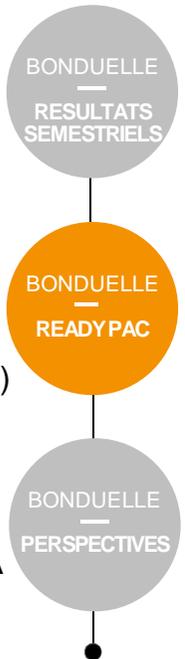


UNE COUVERTURE US GLOBALE	~650 TOTAL SKUS
4 USINES	400+ NOUVEAUX PRODUITS LANCÉS DEPUIS 2014
19 LIGNES DE PRODUCTION BISTRO BOWL®	~80,800 M ² DE SURFACE OPÉRATIONNELLE

- 4 usines réparties sur le territoire américain
- Respect à 100% de la chaîne du froid
- Application des principes du lean TPM (Maintenance Productive Totale) pour optimiser la qualité et limiter les déchets et temps morts
- « Safe Quality Food » (SQF, niveau 3), « Quality Assurance International Certified Organic » et certification bio de l'USDA
- Toutes les lignes de production Bistro Bowl® sont certifiées par l'USDA pour l'usage d'ingrédients protéinés



Note:
USDA = Département de l'Agriculture des États-Unis



3

UNE EXCELLENCE OPERATIONNELLE

UN LEADER SUR SON MARCHÉ – UNE SUCCESS STORY

UN OUTIL PRODUCTIF PERMETTANT DE DÉSSERVIR L'ENSEMBLE DES ÉTATS-UNIS

Irwindale (CA)



Jackson (GA)



Florence (NJ)



Swedesboro (NJ)



BONDUELLE
—
RESULTATS
SEMESTRIELS

BONDUELLE
—
READYPAC

BONDUELLE
—
PERSPECTIVES

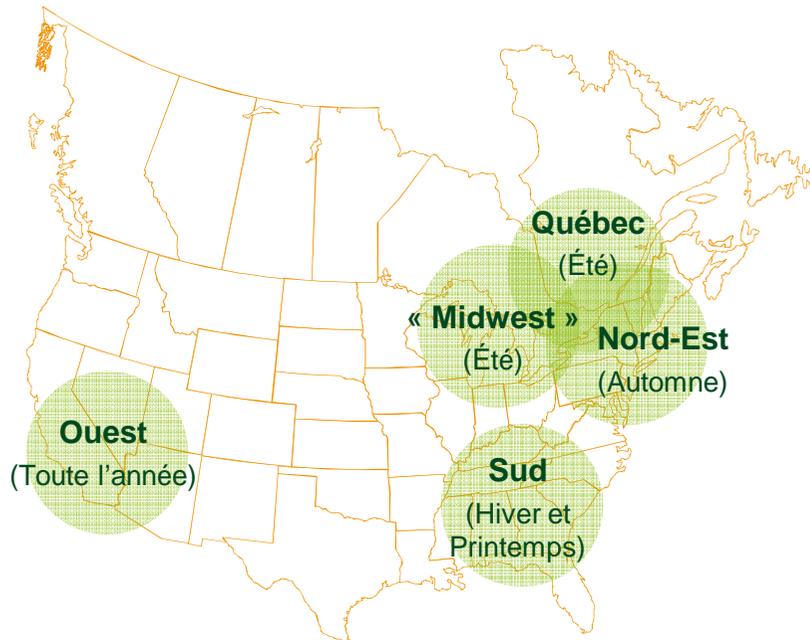


4

DES APPROVISIONNEMENTS DIFFÉRENCIÉS

UN LEADER SUR SON MARCHÉ – UNE SUCCESS STORY

Zones d'approvisionnement salades



Principales zones d'approvisionnement en salades

Relation fournisseurs

- Une plate-forme diversifiée de fournisseurs de salades dont 2/3 sont partenaires depuis plus de 10 ans

Un processus solide

- Partenariats – Les produits sont approvisionnés directement auprès d'agriculteurs connus de longue date
- Cette approche, qui suit une logique de collaboration, permet une forte visibilité sur les volumes et les prix



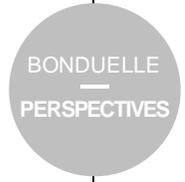
Fiabilité



Haute Qualité



Collaboration



5 DE NOUVEAUX PRODUITS DEVELOPPÉS AVEC SUCCÈS

UN LEADER SUR SON MARCHÉ – UNE SUCCESS STORY

Des innovations de rupture

- Bistro Bowls®
- Mélanges européens
- Pillow Pack
- Système triple lavage



L'innovation, moteur de croissance

- Une équipe R&D la plus large de l'industrie
- 2 x plus d'innovations que la concurrence
- 1/3 des ventes issus de nouveaux produits (> 2014)

BONDUELLE
—
RESULTATS
SEMESTRIELS

BONDUELLE
—
READY PAC

BONDUELLE
—
PERSPECTIVES





READY PAC, UNE ACQUISITION TRANSFORMANTE



BONDUELLE
—
RESULTATS
SEMESTRIELS

BONDUELLE
—
READY PAC

BONDUELLE
—
PERSPECTIVES





UN POSITIONNEMENT SUR DES TENDANCES PORTEUSES

L'OFFRE PRODUIT DE READY PAC PORTÉE PAR LES TENDANCES DE CONSOMMATION



Tendance porteuse

Description

Santé et bien-être avec un focus sur les fruits et légumes

- L'intérêt des consommateurs se porte sur la nourriture plus saine, ce qui porte les ventes de salades traiteur et légumes préparés

Des produits bio qui montent en puissance

- Le taux de pénétration des produits bio a augmenté de 5% en 2004 à 12% en 2014. Un potentiel d'augmentation du taux de pénétration élevé pour les kits et bols de salade bio
- D'ici à 2020, les « Milleniums », qui désirent des produits frais et naturels, moins transformés, représenteront 40% du pouvoir d'achat aux États-Unis

