

# Créons un futur meilleur **par l'alimentation végétale**

Sept.

2020

## Résultats annuels Groupe Bonduelle

Exercice 2019-2020

  
*La nature, notre futur*



# 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 d'enregistrement universel, à la section « Facteurs de risques », disponible sur [www.bonduelle.com](http://www.bonduelle.com)).**

**Indicateurs alternatifs de performance : Le groupe présente dans sa communication financière des indicateurs de performance non définis par les normes comptables. Les principaux indicateurs sont définis dans les rapports financiers consultables sur [www.bonduelle.com](http://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.**

# Résultats annuels du Groupe Bonduelle

- ▶ **Bonduelle, acteur responsable et engagé**
- ▶ **Une crise sanitaire qui impacte le groupe et les business units de façon différenciée**
- ▶ **Une résilience matérialisée par une performance financière préservée**
- ▶ **Des perspectives très largement dépendantes des scénarii économiques et sanitaires**



# Bonduelle, acteur responsable et engagé



- ▶ La responsabilité sociétale d'entreprise dans l'ADN du groupe
- ▶ Le B! Pact pour un futur meilleur par l'alimentation végétale
- ▶ Un partenariat avec le monde agricole renforcé
- ▶ B Corp et raison d'être : matérialiser notre engagement



# Bonduelle, acteur historiquement engagé au service du bien-vivre par l'alimentation végétale

## Engagements RSE



# Le B! Pact : 3 piliers au service de notre engagement



## PLANET



- #1** 100% des surfaces cultivées avec des techniques culturales alternatives.
- #2** 20 % de réduction de nos émissions de gaz à effet de serre en 2035.
- #3** 100% d'emballages conçus pour être recyclables ou réutilisables.

## FOOD



- #4** 100% de nos marques avec un impact positif.
- #5** Encourager les bonnes pratiques alimentaires avec la Fondation Louis Bonduelle.

## PEOPLE



- #6** 0 accident du travail.
- #7** 100% du des sites du Groupe Bonduelle impliqués dans des projets locaux.

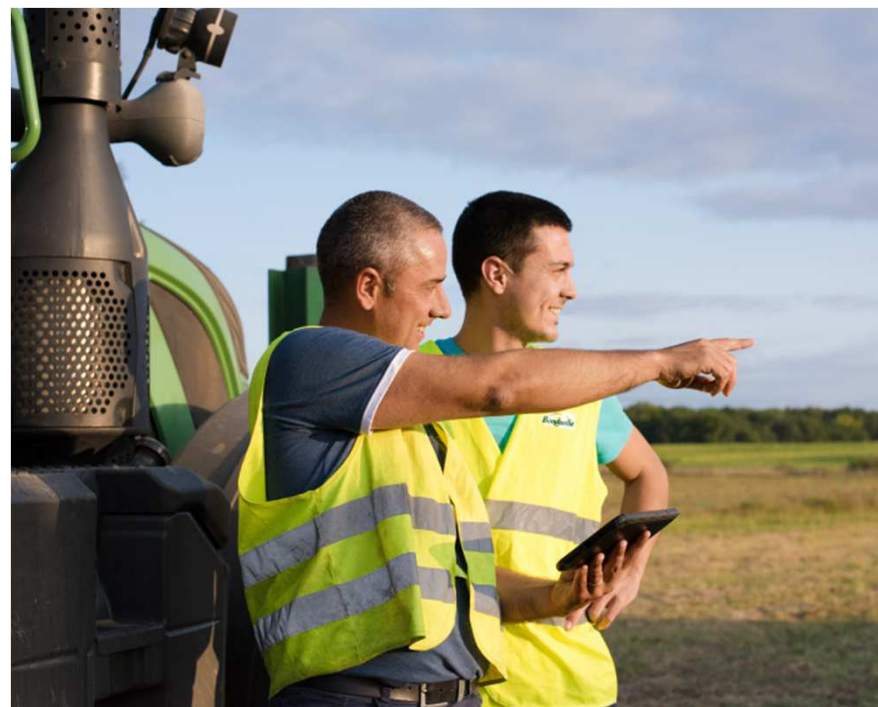


**100 % B Corp**  
POUR LE TOUT LE GROUPE

# Associer le monde agricole à la création de valeur

**Bonduelle associe le monde agricole à la création de valeur durable du groupe et renforce les liens historiques noués avec ses partenaires**

- ▶ **Ouverture du capital réservée aux partenaires agricoles du groupe**
- ▶ **Condition d'historique de relation**
- ▶ **Proposition à l'Assemblée Générale du 3 décembre 2020**



# Bonduelle, membre fondateur du B Movement Builders



- Un engagement supplémentaire qui donne corps à notre démarche vers la certification B Corp
  - Bonduelle membre fondateur du B Movement Builders au coté de 5 autres entreprises multinationales
  - Une étape dans la construction et le soutien du mouvement B Corp
- Une démarche de contribution positive à la Société qui réconcilie le but lucratif et l'intérêt collectif : ne pas être simplement le meilleur au monde, mais le meilleur pour le monde

Bonduelle - Résultats annuels 2019-2020 – septembre 2020



*New York, le 10 septembre 2020*

**B Lab annonce aujourd'hui le lancement de B Movement Builders**  
pour redéfinir le rôle des entreprises cotées en bourse et orientées vers un but  
Les membres fondateurs sont Bonduelle, Gerdau, Givaudan et Magalu  
avec le soutien de Danone et de Natura&Co.

Inspirée par le leadership de la communauté mondiale des entreprises certifiées B Corp, B Movement Builders rassemble des entreprises multinationales cotées en bourse et orientées vers un but précis, pour tous les parties prenantes, pour tous les parties prenantes. B s'agit d'une initiative inédite. L'ensemble des entreprises fondatrices totalise un chiffre d'affaires d'environ 60 milliards de dollars US et 250 000 salariés.

Les membres fondateurs, pionniers du B Movement Builders, sont le Groupe Bonduelle, l'entreprise sidérurgique Gerdau, l'entreprise de parfums et d'arômes Givaudan et le détaillant Magalu, avec comme membres Danone et Natura&Co. Bien que la certification ne porte pas sur leurs performances, les entreprises souhaitant rejoindre le B Movement Builders font l'objet d'une première sélection pour être éligibles. Leurs efforts continus seront supervisés par le Conseil consultatif indépendant des normes de B Lab.

Les B Movement Builders peuvent avoir des filiales certifiées B Corp, être eux-mêmes sur la voie de la certification ou aspirer à devenir une entreprise B Corp. Tous les B Movement Builders ont un chiffre d'affaires d'au moins 1 milliard de dollars US. Par ailleurs, ces entreprises s'engagent à suivre les principes de la certification B Corp et à mener des actions internes et externes pour leur donner vie. Les membres sont également des entreprises multinationales cotées en bourse, ayant certifié au moins 30 % de leurs activités mondiales. Ils encadrent les B Movement Builders sur la manière d'adopter et de faire vivre les principes du B Movement : performance, transparence et responsabilité.

En reflétant le positionnement de B Lab en faveur de critères stricts et de transparence, les Fondateurs du B Movement Builders engagent leur entreprise : Signature par les CEO de la Déclaration d'Intention pour atteindre au moins trois objectifs ambitieux liés aux principes de mesure et de gestion. Collectivement, les entreprises doivent...

les trois principes fondateurs...



**Guillaume Debrosse, CEO de Bonduelle** : "Nous espérons que cette initiative entraînera d'autres acteurs dans notre sillage. Il est essentiel de souligner la nécessité et l'importance d'une gouvernance claire, assortie d'un positionnement fort et engagé, et ce des actionnaires aux dirigeants et des collaborateurs aux parties prenantes. Les entreprises peuvent être une puissante force de changement et d'engagement collectif. Faire le bien n'est plus un nice to have mais un must."

B Movement Builders



# Une raison d'être pour le Groupe Bonduelle

Préciser la mission dans une logique d'impact :

- ▶ Matérialiser l'ambition d'une contribution positive en lien avec B Corp
- ▶ Un process d'élaboration associant les collaborateurs du groupe

Inscription de la raison d'être du groupe à l'occasion de l'Assemblée Générale 2020 :

- ▶ « Reveal » de la raison d'être début novembre 2020



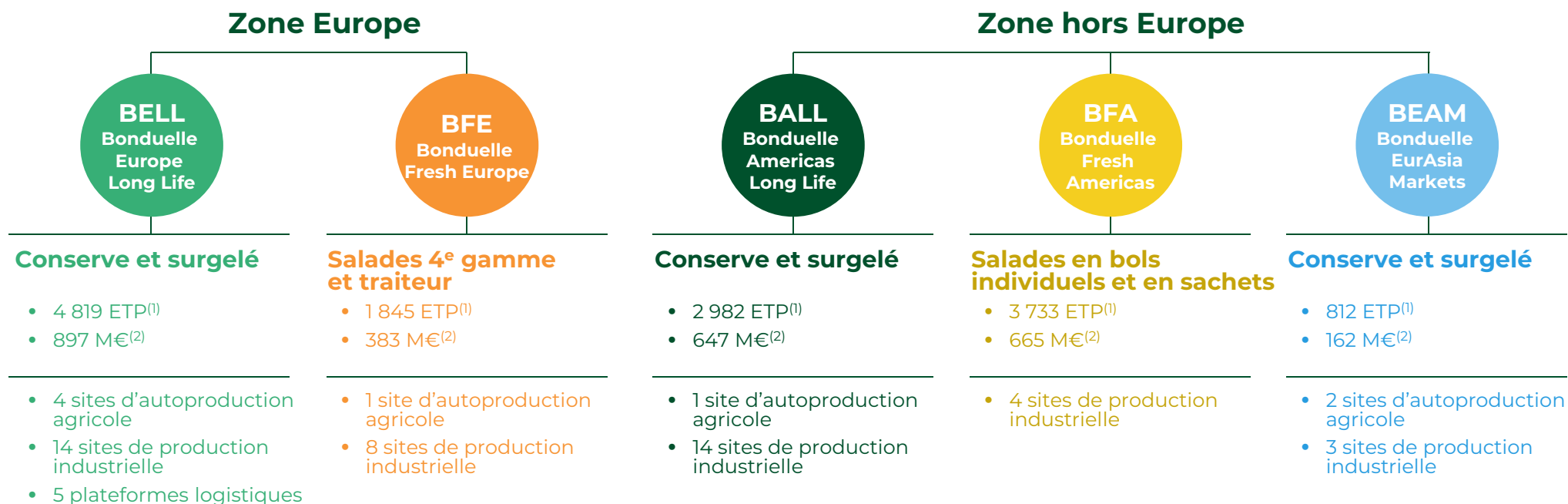
# Activités des business units

- ▶ **Covid-19 : une crise sanitaire aux impacts multiples**
- ▶ **Des business units diversement affectées**
- ▶ **Démarche RSE, innovations : une stratégie d'entreprise réaffirmée**



