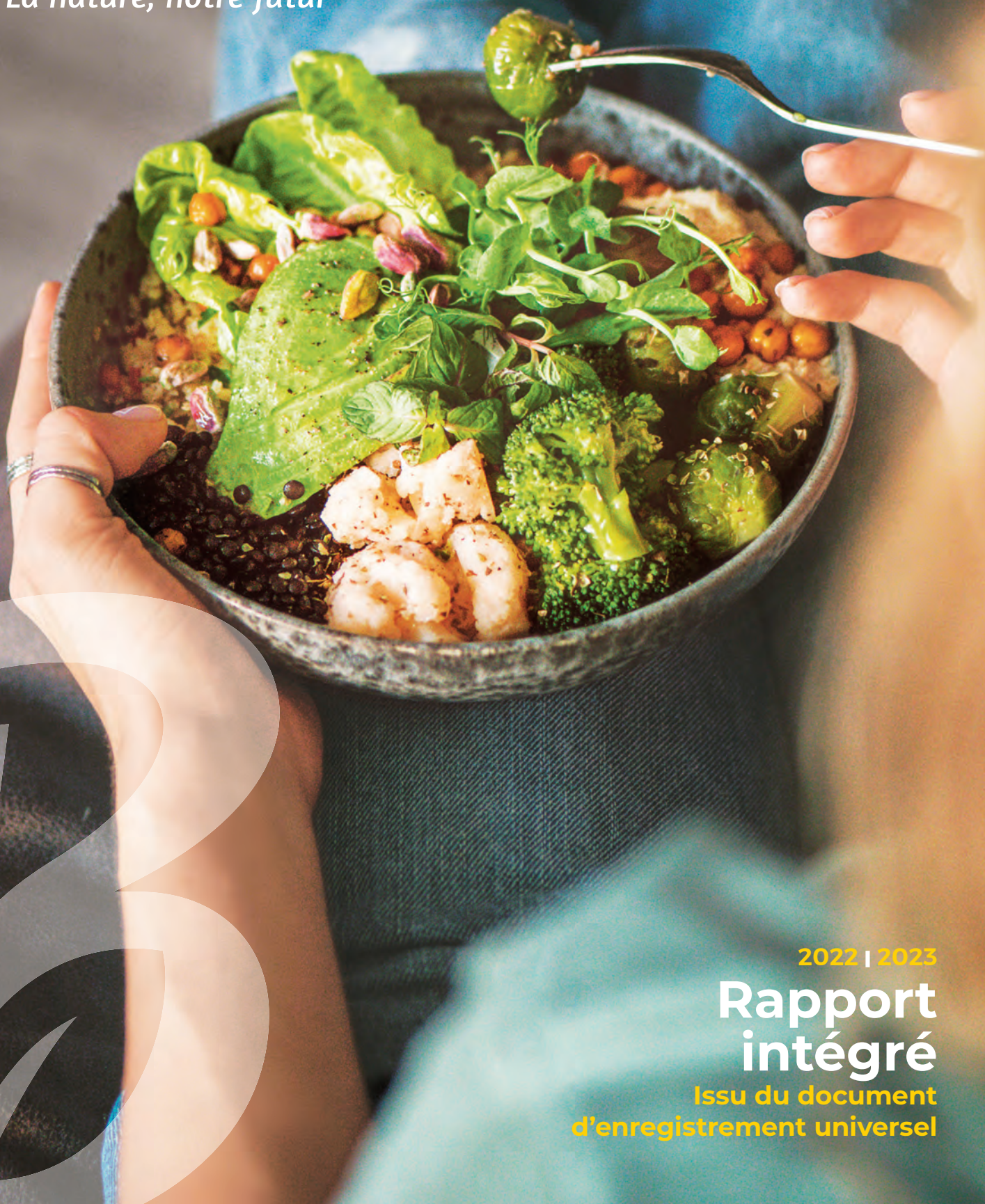




2022 | 2023

Rapport intégré

Issu du document
d'enregistrement universel



Rapport intégré

1.1	Profil	2
1.1.1	La nature, notre futur	2
1.1.2	Une entreprise qui évolue en restant fidèle à ses racines	2
1.1.3	Indicateurs financiers et extra-financiers	3
1.2	Entretien avec Xavier Unkovic	4
1.3	L'année 2022-2023	5
1.3.1	L'année vue par des membres du Comex	5
1.3.2	Chiffres clés des <i>business units</i>	7
1.3.3	Répartition du chiffre d'affaires 2022-2023	8
1.4	Stratégie pour devenir une entreprise alliant performance financière et impact positif	9
1.4.1	Stratégie	9
1.4.2	Modèle de création de valeur	10
1.5	Enjeux et matérialité	12
1.5.1	Les enjeux environnementaux	12
1.5.2	Les enjeux alimentaires	14
1.5.3	Les enjeux humains	15



POUR EN SAVOIR PLUS
RENDEZ-VOUS SUR [BONDUELLE.COM](https://www.bonduelle.com)

1.1 Profil

1.1.1 La nature, notre futur

Nous voulons favoriser la transition vers l'alimentation végétale, pour contribuer au bien-être de l'Homme et à la préservation de la planète. Nous sommes une entreprise familiale française de 11 038 salariés en équivalent temps plein et nous innovons avec nos agriculteurs partenaires depuis 1853. Nos produits prêts à l'emploi sont cultivés sur 68 316 hectares et commercialisés dans près de 100 pays, pour un chiffre d'affaires de 2 406,2 millions d'euros.

Nos 4 marques emblématiques sont :



1.1.2 Une entreprise qui évolue en restant fidèle à ses racines

- Un groupe familial, pionnier du végétal, qui fête ses **170 ans**
- Une raison d'être d'une grande modernité et à fort impact : **Favoriser la transition vers l'alimentation végétale, pour contribuer au bien-être de l'Homme et à la préservation de la planète**
- Des marques iconiques, qui **innovent**
- Des liens forts avec la production agricole et une solide **expertise agro-industrielle**
- Une **présence multi-locale** :
 - 32 sites agro-industriels en Europe ;
 - 6 sites agro-industriels en Eurasie et Mercosur ;
 - 4 sites agro-industriels aux Etats-Unis.