Augmentation des repas « prêt-à-manger » / sur le pouce

- La conception des repas est en train de changer avec les repas « prêt-à-manger » de plus en plus populaires, créant un appel d'air pour les salades individuelles
- 52% des nouveaux produits les plus vendues en 2013 ont été des produits « prêts à l'emploi » / à consommer sur le pouce

Snacks pour les styles de vie actifs

- Les consommateurs ont de plus en plus fréquemment recours aux snacks au cours de la journée



BONDUELLE
—
RESULTATS
SEMESTRIELS

BONDUELLE
—
READY PAC

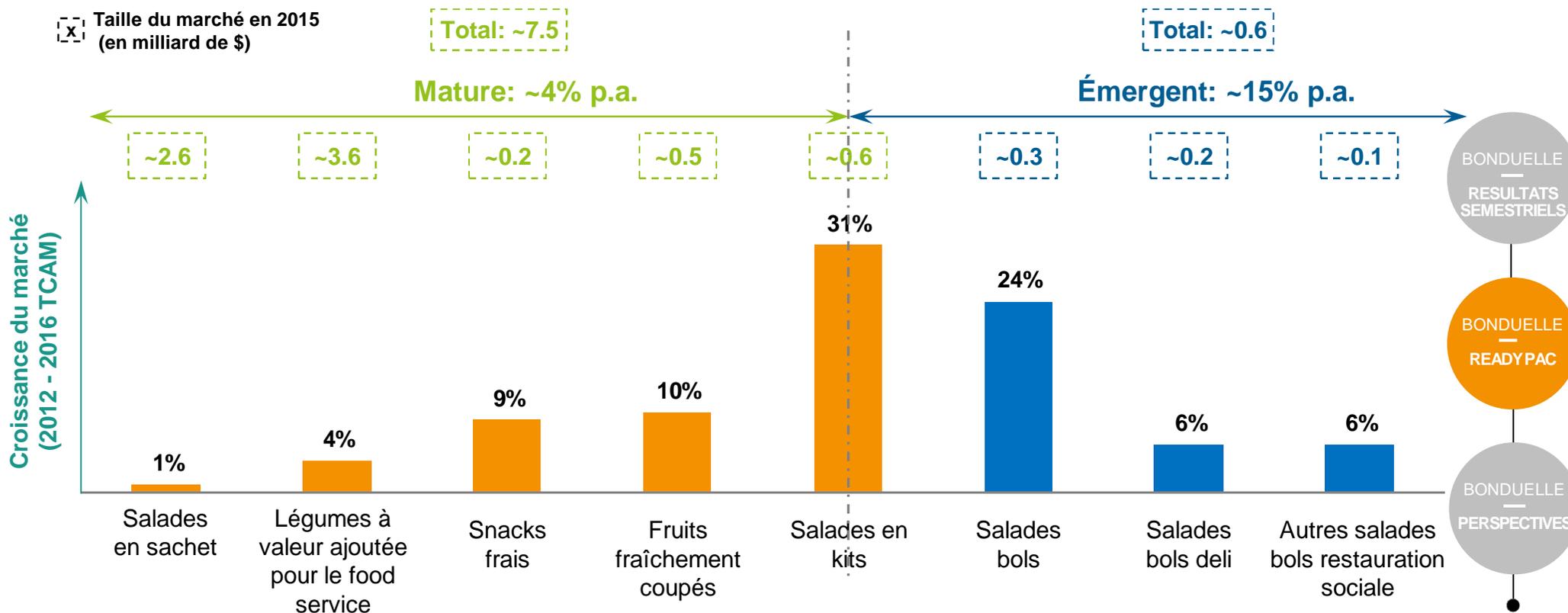
BONDUELLE
—
PERSPECTIVES





PRESENCE SUR LES SEGMENTS LES PLUS PROMETTEURS

LES BOLS ET KITS DE SALADE, MOTEURS DE CROISSANCE DES VENTES DE READY PAC



Sources: Nielsen, Westport Consulting

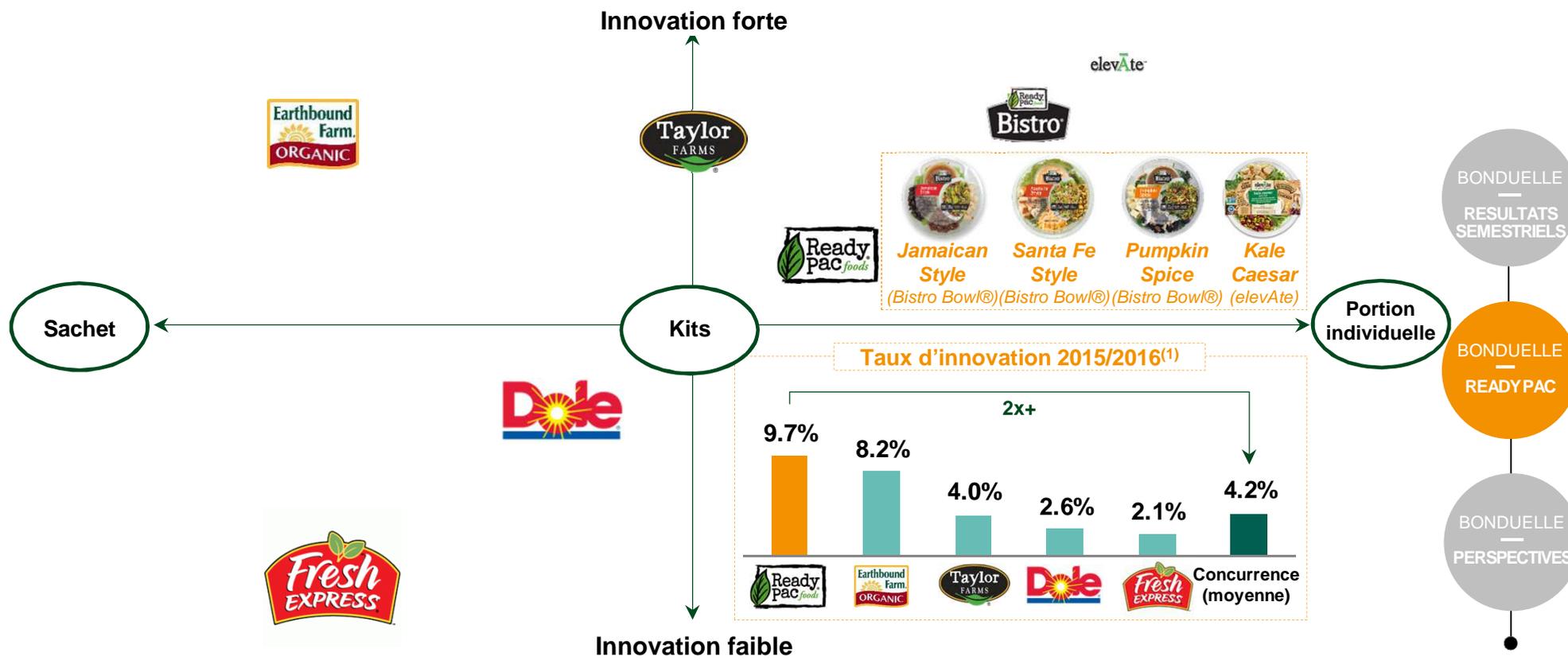




UNE MARQUE INNOVANTE DE « SALAD BOWLS »

POSITIONNÉ SUR UN SEGMENT PORTEUR

AVANTAGE AU PREMIER ENTRANT ET IMPORTANT TAUX D'INNOVATION POUR READY PAC



Note: (1) Ajusté des 12 derniers mois

Source: Nielsen





UN PRODUIT A VALEUR AJOUTEE ISSU DE L'EXPERTISE DE READY PAC

POSITIONNÉ SUR UN SEGMENT PORTEUR