# Organisation opérationnelle du groupe

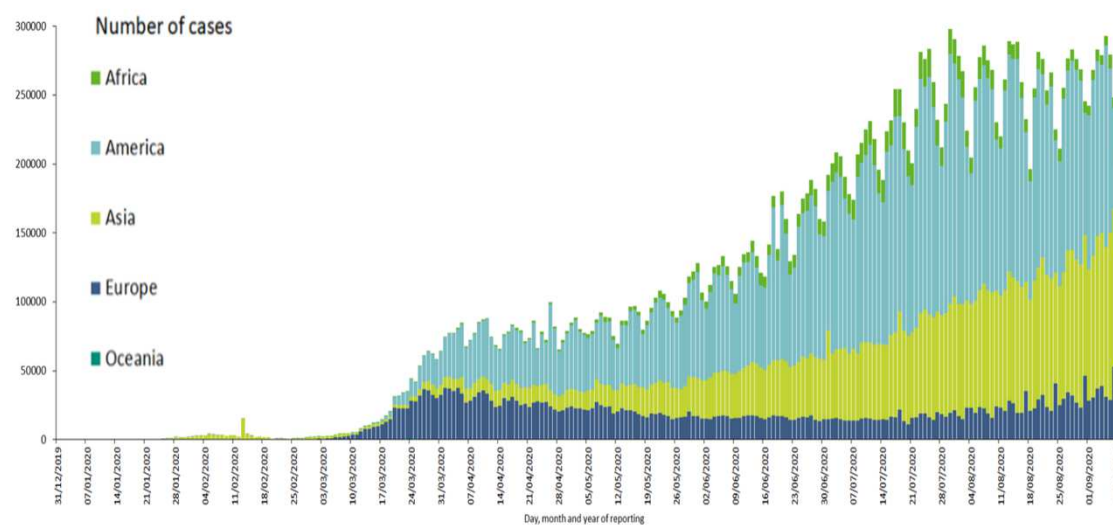
Au 1<sup>er</sup> juillet 2020



<sup>(1)</sup> Employés équivalent temps plein

<sup>(2)</sup> Année 2019-2020

# Covid-19 : une crise multiforme et asynchrone



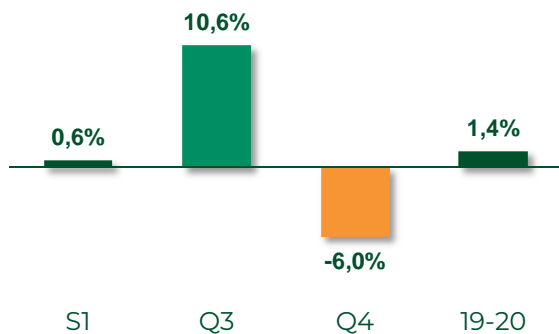
- ▶ Des conséquences économiques et sur la consommation sans précédent
- ▶ Une vague de contamination qui démarre en Asie pour se propager ensuite en Europe et enfin sur le continent américain

# Covid-19 : un impact sur l'activité différencié mais limité

- ▶ Impact en frais et restauration hors foyer
- ▶ Fréquentation des points de vente en retrait
- ▶ Ecroulement de la restauration collective et surtout commerciale et en travel retail
- ▶ Attrait renforcé des produits de longue conservation

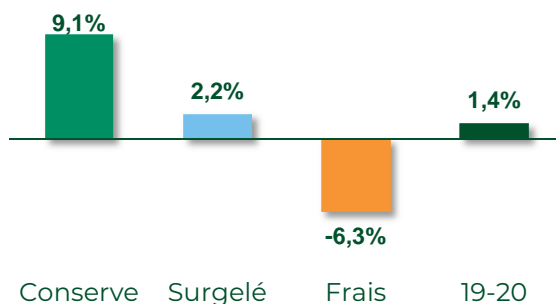
## Evolution du CA (19-20)

A taux de change et périmètre constants



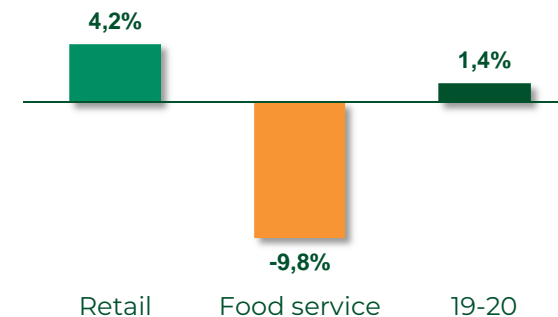
## Evolution par technologie (19-20)

A taux de change et périmètre constants



## Evolution par circuit de distribution (19-20)

A taux de change et périmètre constants



- ▶ Une stratégie de diversification qui permet une résistance de l'activité

# Covid-19 : un impact significatif sur la rentabilité

► **Un impact limité sur le chiffre d'affaires mais un mix défavorable**

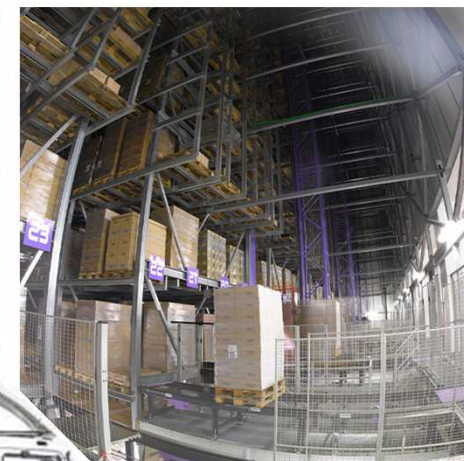
► **Des surcoûts :**

- Mesures sanitaires
- Baisse de la productivité
- Ruptures sur certaines références
- Coûts de stockage
- Abandon d'hectares
- Complexité logistique

► **Une prime de solidarité octroyée aux collaborateurs en usine**

► **Des économies induites par le contexte**

► **Un impact estimé sur la rentabilité entre 7 et 10 M€**



# Covid-19 : une mobilisation et un engagement de tous face à l'épreuve

Une responsabilité particulière dans la chaîne alimentaire

Des dons de produits alimentaires et initiatives diverses dans tous les pays



Roumanie : don de produits surgelés au patients atteints de la Covid-19

République Tchèque : des bénévoles Bonduelle viennent soutenir les séniors lors des fêtes de Pâques



Etats-Unis : produits frais et bowls offerts à Florence (NJ) et à une école du New-Jersey



Cabaletta mise à disposition de centres hospitaliers en France



France : kits de protection offerts au personnel soignant de Rosporden

Remerciements usine de Lebanon



Message du groupe à ses équipes

# Covid-19 : une mobilisation et un engagement de tous face à l'épreuve

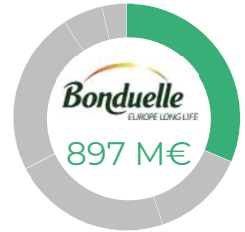
## Un management et des actionnaires solidaires

- Réduction de la rémunération des cadres dirigeants
- Réduction des jetons de présence
- Proposition de réduction de 20 % du dividende





# Bonduelle Europe Long Life

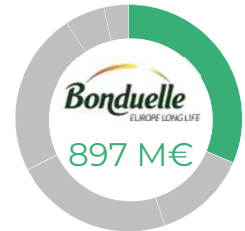


- ▶ Des activités retail conserve et surgelé positivement impactées par la crise sanitaire
- ▶ Bonduelle et Cassegrain gagnent des parts de marché en 2019-2020
- ▶ Eroulement du food service (surgelé)
- ▶ En ère post Covid-19, les plans d'actions 2021 sont plus que jamais pertinents



# Bonduelle Europe Long Life

## Conserve et surgelé Europe retail et food service



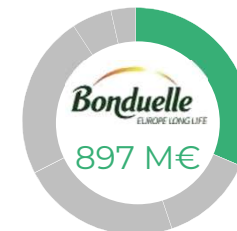
L'effondrement du food service partiellement compensé par un report de consommation vers le retail

- ▶ Une activité food service BELL dominée par le surgelé
- ▶ Un arrêt brutal des activités au moment du confinement : chute du marché de - 70 %
- ▶ Un marché retail qui bénéficie partiellement d'un report de consommation
- ▶ Une situation post confinement qui perdure



# Bonduelle Europe Long Life

## Conserve et surgelé Europe retail

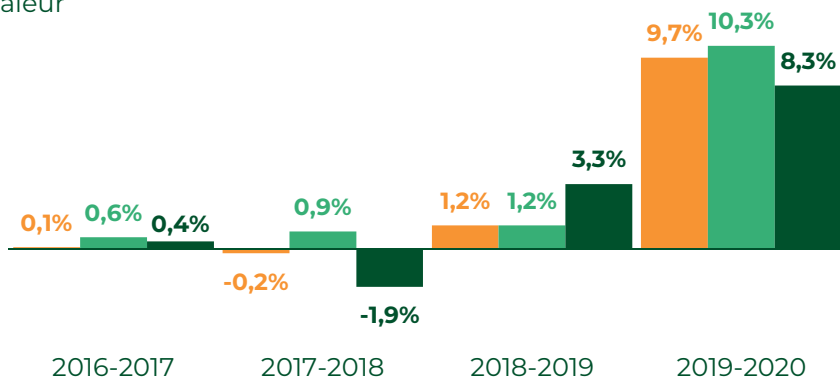


Des marchés en croissance accélérée et des gains de parts de marché

Evolution comparée 2019-2020 marché et Bonduelle

### Conserve retail

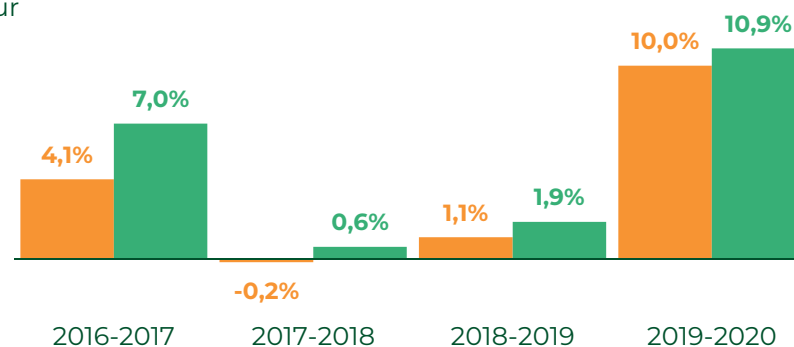
Valeur



Part de marché : 14,9 % , + 0,1 pt

### Surgelé retail

Valeur

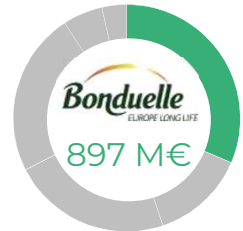


Part de marché : 6,2 % , + 0,1 pt

■ Marchés servis ■ Marques Bonduelle et Cassegrain ■ MDD Bonduelle

Source : Nielsen valeur CAM P6 2020 Total Europe Discounters included

# Bonduelle Europe Long Life Conserve et surgelé Europe retail et food service



« Bonduelle s'engage » : déploiement en Europe



Des emballages de plus en plus responsables



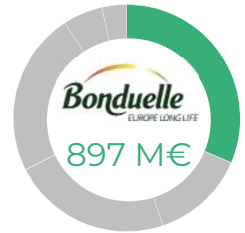
- 500 tonnes de plastique par an en Europe
- 100% recyclable

Bonduelle, partenaire fondateur du Food Transition Pact



- Animation in-store pour faire évoluer les comportements
- Des produits iconiques donnant des preuves concrètes de consommation plus responsable