1.1.3 Indicateurs financiers et extra-financiers

	Au 30/06/2022 ⁽¹⁴⁾	Au 30/06/2023
Chiffre d'affaires (<i>en millions d'euros</i>)	2 203	2 406
Progression	N/A	9,2 %
Résultat opérationnel courant (<i>en millions d'euros</i>)	53	66
Résultat net (<i>en millions d'euros</i>)	35	15
REBITDA (<i>en millions d'euros</i>) ⁽¹⁾	118	125
Levier d'endettement ⁽²⁾	2,28 x	2,84 x
Investissements industriels (<i>en millions d'euros</i>) ⁽³⁾	102	76
ROCE ⁽⁴⁾	4,6 %	5,2 %
The B! Pact		
Food		
100 % des produits évalués Nutri-Score A ou B d'ici 2025 ^{(5) (6) (7)}	92 %	98,2 %
100 % des produits sans additifs controversés d'ici 2030 ^{(6) (7)}	N/A	82,2 %
>15 % du chiffre d'affaires réalisé grâce aux innovations ⁽⁷⁾	13,7 %	9,7 %
20 % du chiffre d'affaires réalisé grâce aux solutions de plats complets riches en végétaux ⁽⁸⁾ d'ici 2030	14,7 %	19,3 %
Planet		
80 % des agriculteurs engagés dans l'agriculture régénératrice d'ici 2030	N/A	46,1 %
100 % des surfaces cultivées avec un plan de protection des pollinisateurs d'ici 2030	7,7 %	44,1 %
100 % de nos d'emballages conçus pour être recyclables ou réutilisables d'ici 2025 ^{(7) (9)}	97,7 %	97,8 %
0 plastique vierge d'origine fossile utilisé dans les emballages d'ici 2030 (- 100 % vs FY20 en volume) ⁽⁷⁾	(37,7) %	(37,1) %
- 38 % d'émissions de gaz à effet de serre (GES) des scopes 1 et 2 d'ici 2035 (absolu) ⁽¹⁰⁾	(1,4) %	(12,7) %
- 30 % d'émissions de gaz à effet de serre (GES) du scope 3 d'ici 2035 (intensité) ⁽¹¹⁾	(5,9) %	(7,7) %
People		
> 75 % de taux d'engagement des collaborateurs (et au-delà de notre <i>benchmark</i> externe ⁽¹²⁾)	70 %	71 %
> 90 % des contrats des agriculteurs renouvelés chaque année	91,9 %	88,4 %
100 % des collaborateurs permanents couverts par une assurance décès	96,4 %	99,7 %
100 % des sites impliqués dans les initiatives locales d'ici 2025 ⁽¹³⁾	78 %	71 %

(1) REBITDA (*Recurring Earnings before Interest, Taxes, Depreciation, and Amortization*). Cet indicateur représente la rentabilité récurrente générée par l'activité, indépendamment des conditions de financement, des prélèvements fiscaux et de l'amortissement de l'outil d'exploitation - Hors IFRS 16.

(2) Levier d'endettement : dette financière nette/REBITDA - Hors IFRS 16.

(3) Voir partie 5 Comptes consolidés, note 10.3 Immobilisations corporelles.

(4) Résultat opérationnel courant avant impôts/Capitaux employés - Hors IFRS 16.

(5) Le Nutri-Score informe le consommateur sur la qualité nutritionnelle du produit selon une échelle de 5 couleurs et de 5 lettres.

(6) En volume.

(7) Sur nos produits à marques.

(8) Riche en végétaux : qualifie un produit majoritairement composé d'ingrédients d'origine végétale. Dans tous les cas, la quantité d'ingrédients d'origine animale doit être significativement inférieure à la référence du marché local pour un usage similaire.

(9) Un emballage ou un composant d'emballage est recyclable si sa collecte post-consommation, son tri, et son recyclage sont effectifs à grande échelle. Un emballage peut être considéré comme recyclable si ses principaux composants (plus de 95 % de la totalité du poids de l'emballage) sont recyclables selon la définition ci-dessus, et si le reste des composants n'entrave pas la recyclabilité des composants principaux. Un emballage est réutilisable s'il a été conçu pour accomplir - ou prouve sa capacité à accomplir - un nombre minimum de rotations dans un système pour réutilisation (par exemple, des bouteilles en verre consignées).

(10) Objectif validé par la Science Based Target initiative (SBTi), n'incluant pas les émissions liées aux consommateurs.

Scope 1 : Émissions directes générées par Bonduelle.

Scope 2 : Émissions indirectes liées à l'achat d'électricité et de vapeur.

(11) Objectif validé par la Science Based Target initiative (SBTi).

Scope 3 : Émissions indirectes liées à la consommation des produits Bonduelle, à la fin de vie des produits ou celles liées aux achats de produits et services ou aux déplacements des salariés.

(12) Le benchmark externe du taux d'engagement est fourni par notre partenaire externe, Opensquare. Il est construit à partir d'enquêtes globales d'échantillons nationaux représentatifs de grandes entreprises privées, et de données pondérées des clients d'Opensquare en fonction de la répartition géographique de Bonduelle.

(13) En 2022-2023, et de manière rétroactive sur 2021-2022, les sites de moins de 10 personnes ne sont plus inclus dans le périmètre.

(14) Le 30 juin 2022, Bonduelle a annoncé l'ouverture du capital à hauteur de 65 % de la *business unit* Bonduelle Americas Long Life (BALL). Les indicateurs 2021-2022 de ce tableau ne présentent pas les données de la *business unit* BALL, contrairement aux indicateurs du chapitre 2 qui incluent également les données de la *business unit* BALL, pour des raisons de comparabilité des données liées aux exigences de déclaration de performance extra-financière.