LES PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES DES BOLS DE READY PAC POUR REpondre AUX ATTENTES CONSOMMATEURS

LA MARQUE BISTRO BOWL® EST SYNONYME DE LA CATÉGORIE

UN PRIX MOYEN DE 3,49\$ DÉLIVRE UNE VALEUR EXCEPTIONNELLE

UN EMBALLAGE HAUTEMENT PERFECTIONNÉ PROLONGE LA DURÉE DE VIE EN RAYON

300 CALORIES OU MOINS PAR PORTION

8 PROTÉINES DIFFÉRENTES: POULET, DINDE, BACON, JAMBON ET AUTRES

40 RECETTES UNIQUES, vs. 9 POUR LE PRINCIPAL CONCURRENT



DES RECETTES UNIQUES QUI INCLUS SOUVENT AU MINIMUM 4 INGRÉDIENTS

LES SAUCES ET LE MARCHANDISING EXCLUSIFS SONT DES ATOUTS MAJEURS DE DIFFÉRENCIATION



BONDUELLE
—
RESULTATS
SEMESTRIELS

BONDUELLE
—
READY PAC

BONDUELLE
—
PERSPECTIVES





READY PAC, UNE ACQUISITION TRANSFORMANTE



BONDUELLE
—
RESULTATS
SEMESTRIELS

BONDUELLE
—
READY PAC

BONDUELLE
—
PERSPECTIVES



L'ÉMERGENCE D'UNE PLATEFORME NORD-AMÉRICAINNE UNIQUE

UN BUSINESS COMPLÉMENTAIRE

UNE ACTIVITÉ COMPLÉMENTAIRE EN AMÉRIQUE DU NORD

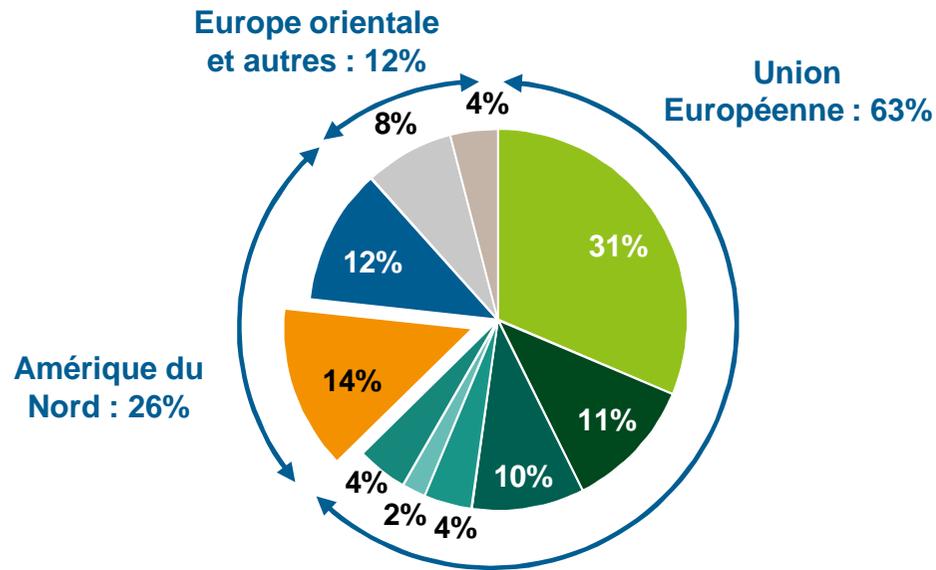
			 	
États-Unis	✓	✓ ✓	✓ ✓	
Canada	✓ ✓	-	✓ ✓	
Marques Propres	✓	✓ ✓	✓ ✓	
Marques Distributeur	✓ ✓	✓	✓ ✓	
Offre retail	✓	✓ ✓	✓ ✓	
Offre food service	✓ ✓	✓	✓ ✓	
Innovation	✓	✓ ✓	✓ ✓	