# Bonduelle Europe Long Life Conserve et surgelé Europe retail



« Sans résidu de pesticides » : une conviction stratégique dont le déploiement s'accélère

Octobre 20 - Lancement de 3 références surgelé - Italie

Octobre 20 - Lancement surgelé & ambiant - Pologne

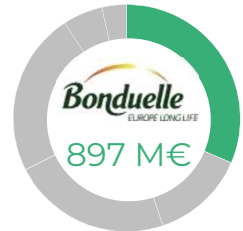


Lancement national surgelé & démarrage ambiant - France

Janvier 21 - Lancement ambiant - Allemagne



# Bonduelle Europe Long Life Conserve et surgelé Europe retail et food service



SI 2020 2021 : poursuite des innovations retail « plant-based » et un core-business rénové

En food service, un plan d'innovation orienté « plant-based » et restauration commerciale



Rénovation légumes verts  
- France et Allemagne



Cassegrain Légumes secs  
assaisonnés - France



Déploiement sans résidu de  
pesticides et nouvelles variétés -  
Europe



Déploiement Veggie rice  
Pays-Bas, France, Pologne, Espagne



Céréales et légumineuses  
7 références



Hôtels  
3 références



Bars  
3 références

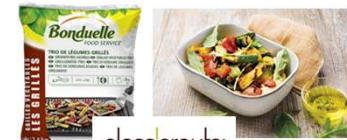
## Accélération chez les grands comptes



Oignons  
émincés  
préfaits  
Roll out hors France  
Suède & Allemagne



Lancement Mais 4/4  
Suède Norvège  
Allemagne Irlande



# Bonduelle Fresh Europe



- ▶ Le frais en Europe particulièrement affecté par la crise sanitaire
- ▶ Des parts de marché qui résistent
- ▶ Un plan d'innovations soutenu et engagé

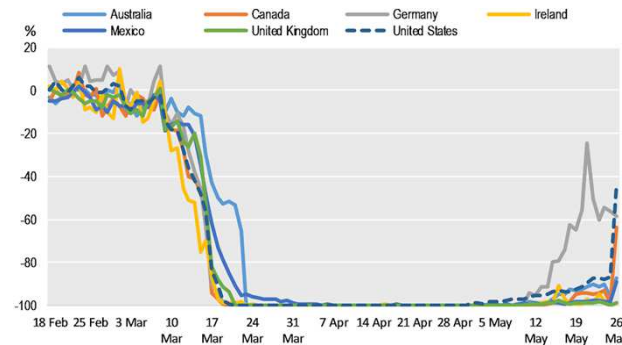


# Bonduelle Fresh Europe



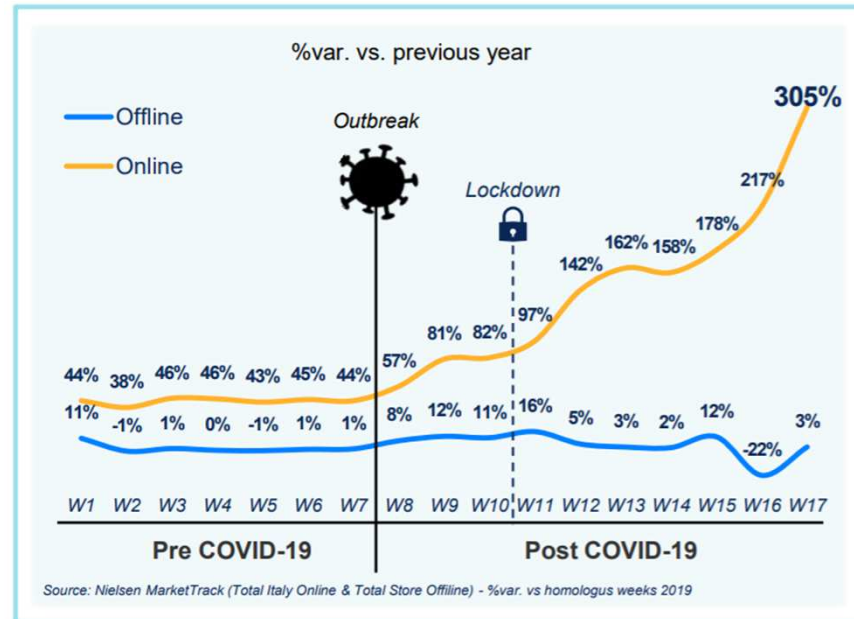
## Le frais en Europe particulièrement affecté par la crise sanitaire

- Effondrement du food service, axe de développement du frais
- Un marché 4<sup>ème</sup> gamme entraîné par la chute des prix de la 1<sup>ère</sup> gamme
- Des habitudes d'achats en rapide évolution
  - Retour vers le commerce de proximité
  - Volatilité des approvisionnements
  - Pics de fréquentation erratiques



Chute sans précédent de la fréquentation des lieux de restauration hors foyer à travers le monde

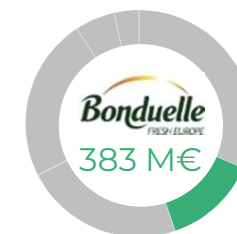
### E-grocery Trend



Source: Nielsen MarketTrack (Total Italy Online & Total Store Offline) - %var. vs homologous weeks 2019



# Bonduelle Fresh Europe

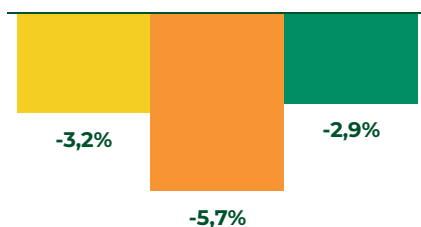


## Des parts de marché qui résistent

### France Traiteur

Variation N/N-1 en valeur

2019-2020

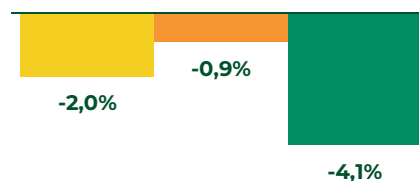


Part de marché : 23 %, - 20 bps

### France Salades en sachet

Variation N/N-1 en valeur

2019-2020

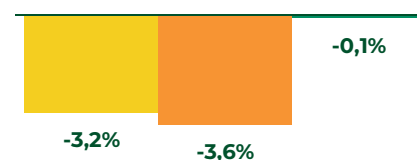


Part de marché : 20 %, - 30 bps

### Italie Salades en sachet

Variation N/N-1 en valeur

2019-2020

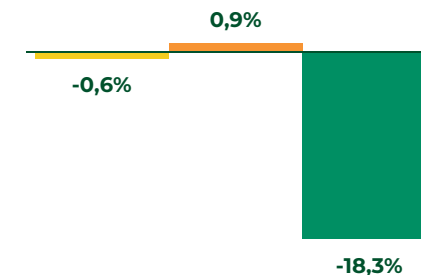


Part de marché : 13 %, + 40 bps

### Allemagne Salades en sachet

Variation N/N-1 en valeur

2019-2020



Part de marché : 9 %, - 20 bps

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

Source: Nielsen / MAT juin 2020

- Salades : une activité à marque qui souffre en France et en Allemagne, mais surperforme en Italie
- Traiteur : résistance à la marque dans un marché en repli
- Des parts de marché salades qui résistent malgré la crise sanitaire

# Bonduelle Fresh Europe

## Poursuite des innovations : un accent mis sur le snacking et le bio



### Lancement du traiteur Bio - France

**Ingrédients sélectionnés**

- Label AB (Association pour le Bio)
- Label "Importé en France"

**Recettes clean**

- Nutri-score A
- Label "sans conservateur"
- Yuka 100/100 Excellent

**Packaging éco responsable**

- 100% RPET
- + pas de couvercle
- + papier recyclé

### En Italie – l’apéritif à la maison



### En Allemagne – nouvelle offre et nouveau positionnement

**T'es Trop FRESH**  
ça bouge sur le marché du snacking !

DEJ BOX

**Goût**

**Naturalité**

**Fiabilité allemande**

**Authenticité**

**Développement durable**

- TOC (Total Organic Content)
- 17% Plastic
- SCHONENDES WASHVERFAHREN - OHNE CHLOR



Version snack des "idées légumineuses"

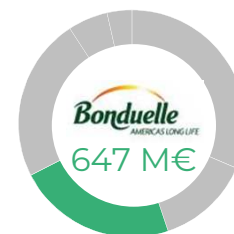
# Bonduelle Americas Long Life



- ▶ Une croissance robuste de l'activité accélérée par la crise de la Covid-19
- ▶ Des lancements d'innovations à la marque, dans une période toutefois peu propice
- ▶ Poursuite des innovations en 20-21, tant en retail qu'en food service pour développer les parts de marché

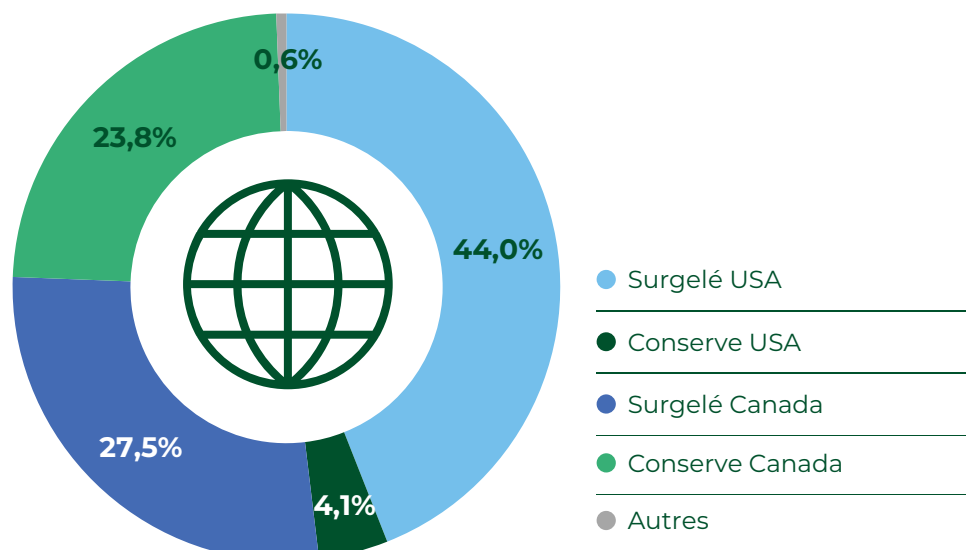


# Bonduelle Americas Long Life



## Répartition du chiffre d'affaires - Amérique du Nord

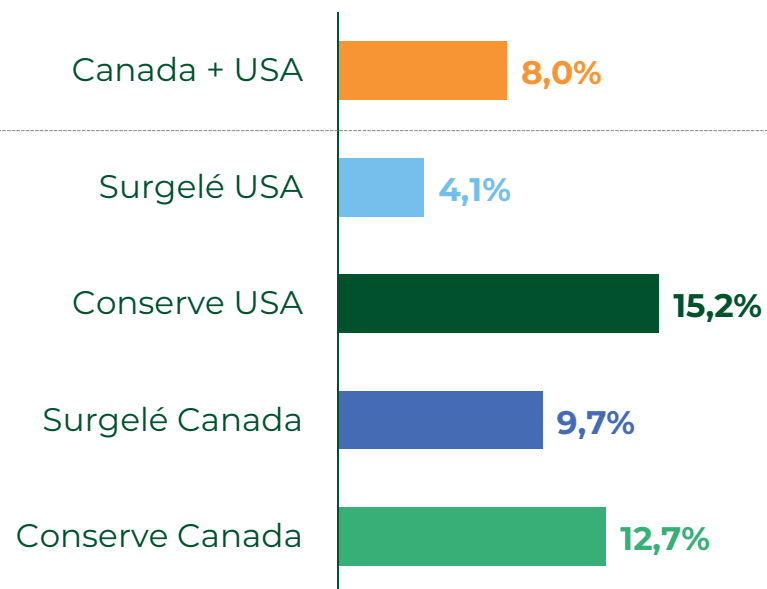
2019-2020 - (changes courants)