1.2 Entretien avec Xavier Unkovic

Directeur général du Groupe Bonduelle depuis le 1^{er} juin 2023



Quelle est votre mission en tant que Directeur général du groupe ?

Bonduelle vient de fêter son 170^e anniversaire. C'est un exemple rare de pérennité, de résilience et d'entrepreneuriat qui force l'admiration et le respect. Tout cela au service d'une raison d'être qui résonne parfaitement avec les enjeux de notre société. En tant que Directeur général, il me revient de construire le prochain chapitre du

développement du groupe avec le Comité Exécutif et l'ensemble des collaborateurs dans le monde, en lien étroit avec le Conseil d'Administration et son Président Christophe Bonduelle.

Quels en sont les défis ?

Nourrir une population croissante tout en réduisant notre empreinte écologique est un défi majeur pour l'ensemble des entreprises de l'agroalimentaire. Si les systèmes alimentaires sont responsables d'un tiers des émissions de gaz à effet de serre, ils sont également un levier efficace et massif de

préservation de la biodiversité et de mitigation du changement climatique. Chez Bonduelle, nous sommes convaincus que l'alimentation végétale est une solution pour préserver la santé des Hommes comme celle des écosystèmes naturels. Dans un monde où la consommation mondiale de fruits et légumes devra doubler d'ici 2050 ⁽¹⁾, avec mon équipe, notre rôle sera de guider l'entreprise pour proposer au plus grand nombre des solutions végétales pleines de saveur et produites durablement. Cela implique des transformations à moyen et long terme que Bonduelle a déjà amorcées.

Quel rôle peut jouer Bonduelle dans ce contexte ?

Bonduelle bénéficie d'une présence internationale qui lui permet d'avoir un impact sur un périmètre géographique étendu, tant en amont qu'en aval de sa chaîne de valeur. En travaillant avec des agriculteurs de différents continents, le groupe, fort de son lien historique avec l'amont agricole, participe activement à encourager l'adoption de méthodes d'agriculture régénératrice. Avec ses marques emblématiques dont la marque éponyme Bonduelle, présente dans plusieurs catégories, frais, surgelé, ambiant, le Groupe Bonduelle est un acteur majeur de l'alimentation végétale. Il contribue ainsi à accompagner les consommateurs dans l'évolution de leurs habitudes alimentaires, avec une offre végétale saine, savoureuse et innovante. Enfin, nos talents engagés, que j'ai eu le plaisir de rencontrer ces derniers mois, sont notre meilleur atout pour la réussite de notre mission d'entreprise.



De gauche à droite : **Andrea Montagna**, Directeur général Bonduelle Fresh Americas ; **Patrick Lesueur**, Directeur Bonduelle Prospective et Développement ; **Ekaterina Eliseeva**, Directrice générale Bonduelle EurAsia Mercosur ; **Xavier Unkovic**, Directeur général Groupe Bonduelle ; **Cyrille Auguste**, Directeur général Bonduelle Europe Long Life ; **Marine Henin**, Directrice ressources humaines ; **Grégory Sanson**, Directeur finance, transformation digitale et développement géographique ; **Daniel Pagniez**, Directeur général Bonduelle Fresh Europe ; **Céline Barral**, Directrice responsabilité sociétale d'entreprise (RSE) et communication corporate

(1) https://eatforum.org/content/uploads/2019/07/EAT-Lancet_Commission_Summary_Report_French.pdf

1.3 L'année 2022-2023

1.3.1 L'année vue par des membres du Comex

Grégory Sanson, Directeur finance, transformation digitale et développement géographique

« L'exercice 2022-2023 a été marqué par une consommation en berne, une forte inflation des coûts de revient de nos productions et des tensions géopolitiques dans certaines régions. Dans ce contexte particulièrement exigeant et volatil, le Groupe Bonduelle enregistre cependant une progression de son activité et de sa rentabilité, avec un chiffre d'affaires à 2,4 milliards d'euros (+ 9,2 % en données publiées) et une marge opérationnelle courante à 2,7 % (+ 24,8 % en données publiées), en progression et supérieure à l'objectif annoncé. Notre situation financière reste, quant à elle, solide.

Si ces résultats bénéficient largement de notre stratégie de diversification de nos métiers, zones de production et

de commercialisation, et canaux de distribution, ainsi que d'initiatives de compétitivité et de la maîtrise de nos coûts de structure, la poursuite de notre raison d'être - favoriser la transition vers l'alimentation végétale - requière une amélioration plus significative encore de notre performance financière.

En 2023-2024, si notre priorité reste le redressement de notre activité frais élaboré en Amérique du Nord, notre capacité à innover et à proposer une large gamme de produits *via* des marques fortes et accessibles sera, elle, un atout clé dans un contexte de consommation toujours déprimé, nous permettant ainsi, à nouveau, d'afficher une progression de notre chiffre d'affaires et de notre rentabilité opérationnelle courante. »

Marine Henin, Directrice ressources humaines

« Pour avoir un impact réel sur le bien-être de nos collaborateurs, nous agissons dès l'embauche en assurant une véritable égalité d'accès à l'emploi. Forts de premiers succès aux États-Unis, nous voulons proposer sur l'ensemble de nos sites d'ici 2030 des solutions de recrutement inclusif. Nous inventons aussi de nouvelles façons de travailler avec notre modèle de leadership B.COME et DEAL, pour plus de responsabilité et de collaboration. Les initiatives sont nombreuses pour incarner

cette nouvelle culture au quotidien : organisation d'une journée "Motivés par la Mission" auprès de 300 collaborateurs, formation à B.COME des collaborateurs de Villeneuve d'Ascq (France). Nous avons aussi revu notre cycle de gestion des talents pour faire du « comment » un élément essentiel de la performance. Avec un taux d'engagement de nos collaborateurs à 71 %, les résultats sont déjà probants et supérieurs à nos objectifs. Une preuve tangible de la réussite de nos actions. »