UNE PRÉSENCE MONDIALE ÉQUILIBRÉE

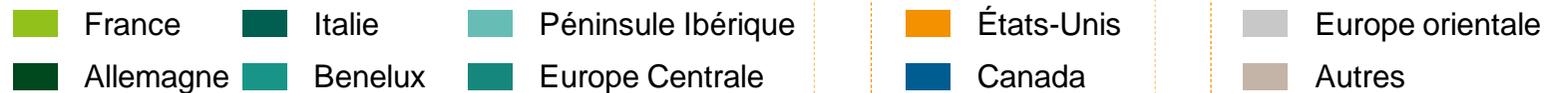
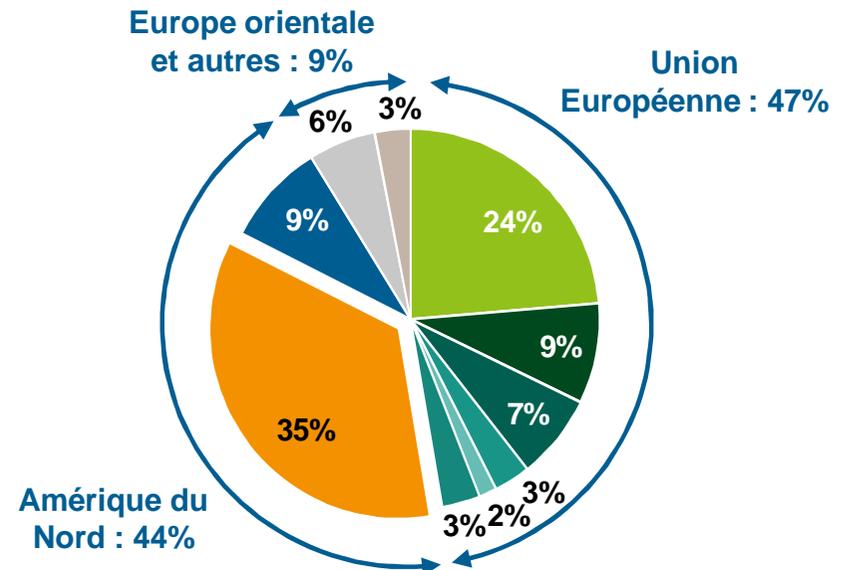
UN BUSINESS COMPLÉMENTAIRE

LES ÉTATS-UNIS VONT DEVENIR LE PAYS #1

Ventes 2015/2016 - Bonduelle



Ventes 2015/2016 - Bonduelle + Ready Pac



Note: Données financières de Ready Pac recalendrisées et converties au taux EUR/USD moyen des 12 derniers mois au 30/06/2016: 1.1099