**Total : 959 MCAD**

## Evolution du chiffre d'affaires 2019-2020

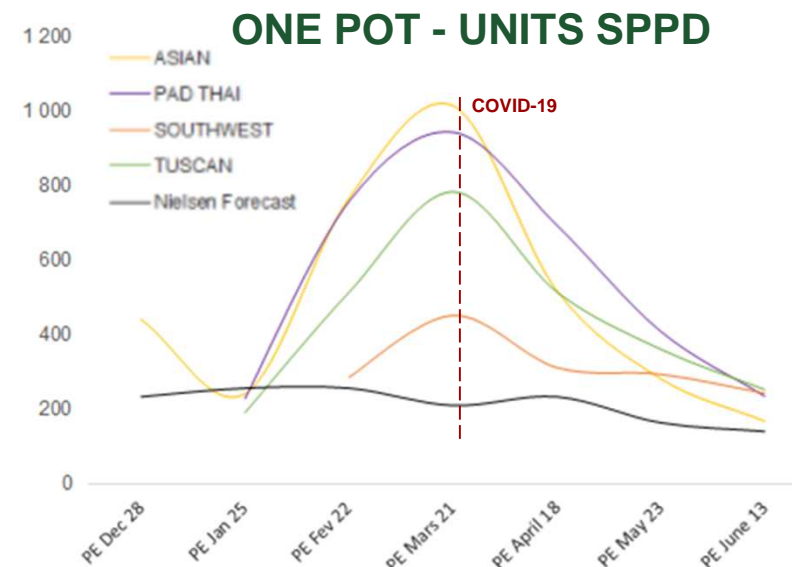
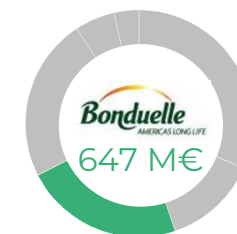
(changes constants)



- Une croissance de la longue conservation grâce au développement de capacités et tirée par la crise sanitaire Covid-19
- Effets limités sur la rentabilité : surcoûts logistiques, main d'œuvre...

# Bonduelle Americas Long Life

De nombreux lancements d'innovations à la marque



► Covid-19 : un contexte peu adapté aux lancements de produits

# Bonduelle Americas Long Life

## Poursuite des innovations en 2020-2021

### Gamme « testé pour les résidus de pesticides »



### Poursuite des synergies transverses long life Gamme « mini-boîtes » au Canada



# Bonduelle Fresh Americas



- ▶ Une crise sanitaire plus tardive aux Etats-Unis
- ▶ Des développements de gammes
- ▶ Relance de Ready Snax
- ▶ Des investissements de productivité, facteurs de compétitivité



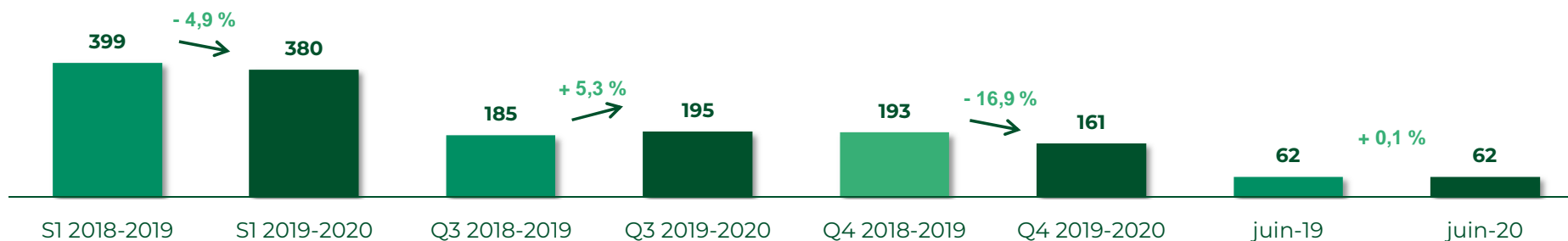
# Bonduelle Fresh Americas



## Une crise sanitaire plus tardive aux Etats-Unis – stabilisation en fin de période

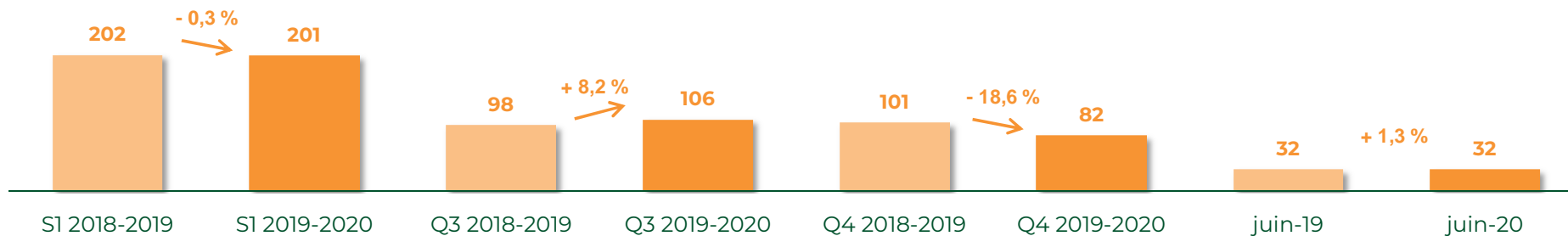
### Evolution du chiffre d'affaires global

en USD



### Evolution du chiffre d'affaires « complete meals »

en USD



► Une baisse du chiffre d'affaires et des surcoûts significatifs (cadences, primes en usine, abandon d'hectares...)



# Bonduelle Fresh Americas

Une gamme construite et élargie



## Gamme Bonduelle Fresh Picked aux USA



CAESAR SALAD WITH GRILLED CHICKEN



SPANISH INSPIRED CHEF SALAD WITH SMOKED HAM



STEAK & BLEU CHOPPED SALAD



SONORA INSPIRED SALAD WITH GRILLED CHICKEN



SPINACH SALAD WITH GRILLED CHICKEN & UNCURED BACON



APPLE WALNUT BABY GREENS SALAD WITH QUINOA

## Elargissement de la gamme au Canada



# Bonduelle Fresh Americas

## Relance de Ready Snax



Packaging actuel



Depuis juillet 2020



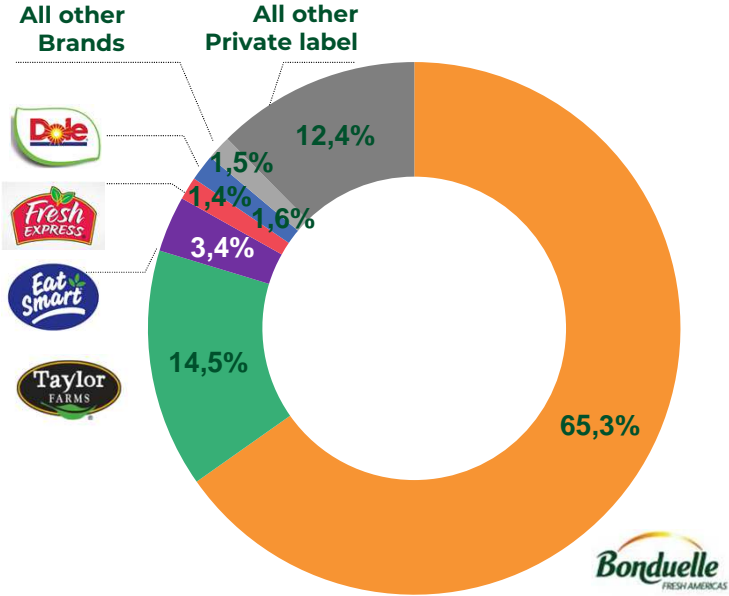
► 60% des américains préfèrent manger des snacks toute la journée plutôt que 3 repas complets

# Bonduelle Fresh Americas

## Un leadership incontesté en bowls



### Parts de marché « salad bowls » (marque + private label)



Source : Nielsen août 2020

# Bonduelle Fresh Americas

Des investissements de productivité, facteurs de compétitivité



Automatisation ligne - Swedesboro

► 25 M\$ investis en 2019-2020

► Permet de compenser les surcoûts logistiques, les inflations (transports, main d'œuvre)

# Bonduelle EurAsia Markets



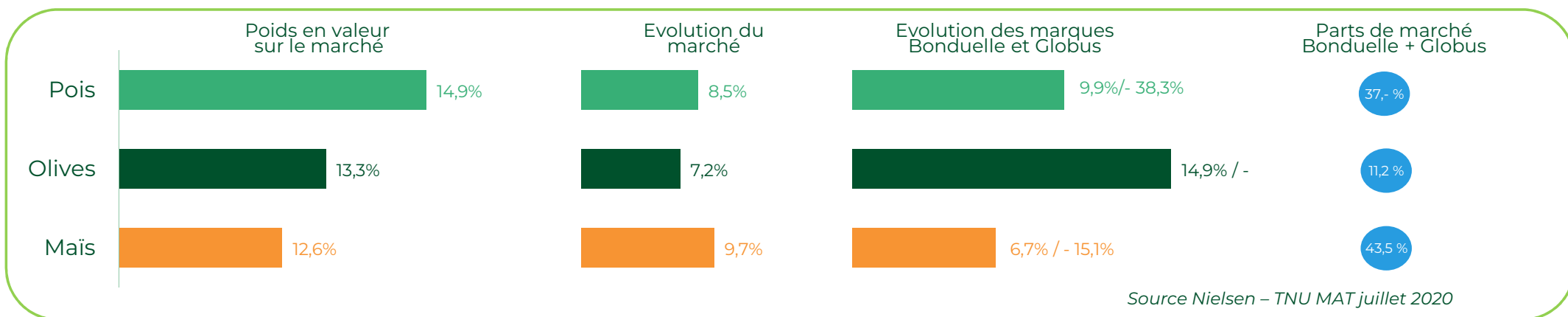
- ▶ Leadership confirmé sur des segments clé du marché
- ▶ Les innovations, moteur de la stratégie de positionnement
- ▶ Innovations et référencements au cœur du développement du surgelé
- ▶ Bonduelle investit dans les meals kit au travers d'Elementaree