Patrick Lesueur, Directeur Bonduelle Prospective et Développement

« Engagée à contribuer à la neutralité carbone en 2050, l'entreprise s'appuie sur un pilotage solide avec des objectifs intermédiaires à échéance 2035 validés par la SBTi ⁽¹⁾. Cette approche est déclinée dans nos usines grâce à un nouveau système de management environnemental et des objectifs associés. Nos sites disposent maintenant d'un outil pour mettre en place des mesures ciblées d'optimisation des consommations en énergie. L'atteinte de nos objectifs nécessite aussi une transition du système de production alimentaire. Nous œuvrons à généraliser l'agriculture régénératrice, qui préserve mieux les ressources, les sols et la biodiversité, tout en contribuant au stockage du carbone. Déjà 46 % des agriculteurs partenaires du groupe sont engagés dans cette démarche. Nous avons notamment défini un référentiel commun avec nos partenaires et lancé une première expérimentation. Cette approche inclusive est essentielle pour mettre en mouvement nos parties prenantes, en interne comme en externe, dans une démarche durable et pleine de sens. »



Chaudière biomasse valorisant les déchets en bois d'une exploitation forestière locale et qui alimente en vapeur l'usine Bonduelle d'Estrées-Mons (France).

(1) Science Based Target Initiative est une initiative collective visant à accompagner les entreprises dans la définition de trajectoires de décarbonation compatibles avec un réchauffement bien en dessous de 2 °C, voire de 1,5 °C.

Céline Barral, Directrice RSE et communication corporate

« La feuille de route de l'impact positif de Bonduelle, définie dans notre B! Pact est plus que jamais en action : cette année, deux de nos entités, Bonduelle Italia et Bonduelle Fresh Americas ont été certifiées B Corp™. Elles ouvrent ainsi la voie vers notre objectif de certification totale du groupe en 2025. 2022-2023 a été également l'année d'une nouvelle analyse de matérialité, réalisée auprès de plus de 570 personnes sur toutes nos géographies. Les résultats confirment la pertinence de nos

engagements B! Pact, nous guident sur des routes de progrès et révèlent des sensibilités locales parfois différentes. L'agenda carbone progresse également, guidé par notre trajectoire SBTi validée l'année dernière et avec un levier puissant : faire évoluer les habitudes alimentaires de tous vers une alimentation plus végétale pour prendre soin de la santé des Hommes et de celle de la planète »

Daniel Pagniez, Directeur général Bonduelle Fresh Europe (BFE)

« Bonduelle poursuit ses innovations avec de nouveaux produits traiteurs. Le lancement de quatre références de plats complets traiteurs riches en végétal, avec des recettes à consommer chaudes ou froides, en barquettes carton recyclables a été un franc succès et confirme notre capacité à trouver de nouveaux relais de croissance. Nous maintenons ainsi notre cap dans un exercice difficile marqué par des manques de matières premières en salades et surtout une inflation inédite en Europe. Dans ce contexte, notre priorité a été de préserver notre chaîne de valeur, en particulier les agriculteurs partenaires du groupe, en protégeant leur rentabilité par des hausses de prix. Cette démarche de responsabilité nous anime au quotidien. Nous sommes aussi très fiers de la certification B Corp de Bonduelle Italia. Un beau succès

qui couronne l'engagement des équipes et une étape décisive vers la concrétisation de notre ambition de devenir une entreprise à impact positif sur toutes nos géographies d'ici à 2025. »



Innovation : des plats complets traiteurs riches en végétal, avec des recettes à consommer chaudes ou froides.

Cyrille Auguste, Directeur général Bonduelle Europe Long Life (BELL)

« Après deux années marquées par la crise sanitaire et ses conséquences sur les marchés et sur le comportement des consommateurs européens, cette année 2022-2023 est associée au retour de l'inflation et à une récolte 2022 décevante en raison d'un été particulièrement chaud et sec dans la plupart des bassins de production de notre *business unit*. Tandis qu'au premier semestre, les marchés de légumes en conserve et surgelé retrouvaient leurs niveaux de 2019 avant COVID-19, au

second semestre les hausses de prix constatées sur ces marchés ont progressivement pénalisé le dynamique volume de ces catégories. Dans ce contexte, l'inflation des intrants agricoles et industriels a nécessité des augmentations de prix. Pour autant, notre *business unit*, a maintenu ses parts de marché en volume en Europe grâce à ses deux marques fortes : Bonduelle et Cassegrain. »

Andrea Montagna, Directeur général Bonduelle Fresh Americas (BFA)