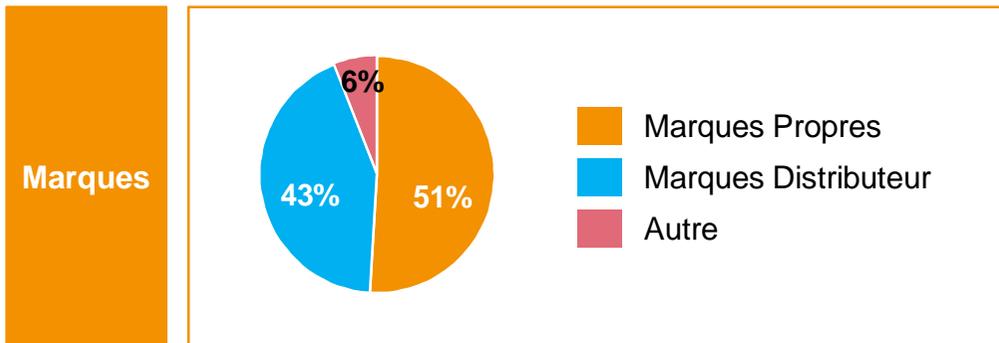


UN MODÈLE ÉCONOMIQUE ÉQUILIBRÉ

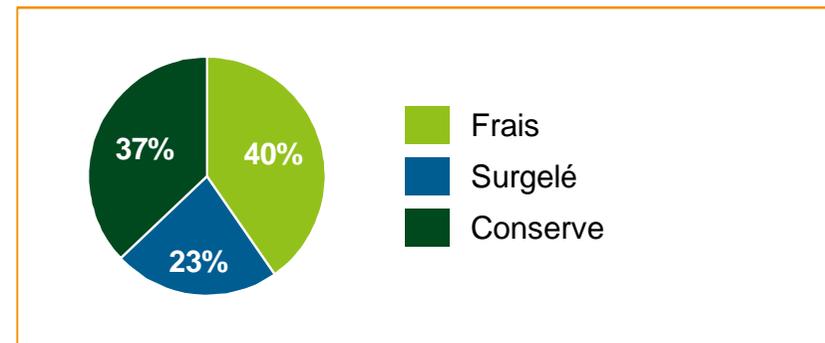
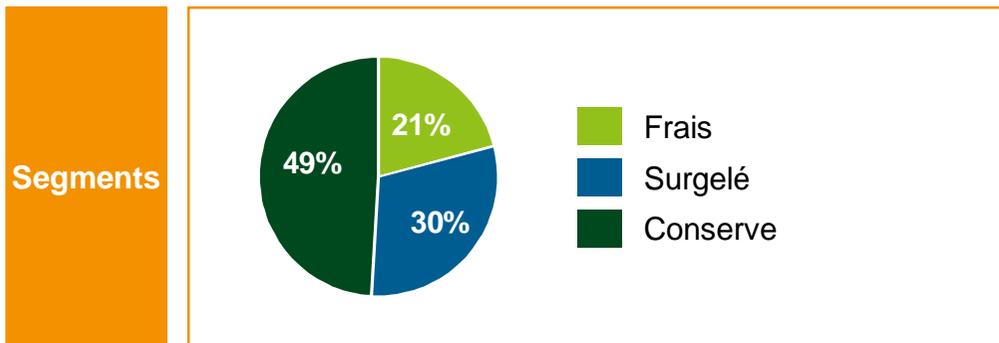
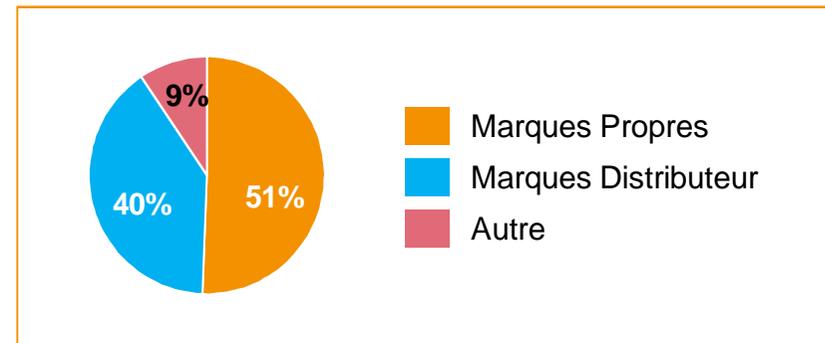
UN BUSINESS COMPLÉMENTAIRE

LE SEGMENT FRAIS VA DEVENIR LE 1^{ER} SEGMENT

Ventes 2015/2016 - Bonduelle



Ventes 2015/2016 - Bonduelle + Ready Pac



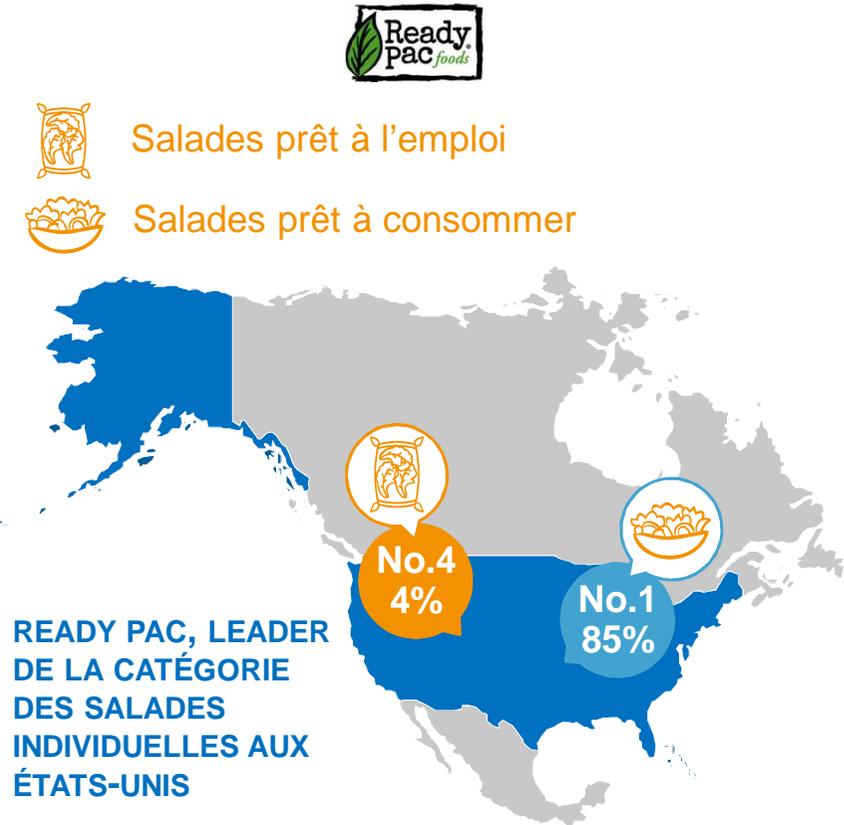
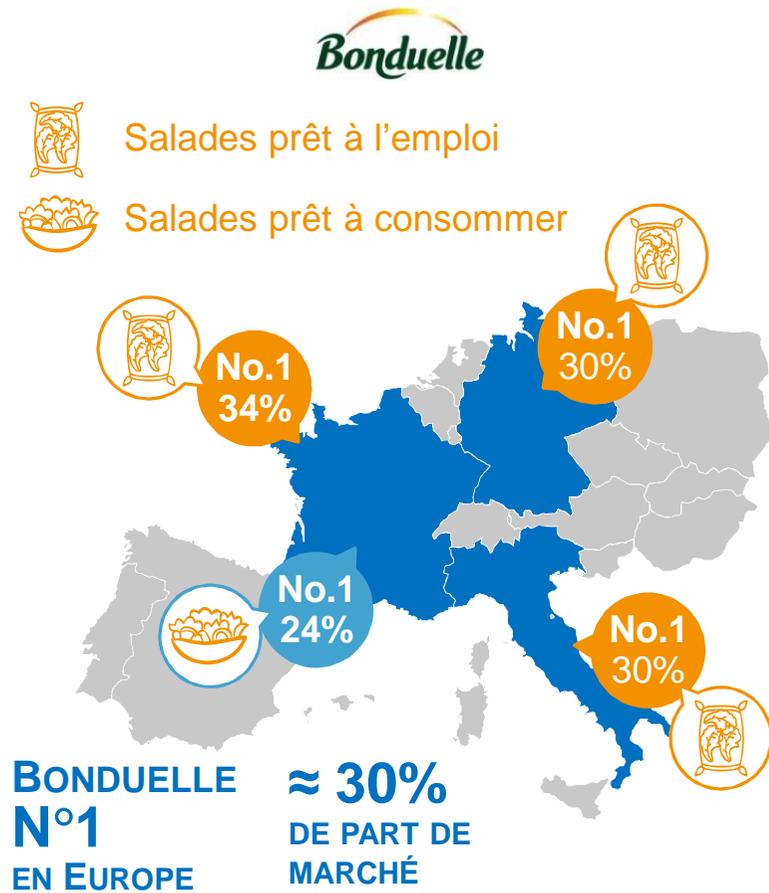
Note: Données financières de Ready Pac recalendrisées et converties au taux EUR/USD moyen des 12 derniers mois au 30/06/2016: 1.1099