# Bonduelle EurAsia Markets



## Leadership affirmé sur des segments clé du marché

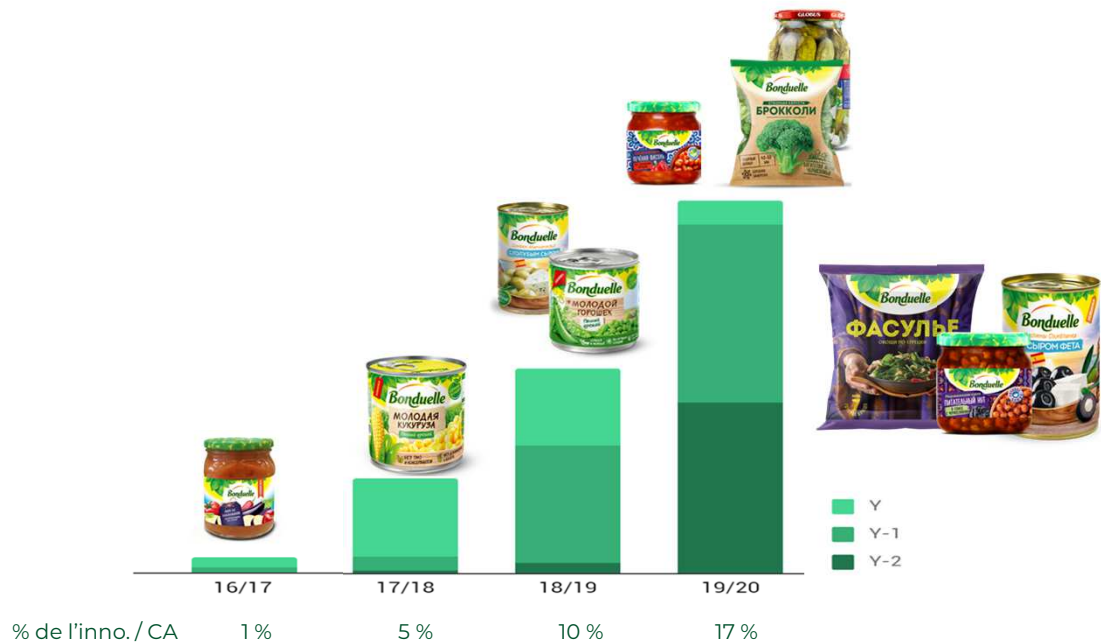


# Bonduelle EurAsia Markets



## Les innovations, éléments incontournables de la stratégie de positionnement

**Maïs jeune, pois jeune et olives : facteurs de croissance des volumes**



## Légumineuses préparées en bocaux



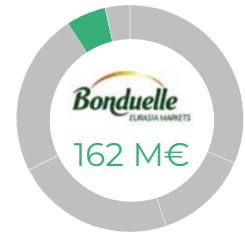
## Innovations et marketing, des supports de croissance



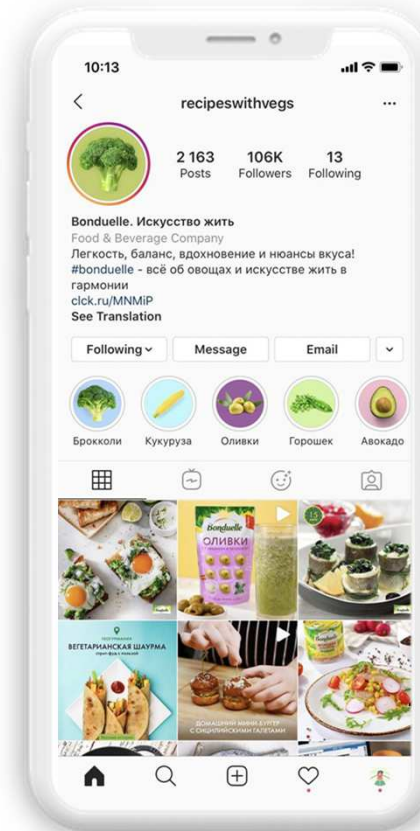
Young peas

# Bonduelle EurAsia Markets

Une reconnaissance de la marque au travers des récompenses de consommateurs

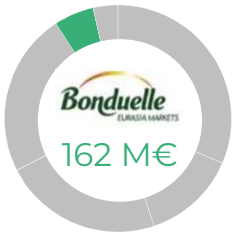


**Bonduelle, classé n°1 dans la catégorie Best Food Brand et n°3 dans la catégorie Best Millennial Food Brand!**





# Bonduelle EurAsia Markets



## Innovations et référencements au cœur du développement du surgelé



# Bonduelle EurAsia Markets

Bonduelle investit dans les meals kit au travers d'Elementaree



## Elementaree

- Bonduelle, fournisseur stratégique



- Adresser de nouvelles habitudes de consommation



► Une prise de participation minoritaire

► Des synergies et une complémentarité d'expertise et de moyens au service de l'extension des activités en Russie

# Résultats annuels 2019-2020 : Performances économique et financière

Un exercice marqué par la crise sanitaire

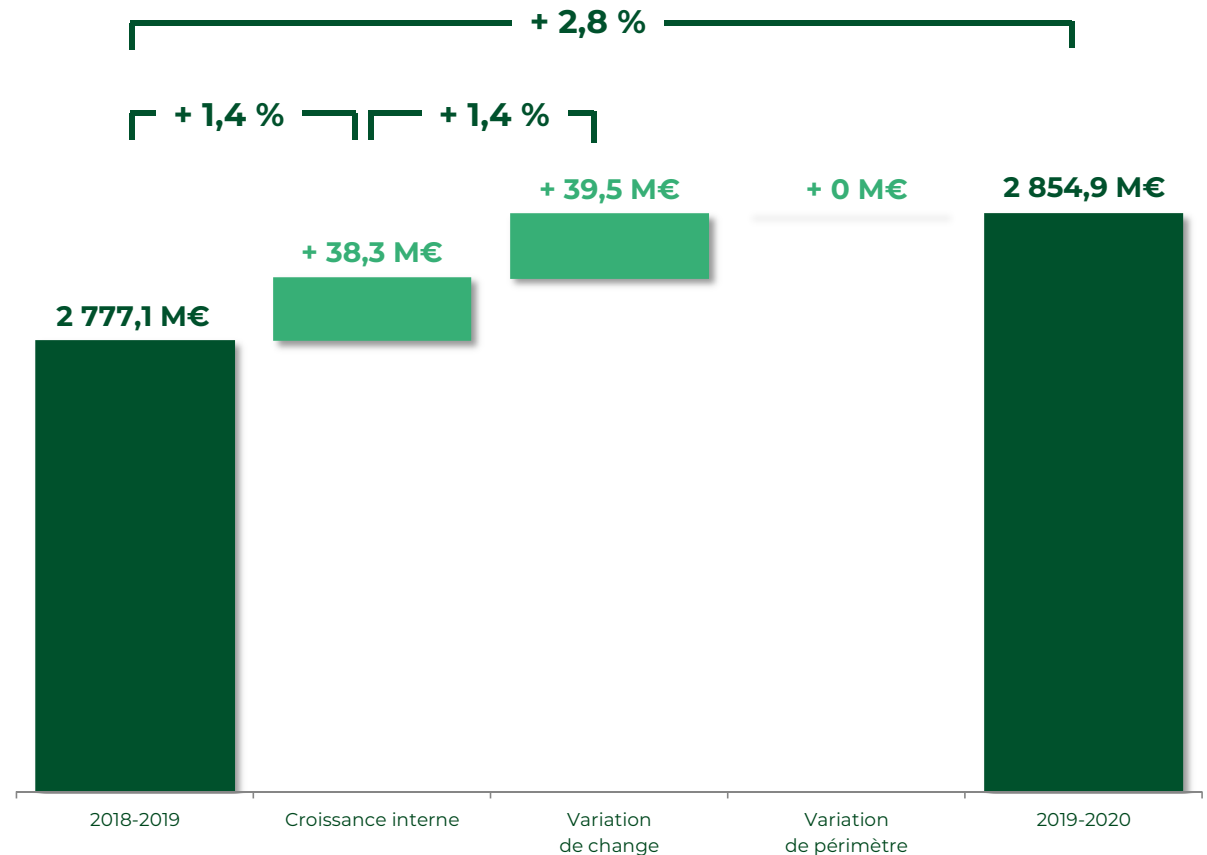
- ▶ Un nouvel exercice de croissance malgré le contexte Covid-19
- ▶ Une rentabilité opérationnelle courante inférieure à l'objectif initial
- ▶ Une structure financière solide, des financements optimisés



# Un exercice de croissance marqué par la Covid-19

## Évolution du chiffre d'affaires

- ▶ Croissance solide du chiffre d'affaires publié
- ▶ Une croissance organique solide
- ▶ Des effets de changes positifs portés par les dollar US et canadien et le rouble russe
- ▶ Impact estimé défavorable Covid-19 sur le chiffre d'affaires : +/- 5 millions d'euros



# Les dollars US et canadien ainsi que le rouble russe, principaux contributeurs aux effets de changes

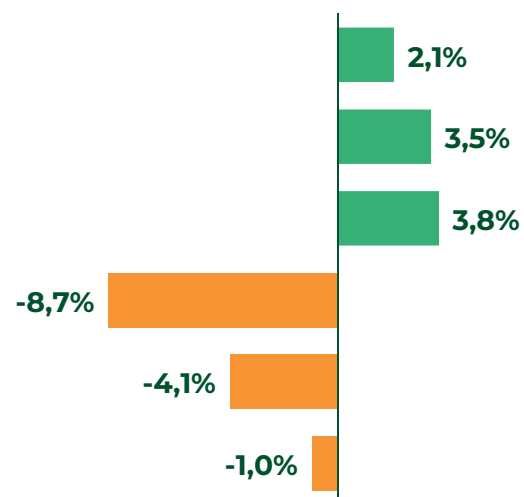
## Impact des devises sur le chiffre d'affaires

### Évolution des devises

Cours moyen 2019-2020/€

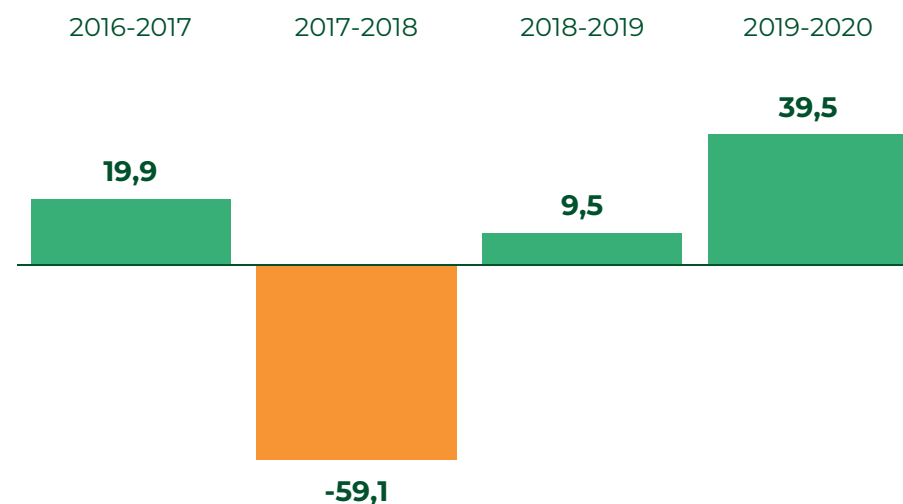
<b>CAD</b>	1,48
<b>USD</b>	1,11
<b>RUB</b>	72,27
<b>BRL</b>	4,83
<b>HUF</b>	335,47
<b>PLN</b>	4,34