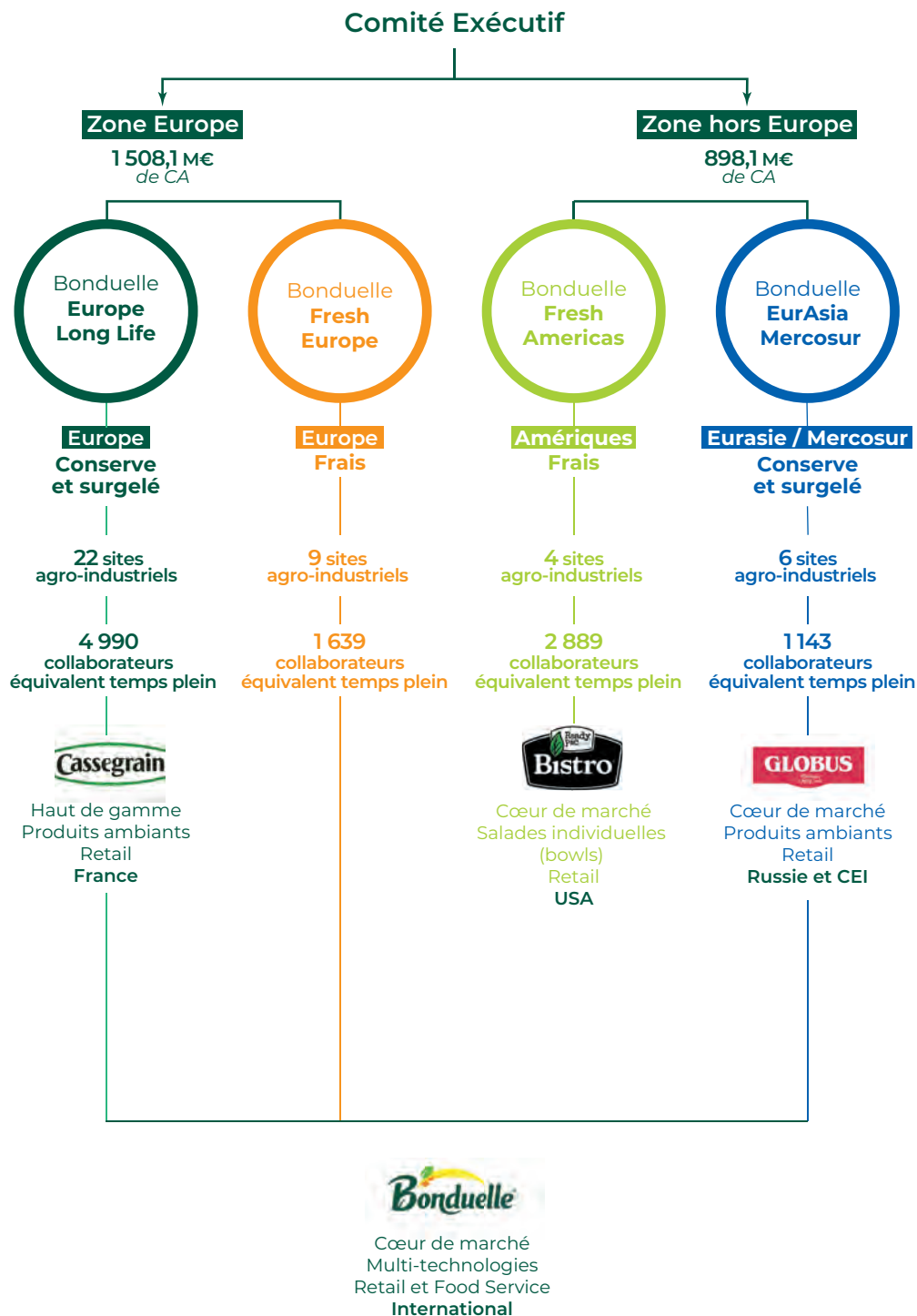
« En 2022, Bonduelle Fresh Americas est devenue la première *business unit* du groupe à annoncer sa certification B Corp. Cette réalisation nous a donné un avantage concurrentiel clair et quantifiable qui correspond à nos valeurs. Bien que la situation du marché américain ait été difficile, avec des volumes en baisse en raison des pressions inflationnistes et une grave crise agricole ayant un impact sur la disponibilité et les coûts des produits à l'automne 2022, BFA a réussi à améliorer ses performances financières. Ces améliorations sont le résultat de la réorganisation de nos installations de production dans le New Jersey et du maintien de l'attention portée à l'efficacité des coûts dans l'ensemble de l'entreprise. En 2023, BFA a lancé des produits innovants qui répondent aux préférences des consommateurs en matière de saveur, de fraîcheur et de

praticité, notamment une nouvelle gamme de *Salad Kits* en mai, de nouvelles saveurs de *Salad Bowl* en juillet et de nouveaux kits de repas en septembre. »



Innovations : une nouvelle gamme Salad Kits, des kits de repas et de nouvelles saveurs de Salad Bowl.

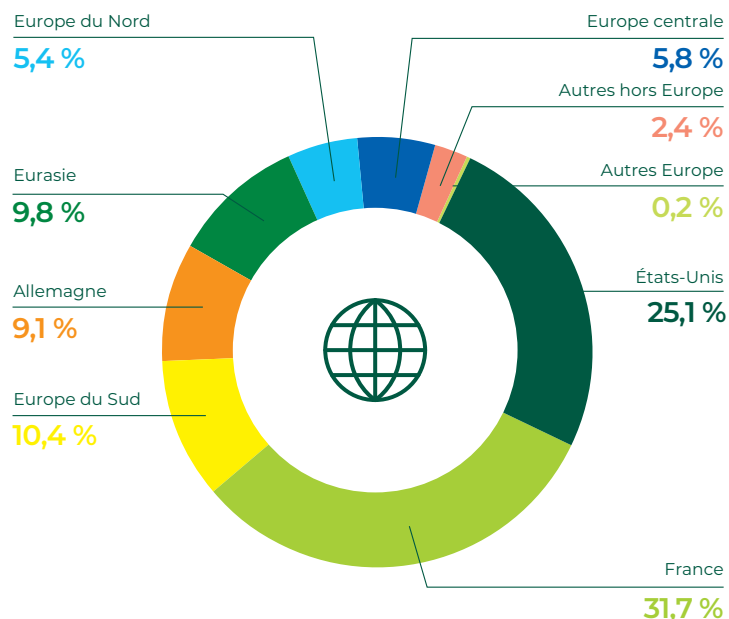
1.3.2 Chiffres clés des *business units*



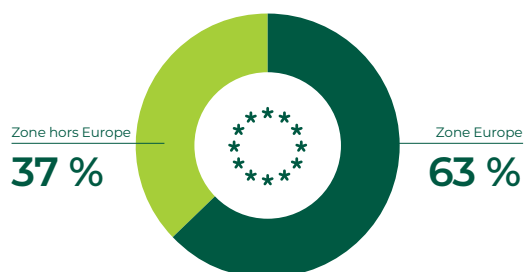
Les activités de développement géographique comprennent un site de production. Le site champignons sylvestres de Herm (France) est piloté directement par le groupe.