UN LEADERSHIP FORT TANT AUX ÉTATS-UNIS QU'EN EUROPE

UN BUSINESS COMPLÉMENTAIRE

UNE ÉTAPE MAJEURE QUI RENFORCE LE LEADERSHIP GLOBAL DE BONDUELLE



UNE ETAPE MAJEURE DANS LA STRATÉGIE DE CROISSANCE DU GROUPE

UN BUSINESS COMPLÉMENTAIRE

DÉLIVRER UNE CROISSANCE RENTABLE SUR LE LONG-TERME



Investir dans les marchés en croissance

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



Renforcer la présence et la visibilité de la marque

- 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



UNE ETAPE MAJEURE VERS L'ATTEINTE DES OBJECTIFS DE VEGEGO! 2025

UN BUSINESS COMPLÉMENTAIRE



VEGEGO! 2025: DES OBJECTIFS AMBITIEUX



AUGMENTER NOTRE CROISSANCE	OBJECTIF DE CROISSANCE 3,5 milliard€ (en 2025)	Ventes 2016-2017(e) 2,0 milliard€	Ventes 2016-2017(e) Pro Forma ⁽¹⁾ 2,8 milliard€
AMÉLIORER NOTRE RENTABILITÉ	OBJECTIF DE RENTABILITE (ROC) 250M€ (en 2025)	ROC 2016-2017(e) 100M€	ROC 2016-2017(e) Pro Forma ⁽¹⁾ 125M€

BONDUELLE
—
RESULTATS
SEMESTRIELS

BONDUELLE
—
READY PAC

BONDUELLE
—
PERSPECTIVES



Note: (1) Estimé Bonduelle



READY PAC, UNE ACQUISITION TRANSFORMANTE



BONDUELLE
—
RESULTATS
SEMESTRIELS

BONDUELLE
—
READY PAC

BONDUELLE
—
PERSPECTIVES



APERÇU DE LA TRANSACTION

Termes de l'offre

- Acquisition de 100 % des titres
- Valeur d'entreprise de 409M\$
- 10.8x l'EBITDA 2017(e) ajusté

Financement

- Dette *underwritten* par Crédit Agricole
- Un refinancement post-closing prévu d'ici fin 2017

Calendrier

- Acquisition signée le 23 Février 2017
- Transaction conditionnée aux autorisations habituelles
- Clôture de la transaction attendue au cours du 3^{ème} ou 4^{ème} trimestre de l'année fiscale 2016/2017

BONDUELLE
—
RESULTATS
SEMESTRIELS

BONDUELLE
—
READY PAC

BONDUELLE
—
PERSPECTIVES



BENCHMARK DE VALORISATION

MULTIPLES DE TRANSACTIONS COMPARABLES

PROFIL FORTE CROISSANCE / SANTÉ & BIEN-ÊTRE

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
Feb-17			409	100%	0.5x	10.8x