Variation 2019-2020



### Évolution de l'impact devises sur 4 ans

En millions d'euros



- ▶ Les 3 principales zones hors Europe portées par des effets de changes favorables en lien avec l'appréciation des monnaies
- ▶ Une dévaluation du Forint hongrois qui améliore la compétitivité industrielle

# Un exercice de croissance malgré le contexte Covid-19

## Chiffre d'affaires par zone et évolution

	CA 2019-2020 en M€	▲ Données publiées	▲ Données comparables
Zone Europe	1 299,5	+ 0,2 %	+ 0,3 %
Zone hors Europe	1 555,3	+ 5,1 %	+ 2,3 %
<b>Total</b>	<b>2 854,9</b>	<b>+ 2,8 %</b>	<b>+ 1,4 %</b>

*Données comparables : à taux de change et périmètre constants*

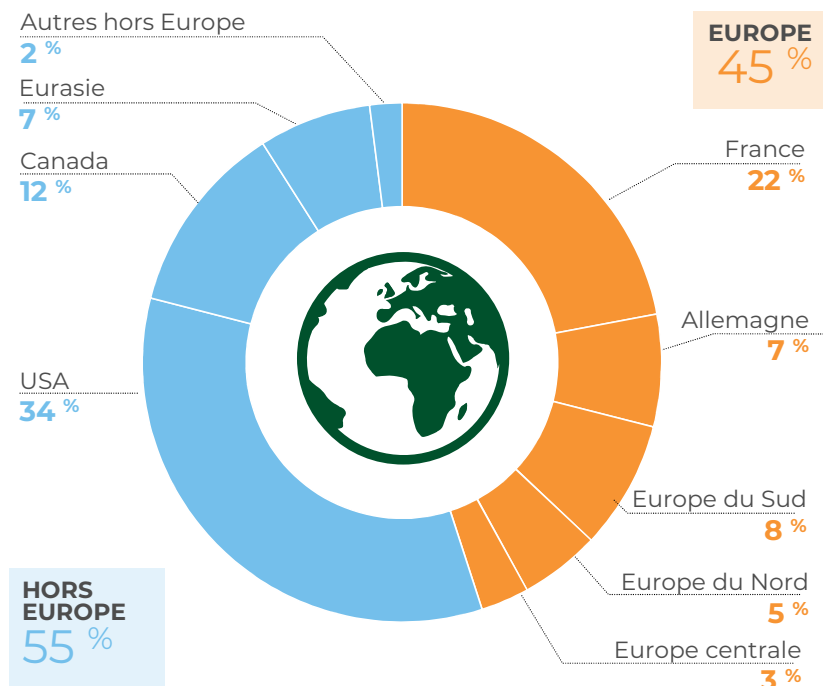
### ► Une croissance globale alimentée par les changes et la croissance organique hors d'Europe

# Une zone hors Europe prépondérante et en progression

## Evolution du portefeuille d'activités

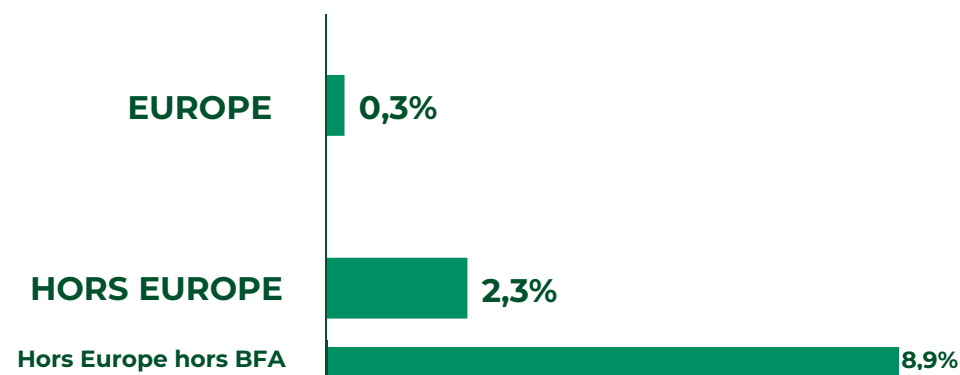
### Répartition géographique du chiffre d'affaires

2019-2020



### Croissance 2019-2020

A taux de change et périmètre constants



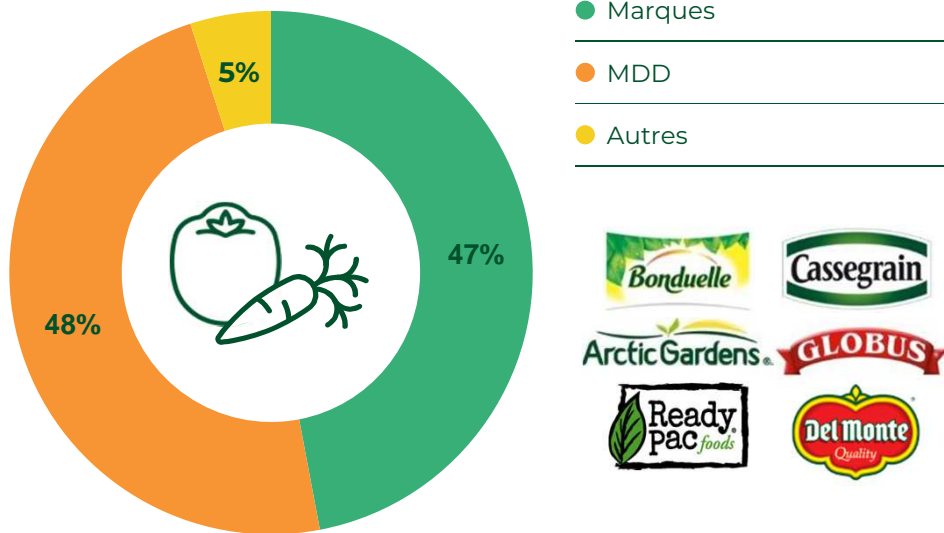
- Europe : croissance des activités conserve et surgelé en retail compensée par les difficultés du food service et du frais (Covid-19)
- Hors Europe : forte dynamique en Russie/CEI et conserve/surgelé en Amériques, fort retrait du frais dû à la crise sanitaire

# Un portefeuille de marques diversifié

## Evolution du portefeuille d'activités

### Répartition du chiffre d'affaires par marque

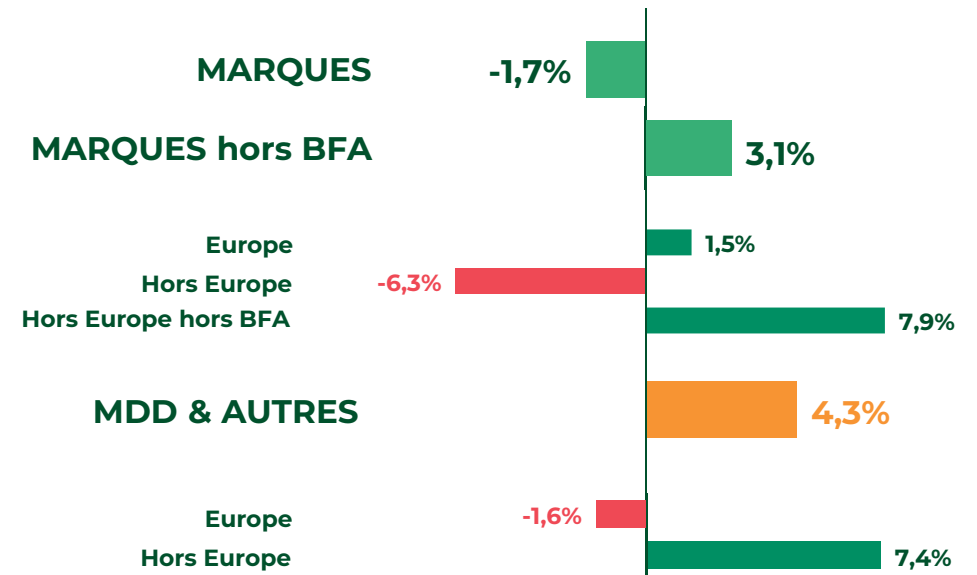
2019-2020



- ▶ Part des marques en retrait lié à Bonduelle Fresh Americas (bascule client à la marque de distributeur / Covid-19)
- ▶ Croissance robuste des marques hors BFA
- ▶ Croissance MDD liée aux activités en zone Amériques

### Croissance 2019-2020

A taux de change et périmètre constants



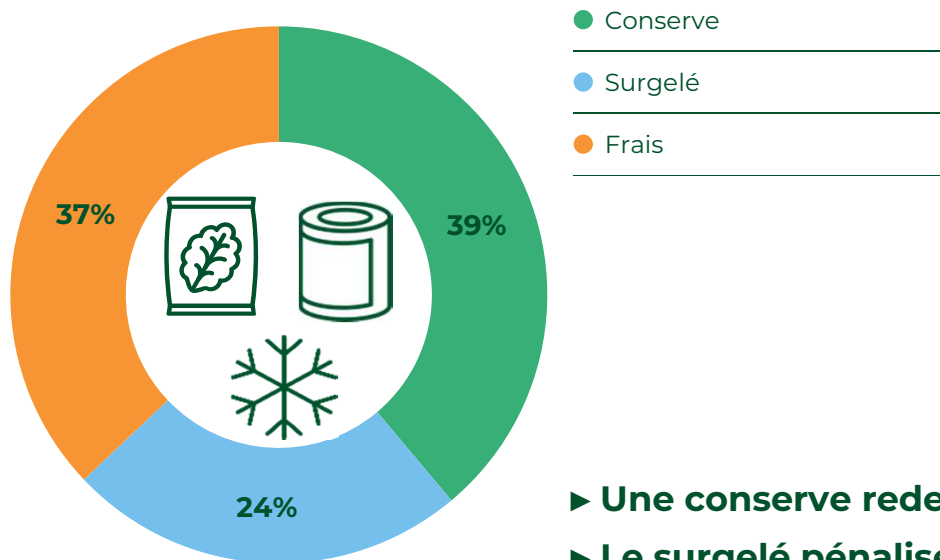


# Un portefeuille d'activités diversifié et équilibré

## Evolution du portefeuille d'activités

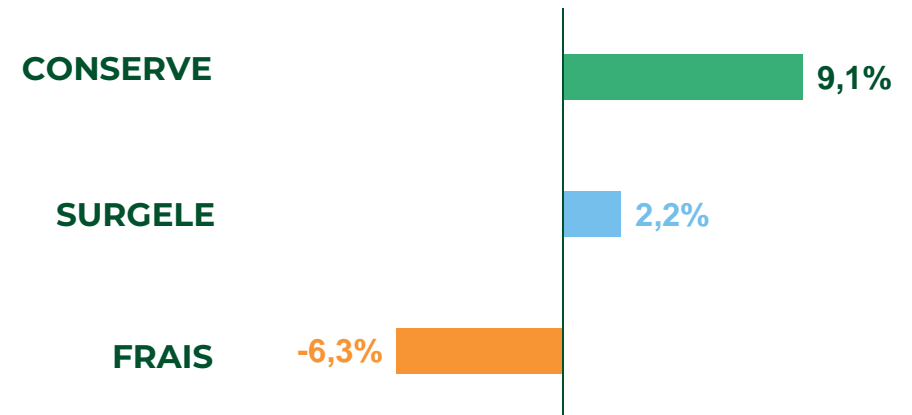
### Répartition du chiffre d'affaires par technologie