1.3.3 Répartition du chiffre d'affaires 2022-2023

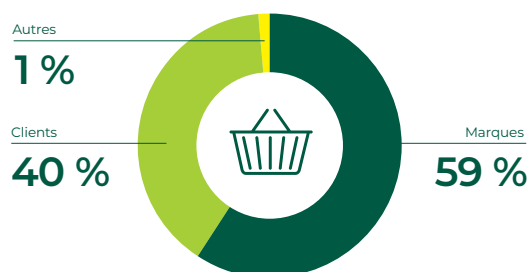
Par zone géographique



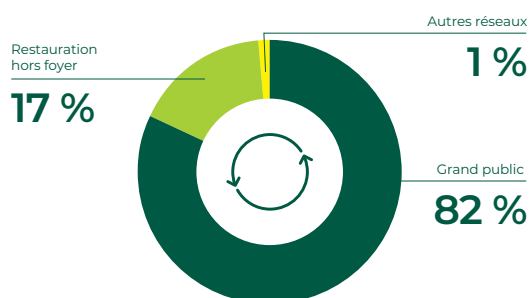
Par zone Europe et zone hors Europe



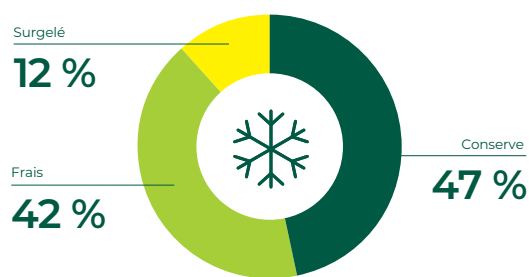
Par marque



Par circuit de distribution



Par technologie



1.4 Stratégie pour devenir une entreprise alliant performance financière et impact positif

1.4.1 Stratégie

Vision : L'alimentation végétale est le socle fondamental d'une planète préservée et de personnes en bonne santé

Le bien-être humain est intrinsèquement lié à la santé de notre planète : notre dépendance à la nature ne se réduit pas à la seule production de denrées alimentaires. Les écosystèmes naturels fournissent d'autres services essentiels à notre survie et à nos activités économiques. Ils aident à réguler le climat, la qualité de l'air, facilitent l'absorption et le recyclage des déchets et émissions de polluants, luttent contre la propagation des maladies et parasites, etc. Or, l'artificialisation et l'appauvrissement des sols, la déforestation, la pollution des mers et des fleuves, le dérèglement du climat, l'érosion de la biodiversité, l'usage massif de pesticides, etc., mettent en péril la nature et sa capacité à nous fournir ces services essentiels.

Nourrir l'Homme durablement est un challenge : l'alimentation est l'un des enjeux majeurs de notre siècle. Il faut parvenir à répondre aux besoins d'une population en croissance, tout en limitant l'empreinte écologique humaine, intimement liée à son alimentation. En effet, les systèmes alimentaires de l'amont à l'aval représentent un tiers des émissions de GES produites. Sur le plan de la santé, les deux principaux facteurs de risques qui réduisent l'espérance de vie sont la malnutrition et les risques alimentaires.

L'alimentation végétale est la solution : les risques énoncés précédemment démontrent une nécessité de redonner au végétal une part prépondérante dans nos assiettes. Selon nous, l'heure est à la révolution végétale pour le bien-vivre des générations actuelles et futures et celui des écosystèmes.

Raison d'être : Favoriser la transition vers l'alimentation végétale, pour contribuer au bien-être de l'Homme et à la préservation de la planète

Notre raison d'être est indissociable de notre projet économique, car sans pérennité économique, il n'y a pas d'impact positif, et inversement, il n'y a pas de projet économique sans contribution aux enjeux de durabilité. C'est une double ambition très forte dont nous savons qu'elle sera créatrice de valeur pour tout notre écosystème.

Projet collectif d'entreprise : INSPIRE

Enraciné dans nos **valeurs**, notre projet d'entreprise INSPIRE a pour boussole notre **raison d'être** ; il définit nos **priorités stratégiques** et promeut un **modèle de leadership** qui permet de les mettre en œuvre. Un grand programme de transformation accompagne la mise en place du projet d'entreprise : le chemin vers la certification B Corp.

Cinq priorités stratégiques

INSPIRE définit cinq priorités stratégiques fondées sur deux objectifs essentiels et indissociables ; une croissance durable et un impact positif renforcé :

- **ALIMENTATION** – Nous créons des expériences flexitariennes de grande qualité et avons un impact durable sur les habitudes alimentaires ;
- **PLANÈTE** – Nous transformons notre système de production alimentaire, du champ à la fourchette, en un modèle résilient qui contribue à la neutralité carbone ;
- **HOMMES** – Nous construisons des parcours qui ont du sens, développants et inclusifs, pour nos collaborateurs Bonduelle et nos partenaires ;
- **CROISSANCE** – Nous créons de la valeur avec nos marques et nos capacités de production pour exploiter les opportunités de développement de l'alimentation végétale dans nos différents réseaux de distribution ;
- **EFFICACITÉ ET RENTABILITÉ** – Nous améliorons l'efficacité, la rentabilité et l'utilisation du capital.

1.4.2 Modèle de création de valeur

Notre volonté est de tendre vers un modèle d'affaires résilient, porteur d'impact positif et qui maximise la valeur créée pour toutes nos parties prenantes. La certification B Corp, sur le chemin de laquelle nous sommes engagés depuis 5 ans, viendra apporter un regard extérieur sur nos progrès.

RESSOURCES

Alimentation

Quatre marques emblématiques : Bonduelle, Cassegrain, Globus, Ready Pac Bistro®.