BONDUELLE
—
RESULTATS
SEMESTRIELS

BONDUELLE
—
READY PAC

BONDUELLE
—
PERSPECTIVES



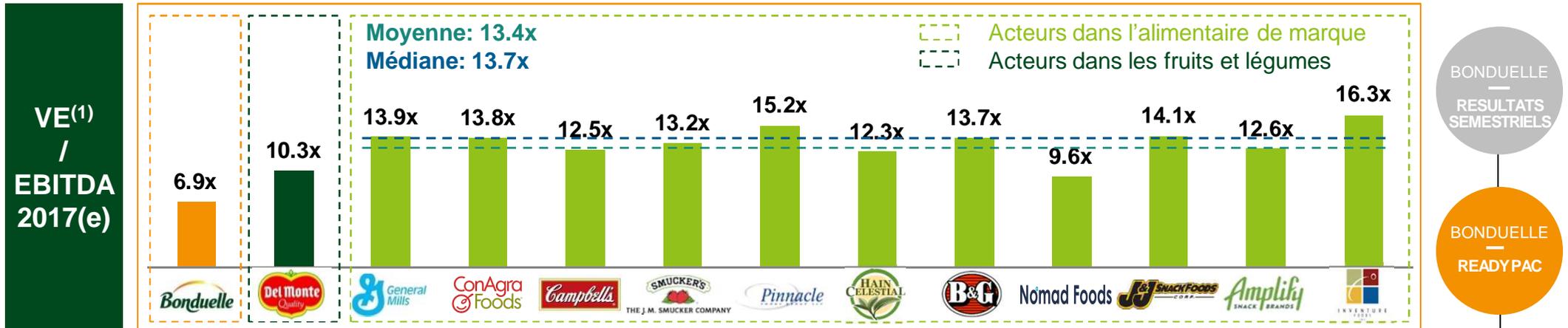
Note: (1) Valeur d'Entreprise

Sources: Factset, Mergermarket, presse

BENCHMARK DE VALORISATION

MULTIPLES DE COMPARABLES BOURSIERS

MULTIPLES DE COMPARABLES BOURSIERS - VE⁽¹⁾/EBITDA



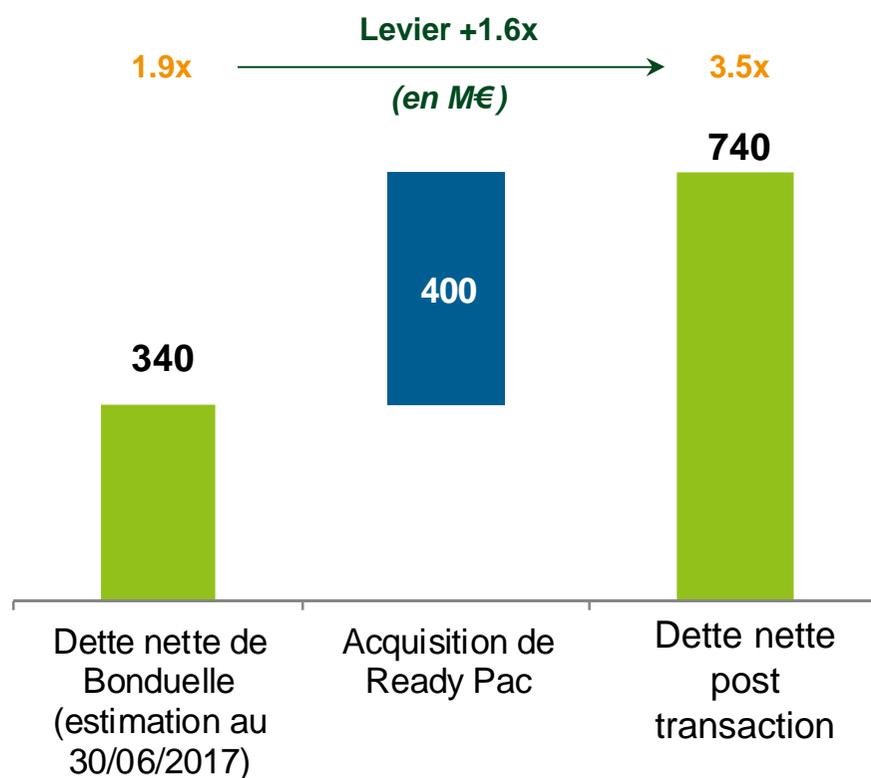
Note: (1) Valeur d'Entreprise

Sources: Factset, sociétés, brokers, presse



IMPACT SUR L'ENDETTEMENT NET

BONDUELLE VA MAINTENIR SON PROFIL INVESTMENT GRADE SUITE À L'ACQUISITION



- Acquisition 100% financée par dette
- Levier 2017(e) <3.5x

BONDUELLE
—
RESULTATS
SEMESTRIELS

BONDUELLE
—
READY PAC

BONDUELLE
—
PERSPECTIVES



Note: Données financières de Ready Pac recalendrisées et converties au taux EUR/USD de 1.05

PERSPECTIVES

2016-2017



PERSPECTIVES 2016-2017 (HORS READY PAC FOODS)

CONFIRMATION DES OBJECTIFS 2016-2017 EN HAUT DE FOURCHETTE

En M€	2016 – 2017 (*)	2015 - 2016	▲ %
CHIFFRE D’AFFAIRES	2 010 - 2 025	1 968	+ 2 % / + 3 %
RENTABILITÉ OPERATIONNELLE COURANTE (HORS CAMPAGNES 2016)	109	104	+ 4,8 %
EFFET CAMPAGNES 2016 + 2017	<9>	-	
RENTABILITE OPERATIONNELLE COURANTE	100	104	
ELEMENTS NON RECURRENTS	<2>	<8>	
RENTABILITE OPERATIONNELLE	98	96	+ 2 %

- ▶ Une progression confirmée du ROC hors campagne agricole
- ▶ Un ROP stable + malgré des campagnes agricoles 2016 très pénalisantes y compris en salades sur S2
- ▶ Un effet devise possiblement favorable

* Perspectives 2016-2017 à taux de change et périmètre constants, hors acquisition de Ready Pac Foods