2019-2020



### Croissance 2019-2020

A taux de change et périmètre constants



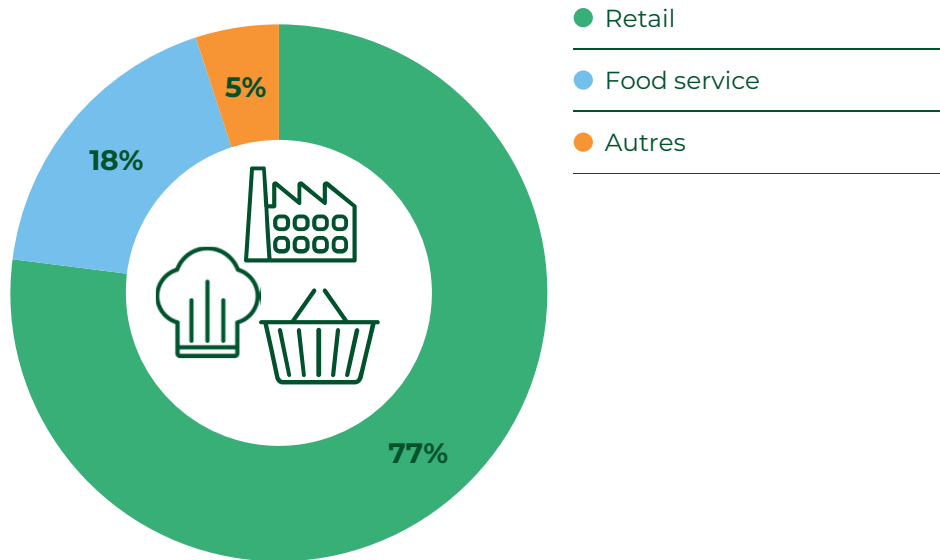
- ▶ Une conserve redevenue très performante du fait de la crise sanitaire
- ▶ Le surgelé pénalisé par le food service malgré une forte dynamique en retail
- ▶ Le frais : principale victime de la crise sanitaire

# Un portefeuille d'activités diversifié et équilibré

## Evolution du portefeuille d'activités

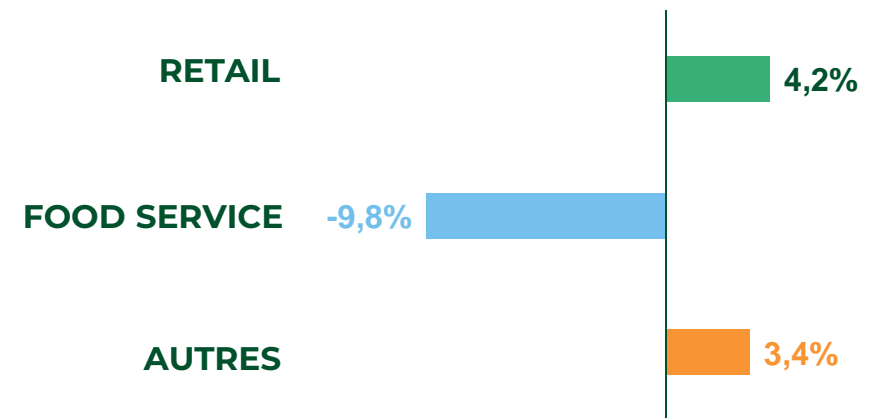
### Répartition du chiffre d'affaires par circuit de distribution

2019-2020



### Croissance 2019-2020

A taux de change et périmètre constants



► Un poids du food service en retrait compte tenu de l'effondrement de l'activité sur la 2<sup>ème</sup> partie de l'exercice

# Rentabilité opérationnelle courante

## Une rentabilité et une marge opérationnelle en retrait

### Évolution de la rentabilité opérationnelle courante

En M€	2019-2020 publié	2018-2019 publié	▲ Données publiées	▲ Données comparables
Chiffre d'affaires	2 854,9	2 777,1	+ 2,8 %	+ 1,4 %
<b>Rentabilité opérationnelle courante</b>	<b>108,7</b>	<b>123,7</b>	<b>- 12,1 %</b>	<b>- 13,4 %</b>
% CA	3,8 %	4,5 %	- 0,7 bps	- 0,7 bps

Données comparables : à taux de change et périmètre constants

- ▶ Une inflexion de la rentabilité supérieure à celle annoncée
- ▶ Impact estimé Covid-19 : 7 à 10 M€
- ▶ Des investissements marketing globalement stables

# Chiffre d'affaires et rentabilité

## Comparaison aux objectifs d'octobre 2019

Une performance en ligne avec les objectifs initiaux hors impact Covid-19

En M€ à taux de change constants	2019-2020	Communication Février 2020	Communication Octobre 2019	2018-2019
Chiffre d'affaires	2 815	2 810 (lower end)	2 810 – 2 835	2 777
Rentabilité opérationnelle courante hors Covid-19	≈ 116	115 (lower end)	≈ 115 - 118	123,7
Marge opérationnelle courante / CA	4,1 %		4,1 %	4,5 %
Impacts Covid-19	+/- 8,5		-	-
Rentabilité opérationnelle courante	107,2		115 - 118	123,7
Marge opérationnelle courante / CA	3,8 %		4,1 %	4,5 %

- ▶ Un impact limité de la Covid-19 sur le chiffre d'affaires
- ▶ Un impact défavorable de la Covid-19 sur la rentabilité communiqué dès le 3<sup>ème</sup> trimestre
- ▶ Une performance chiffre d'affaires et rentabilité hors Covid-19 dans l'objectif initial
- ▶ Un profil diversifié facteur de résilience

# Rentabilité opérationnelle courante

## Une marge opérationnelle courante en repli en Europe et hors Europe

### Chiffre d'affaires et rentabilité opérationnelle courante par zone

A taux de change et périmètre constants

En M€	2019-2020		2018-2019	
	Europe	Hors Europe	Europe	Hors Europe
Chiffre d'affaires	1 301,3	1 514,1	1 297,-	1 480,1
<b>Rentabilité opérationnelle courante</b>	<b>51,3</b>	<b>55,9</b>	<b>54,7</b>	<b>68,9</b>
% CA	3,9 %	3,7 %	4,2 %	4,7 %

► Des surcoûts et effets mix qui touchent l'Europe et le hors Europe

► Hors Europe : rentabilité affectée par la baisse des volumes pré-Covid-19 (Walmart) et l'impact de la crise Covid-19 en restauration hors foyer et frais Amériques, une campagne difficile (été 2019)

# Rentabilité opérationnelle

## Éléments non récurrents

En M€	2019-2020	2018-2019	▲
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>2 854,9</b>	<b>2 777,1</b>	<b>+ 2,8 %</b>
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>108,7</b>	<b>123,7</b>	<b>- 12,1 %</b>
Éléments non récurrents	(6,8)	(7,9)	
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>101,9</b>	<b>115,8</b>	<b>- 12,- %</b>

► Crise E. Coli en frais Amériques (novembre 2019) principale composante des éléments non récurrents

# Résultat financier et impôts

## Résultat financier

En M€	2019-2020	2018-2019
Coût de la dette	(20,4)	(21,9)
Résultat de change	(2,7)	(0,3)
Autres éléments	(2,8)*	(0,4)
<b>Total dont IFRS 16</b>	<b>(25,9)</b>	<b>(22,6)</b>

\* Dont IFRS 16 (2,5)

- ▶ **Hausse de la charge financière liée aux IFRS et résultats de change**
- ▶ **Résultat de change négatif inférieur aux impacts favorables sur la compétitivité**
- ▶ **Baisse du coût de la dette**

## Impôts

En M€	2019-2020	2018-2019
Charge de l'impôt	(21,3)	(20,6)
Taux d'impôt effectif	28,1 %	22,1 %

- ▶ **Charge de l'impôt en hausse**
  - **Fin des déficits reportables champignon**
  - **Baisse du résultat hors Europe**

# Résultat net

## Evolution du résultat net

En M€	2019-2020	2018-2019	▲
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>2 854,9</b>	<b>2 777,1</b>	<b>+ 2,8 %</b>
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>108,7</b>	<b>123,7</b>	<b>- 12,1 %</b>
Eléments non récurrents	(6,8)	(7,9)	
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>101,9</b>	<b>115,8</b>	<b>- 12,- %</b>
Résultat financier	(25,9)	(22,6)	- 14,4 %
Impôts	(21,3)	(20,6)	- 3,6 %
Mise en équivalence	(0,1)		
<b>Résultat net</b>	<b>54,6</b>	<b>72,6</b>	<b>- 24,8 %</b>
% CA	1,9 %	2,6 %	- 0,7 bps
<b>REBITDA* hors IFRS 16</b>	<b>198,1</b>	<b>213,1</b>	<b>- 7,- %</b>
% CA	6,9 %	7,7 %	- 0,7 bps

\*EBITDA récurrent

► Un résultat net affecté par la baisse du résultat opérationnel et le résultat financier



# Une structure financière solide

## Bilan simplifié (en M€)

2019-2020 exclu. IFRS 16

ACTIF		PASSIF	
Immobilisations	1 065,3	Capitaux propres	711,1
BFR et autres	276,8	Dettes financières nettes	631,-
GEARING <sup>(1)</sup>		88,7 %	
DETTE FIN NETTE/REBITDA <sup>(2)</sup>		3,19	
ROCCE <sup>(3)</sup>		8,- %	

2019-2020 yc IFRS 16

ACTIF		PASSIF	
Immobilisations	1 148,9	Capitaux propres	709,9
BFR et autres	276,2	Dettes financières nettes	715,2
GEARING <sup>(1)</sup>		100,8 %	
DETTE FIN NETTE/REBITDA <sup>(2)</sup>		3,24	
ROCCE <sup>(3)</sup>		7,6 %	

2018-2019

ACTIF		PASSIF	
Immobilisations	1 066,6	Capitaux propres	725,-
BFR et autres	313,1	Dettes financières nettes	654,7
GEARING <sup>(1)</sup>		90,3 %	
DETTE FIN NETTE/REBITDA <sup>(2)</sup>		3,07	
ROCCE <sup>(3)</sup>		9,- %	