Planète

Le climat, l'eau et les sols sur **68 316** hectares cultivés dans le monde.

Hommes

Collaborateurs

11 038 salariés équivalent temps plein.

Agriculteurs

250 collaborateurs agronomie travaillent étroitement avec nos **2 030** agriculteurs partenaires.

Communautés locales et sphère sociétale

- La qualité des relations locales dans nos territoires d'implantation agro-industrielle est indispensable à la pérennité de notre activité.
- Présence internationale de la Fondation Louis Bonduelle.

Croissance durable

3 circuits de distribution dans plus de **100** pays : grande distribution, restauration hors foyer et vente à industries.

3 technologies de préservation du végétal : la conserve, le frais et le surgelé.

42 sites agro-industriels.

Efficacité rentabilité

Un capital financier indépendant et ouvert à la croissance. **789** millions d'euros de capitaux propres (Hors IFRS16).

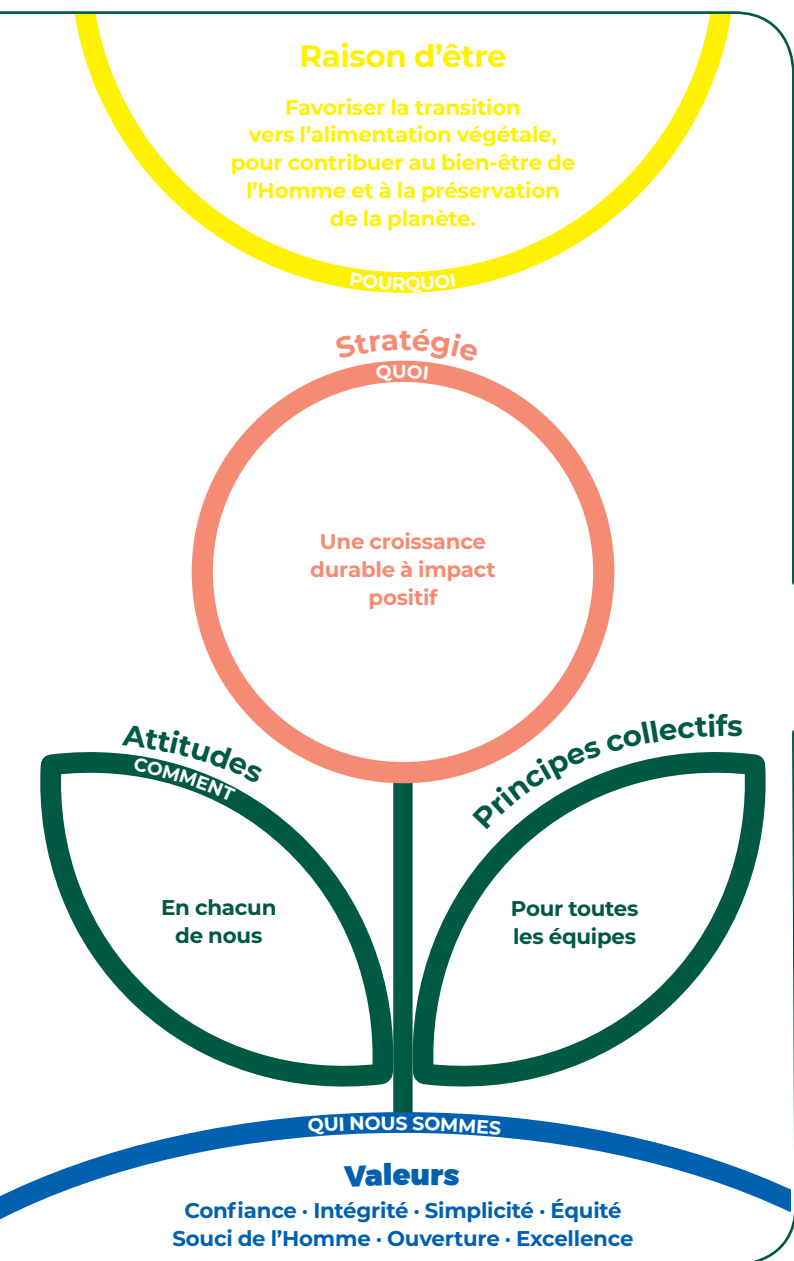
INSPIRE, notre projet collectif d'entreprise

Nos 5 priorités stratégiques :

L'efficacité et la rentabilité pour la **croissance durable**, et notre démarche d'impact positif The B! Pact pour **l'alimentation, la planète, et les Hommes.**

Notre modèle de leadership :

Nos attitudes et principes collectifs, pour être tous acteurs de l'évolution vers une entreprise à impact positif.



VALEUR CRÉÉE ET PARTAGÉE

Alimentation

98,2 % des produits sont évalués Nutri-Score A ou B
19,3 % du chiffre d'affaires est réalisé grâce aux solutions de plats complets riches en végétaux

Planète

46,1 % des agriculteurs partenaires engagés dans une démarche d'agriculture régénératrice
44,1 % des surfaces sont cultivées avec un plan de protection des pollinisateurs
97,8 % de nos emballages sont conçus pour être recyclables ou réutilisables
37,1 % de réduction du plastique vierge d'origine fossile utilisé dans nos emballages, par rapport à 2020
12,7 % de réduction des émissions de GES des scopes 1 et 2 (VS 2020 en absolu)
7,7 % de réduction des émissions de GES du scope 3 (VS 2020 en intensité)

Hommes

Collaborateurs

71 % de taux d'engagement des collaborateurs
99,7 % des collaborateurs permanents sont couverts par une assurance décès

Agriculteurs

88,4 % des contrats des agriculteurs sont renouvelés

Communautés locales et sphère sociétale

Emplois saisonniers sur nos territoires
71 % des sites sont impliqués dans les initiatives locales

Croissance durable

9,7 % du chiffre d'affaires est réalisé grâce aux innovations
76 millions d'euros dédiés aux investissements industriels (Hors IFRS16)