BONDUELLE
—
RESULTATS
SEMESTRIELS

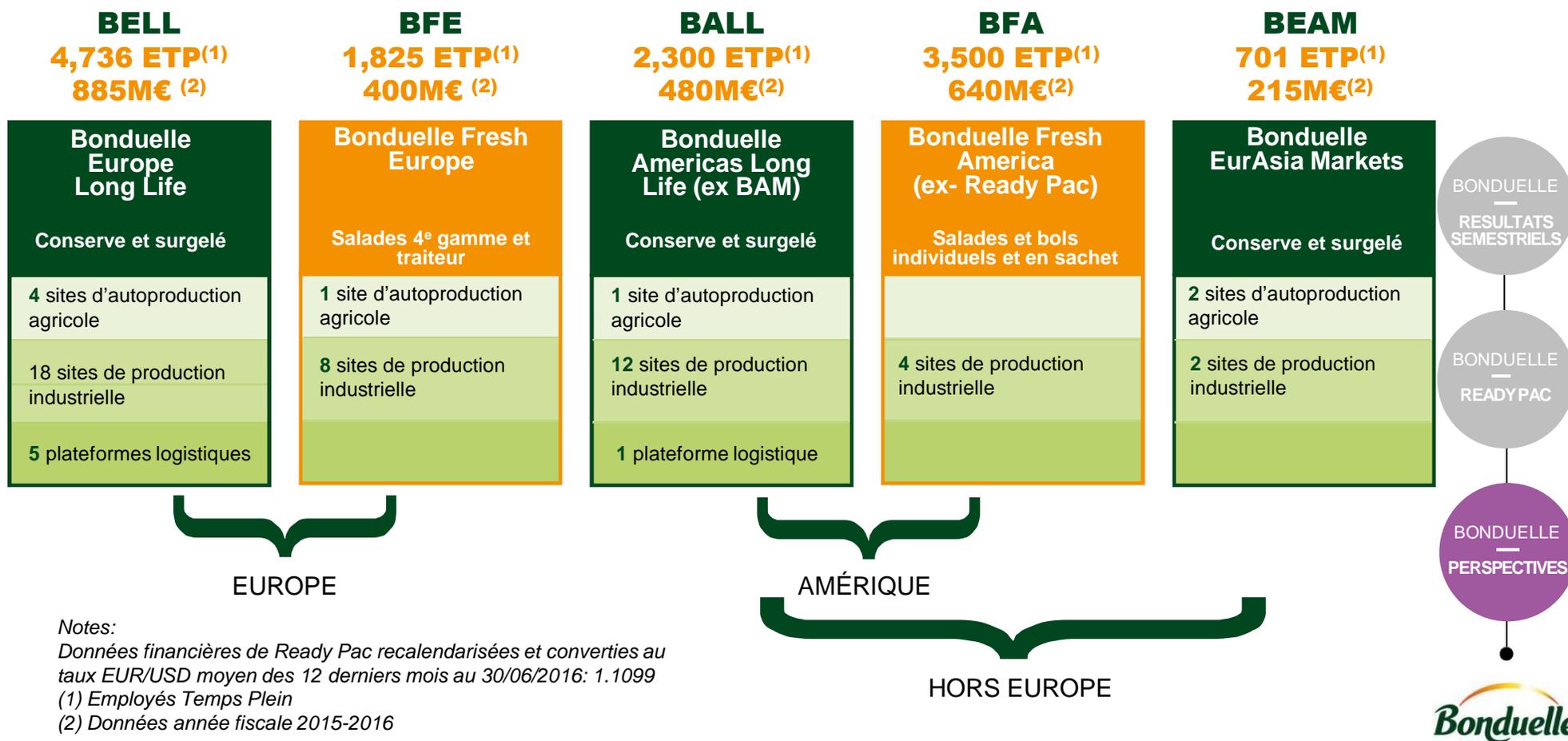
BONDUELLE
—
READY PAC

BONDUELLE
—
PERSPECTIVES



NOUVELLE ENTITÉ DU GROUPE AUX COTES DES 4 BU EXISTANTES

READY PAC VA DEVENIR LA 5^{EME} BUSINESS UNIT DE BONDUELLE



UN MANAGEMENT EXPÉRIMENTÉ ET COMPÉTENT

UN LEADER SUR SON MARCHÉ – UNE SUCCESS STORY

TONY SARSAM EST A LA TÊTE D'UN MANAGEMENT EXPÉRIMENTÉ

Tony Sarsam – PDG



- M. Sarsam a rejoint Ready Pac après avoir dirigé les divisions Dreyer's (2,5 milliard \$) et DSD (4,5 milliard \$) de Nestlé

Dan Redfern – Directeur Financier



- M. Redfern a rejoint Ready Pac après avoir été Directeur Financier chez Popchips

Jay Ellis – Directeur Commercial



- M. Ellis a rejoint Ready Pac depuis Nestlé où il était Vice-Président en charge de la division surgelé

Tristan Simpson – Directrice du Marketing



- Mme Simpson a rejoint Ready Pac après avoir été Vice-Présidente Marketing chez Pandol Bros

Peter Laport – Directeur Supply Chain



- M. Laport a rejoint Ready Pac depuis Dunkin' Brands où il était Vice-Président Monde en charge de la Production et des Approvisionnements

Robert Estes – Directeur Informatique



- M. Estes a rejoint Ready Pac après avoir été Directeur Informatique de la division Glaces de Grand Dreyer chez Nestlé

Tim Clark – Directeur des Ressources Humaines



- M. Clark a rejoint Ready Pac après avoir été Directeur des Ressources Humaines chez Red Digital Cinema Camera

Michael Murray – Directeur Juridique



- M. Murray a rejoint Ready Pac depuis Sealy Corporation, où il était Senior Vice-Président, Directeur Juridique et Secrétaire du Conseil d'Administration

BONDUELLE
—
RESULTATS
SEMESTRIELS

BONDUELLE
—
READY PAC

BONDUELLE
—
PERSPECTIVES



PERSPECTIVES 2016-2017

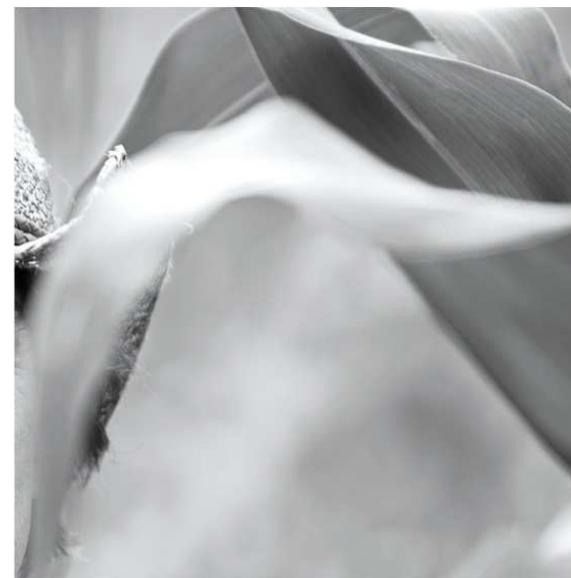
DES ANNEES EN « 7 » IMPORTANTES

1947	
1997	FRESH
2007	AMERIQUE DU NORD
2017	FRESH + AMERIQUE DU NORD
2027	... ?



BIEN- VIVRE PAR L'ALIMEN- TATION VÉGÉTALE

RESULTATS SEMESTRIELS 2017
PARIS LE 2 MARS 2017



The logo for Bonduelle, featuring a stylized rainbow arch above the brand name in a serif font.