<sup>(1)</sup> Dette financière nette / capitaux propres

<sup>(2)</sup> Dette financière nette sur EBITDA récurrent

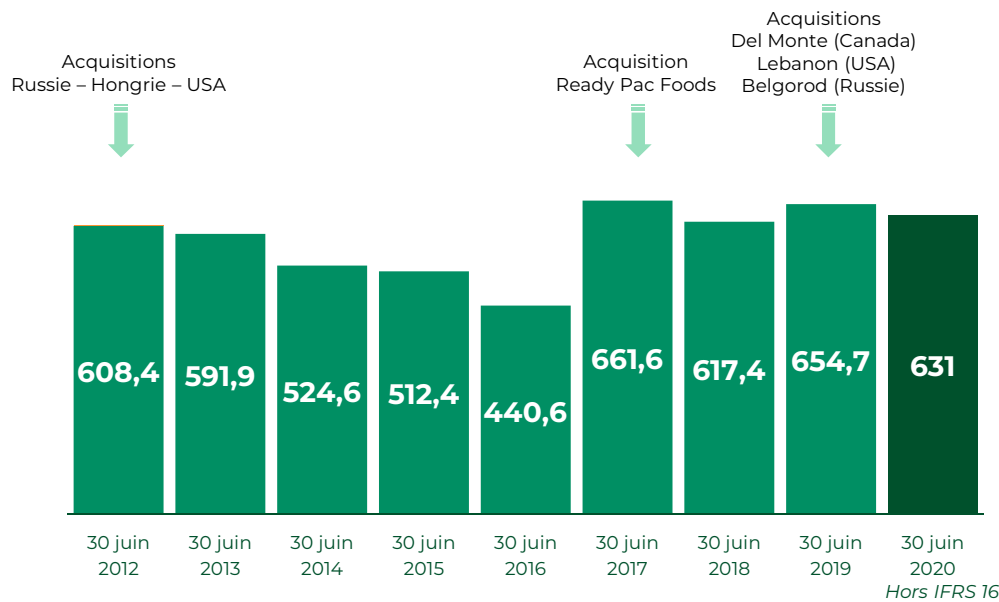
<sup>(3)</sup> Rentabilité Opérationnelle Courante avant impôts / Capitaux Employés

- **Baisse des capitaux propres (changes au 30/06/20 et acquisition des minoritaires Soléal)**
- **Légère baisse de la dette financière**
- **Ratios de leverage (Dette nette / EBITDA) < 3,5 malgré une baisse de la rentabilité**
- **Un ROCCE pénalisé par l'évolution de la rentabilité - rotation des actifs en croissance**

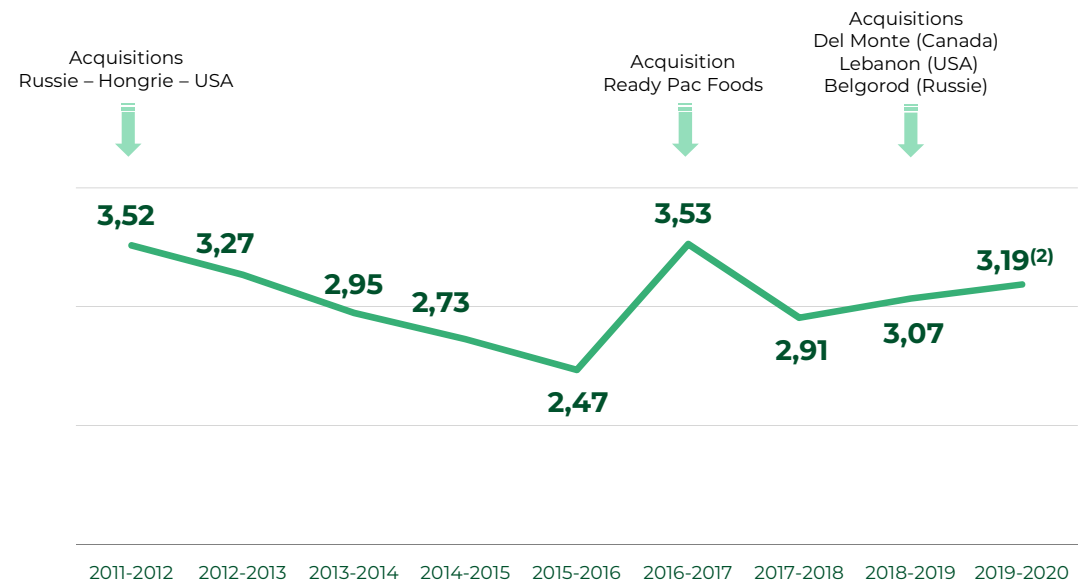
# Un endettement maîtrisé

## Evolution de la dette et du levier d'endettement

### Dette financière nette (en M€)



### Dette nette / REBITDA<sup>(1)</sup>



<sup>(1)</sup> EBITDA récurrent

<sup>(2)</sup> Hors IFRS 16 - 3,24 avec IFRS 16

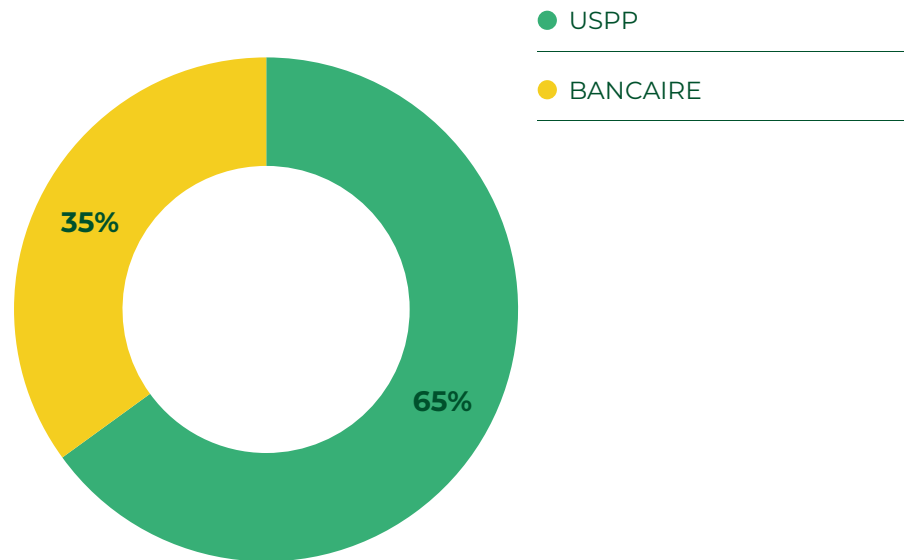
### ► Rachat des minoritaires Soléal pour 18 M€ (dette / capitaux propres)

# Une politique de financements diversifiés

## Une profil de dette solide et un coût très compétitif

### Répartition de la dette

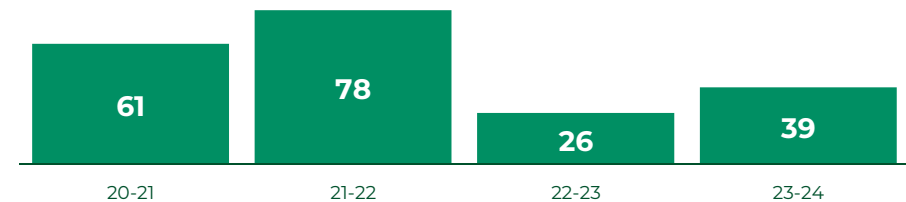
2019-2020



- Un coût de financement en baisse continue
- Mise en place d'un programme Neu CP de 300 M€

### Un profil d'amortissement maîtrisé

Échéances en millions d'euros<sup>(1)</sup>



Coût moyen	<b>2,15 %</b>
Maturité moyenne de la dette <sup>(2)</sup>	<b>3,6 ans</b>
Taux de désintermédiation	<b>65 %</b>

<sup>(1)</sup> Hors RCF

<sup>(2)</sup> Maturité moyenne des instruments de financements disponibles



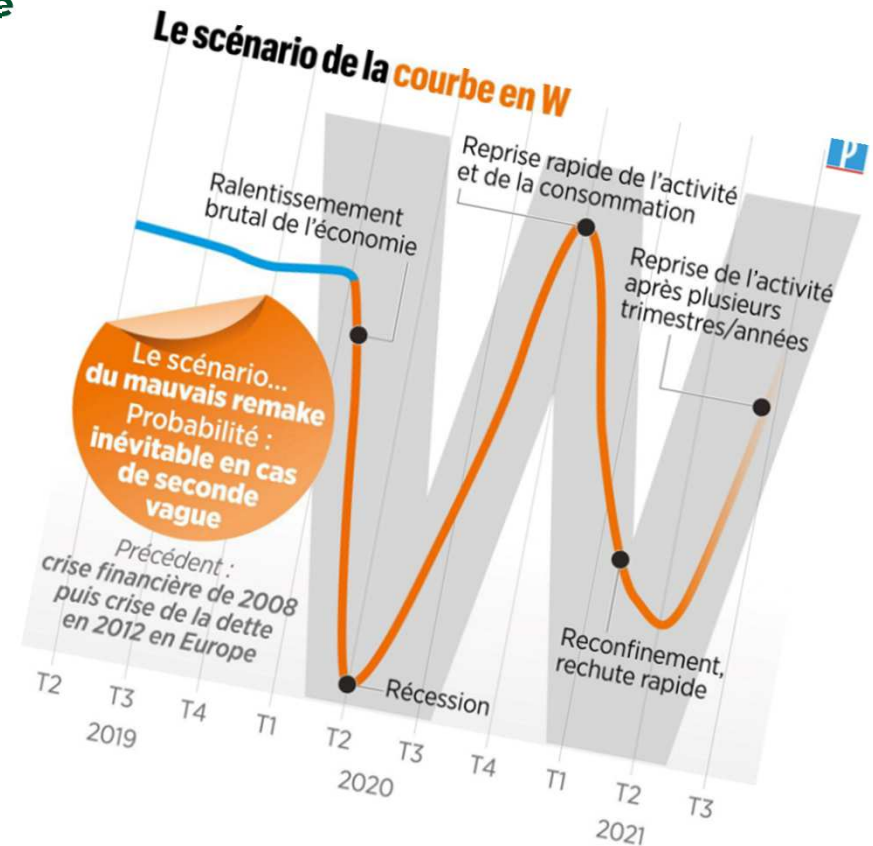
# Perspectives



# Perspectives 2020-2021

Des perspectives étroitement liées au scénario de reprise

- ▶ Chute brutale du PIB en Europe puis rebond attendu en 2021
- ▶ Un risque 2<sup>ème</sup> vague ?
- ▶ Des conséquences aux impacts incertains (sanitaires, économiques, libre-échanges des personnes et des biens)
- ▶ Un scénario en W ? Autre ?



# Perspectives 2020-2021

## Chiffre d'affaires et rentabilité opérationnelle courante

A taux de change constants

En M€	2020-2021	2019-2020
Chiffre d'affaires	2 855 – 2 910	2 855
Marge opérationnelle courante / CA	≈ 3,8 %	3,8 %

- ▶ **Des objectifs conditionnés par une non dégradation de la situation sanitaire**
- ▶ Une évolution de l'activité limitée due aux contextes sanitaire, économique et de consommation
- ▶ Une rentabilité sous pression (coûts sanitaires – activité food service)
- ▶ Hausse des dépenses marketing
- ▶ Une campagne agricole déficitaire en pois
- ▶ Maintien du taux de marge opérationnelle courante
- ▶ Proposition de dividende : 0,40 €/action (après mesure de solidarité) soit ≈ 8 % de la marge brute d'autofinancement

# Créons un futur meilleur **par l'alimentation végétale**

Sept.

2020

## Résultats annuels **Groupe Bonduelle**

Exercice 2019-2020

  
*La nature, notre futur*