Efficacité rentabilité

2 406 millions d'euros de chiffre d'affaires
15 millions d'euros de résultat net
5,2 % de ROCCE (Hors IFRS16)

1.5 Enjeux et matérialité

Par ses activités et son implantation internationale, le Groupe Bonduelle est en lien avec un écosystème riche. Il entretient avec ses parties prenantes un dialogue continu afin de comprendre et intégrer leurs attentes dans ses orientations stratégiques, ses opérations et ses engagements. Dans le cadre de ce dialogue, Bonduelle a mené en 2022-2023 une analyse de matérialité de grande ampleur. Plus de 570 personnes (clients, partenaires, représentants d'Organisations non gouvernementales (ONG), etc.) en France et à l'international y ont participé. Elles ont évalué les impacts du groupe sur la société et l'environnement, ainsi que les impacts des enjeux sociétaux et environnementaux sur Bonduelle.

Les résultats confirment la pertinence des engagements de B! Pact. Dans des sociétés de plus en plus sensibles et exigeantes sur le respect de l'environnement et des ressources, les enjeux environnementaux arrivent naturellement en tête. Sans surprise

également compte tenu des activités du groupe, les sujets liés à l'alimentation de qualité et la transition alimentaire sont eux aussi prégnants. Enfin, portés par un contexte économique difficile et en cohérence avec des demandes sociétales pour plus de justice sociale, les enjeux liés à l'accès à l'alimentation et au partage de la valeur avec les agriculteurs progressent.

Outil précieux pour affiner la démarche du groupe et sa connaissance de ses marchés, l'analyse de matérialité ancre Bonduelle dans un cadre plus global, en prise avec les transformations du monde. Les sous-parties suivantes présentent les principaux enjeux matériels du Groupe Bonduelle. Ils sont introduits par les objectifs de développement durable des Nations Unies, représentés sous forme de pictogrammes. Pour plus de détails sur la méthodologie, les résultats et les actions mises en œuvre par le groupe, voir en page 31.

1.5.1 Les enjeux environnementaux

Le contexte



- 24 milliards de tonnes de sols fertiles sont perdues chaque année ⁽¹⁾.



- Se nourrir dans ce contexte de changement climatique global, rend la transition agroécologique incontournable.

Nos enjeux matériels et nos atouts

Agriculture régénératrice

Face aux enjeux environnementaux, l'accélération de la transition agroécologique est indispensable. Le Groupe Bonduelle s'engage avec ses agriculteurs partenaires par la promotion et le déploiement de l'agriculture régénératrice, qui valorise les écosystèmes, contribuant ainsi à produire une nourriture diversifiée et de qualité, à préserver les ressources et à lutter

contre le changement climatique. Dès 2021, le groupe a établi avec un ensemble de parties prenantes, agro-industriels et ONG, une définition de l'agriculture régénératrice afin d'accélérer la transition des pratiques. Le groupe vise ainsi à engager 80 % de ses agriculteurs partenaires dans l'agriculture régénératrice d'ici 2030. En 2022-2023, déjà 46 % sont engagés dans cette démarche.

Une définition partagée de l'agriculture régénératrice

L'agriculture régénératrice favorise des écosystèmes sains en mettant en place les principes agronomiques suivants : maintien et augmentation de la matière organique dans les sols, minimisation des perturbations du sol, maintien d'une couverture végétale pour limiter l'érosion, maximisation de la diversité des cultures et des écosystèmes, utilisation parcimonieuse des ressources et des intrants.



(1) Source <https://www.earthworm.org/fr/our-work/areas-of-work/living-soils>



Adaptation au changement climatique

Le dérèglement climatique a des conséquences sur la production agricole. Les entreprises du secteur doivent ainsi s'y adapter en essayant d'en atténuer les effets, afin de rester en capacité de produire une alimentation saine et accessible au plus grand nombre. Pour Bonduelle, cela signifie évaluer et renforcer sa résilience aux impacts et aux risques associés au changement climatique tout au long de la chaîne de valeur et contribuer à la capacité des sociétés et des économies à y résister. En 2022-2023, une première analyse a été menée pour identifier les effets du changement climatique sur les principales activités du groupe. Ce travail sera élargi à l'ensemble de la chaîne de valeur. Des mesures d'adaptation sont déjà mises en œuvre dans le cadre de la « feuille de route Agro » : développement de l'agriculture régénératrice, adaptation des variétés et des espèces cultivées, etc.

Atténuation du changement climatique

Si le changement climatique est une réalité, il est essentiel de limiter son ampleur. Bonduelle vise ainsi à réduire les émissions de gaz à effet de serre (GES) tout au long de ses opérations et de sa chaîne de valeur. Le groupe a ainsi initié une stratégie climat afin de contribuer à la neutralité carbone d'ici à 2050 et poursuit ses objectifs intermédiaires à échéance 2035 validés par la SBTi.

Consommation d'énergie et énergies renouvelables

La réduction de l'utilisation et de l'intensité de l'énergie, l'amélioration de l'efficacité énergétique et l'accroissement de l'utilisation des énergies renouvelables dans l'ensemble des opérations et de la chaîne d'approvisionnement sont des leviers importants de réduction des GES. Bonduelle associe l'ensemble de ses sites, en particulier industriels, dans cet effort notamment en investissant dans des équipements moins énergivores. Le groupe favorise également le recours aux énergies « vertes » via l'exploitation en propre d'installations d'énergie renouvelable ou des contrats d'achat direct de long terme d'énergie décarbonée. En 2022-2023, les énergies alternatives (photovoltaïque, biogaz, biomasse et vapeur issue de la biomasse) représentent 12,8 % du mix énergétique de Bonduelle.

Préservation des ressources en eau

La préservation des ressources en eau est un enjeu croissant. Pour Bonduelle, il s'agit de réduire la consommation d'eau dans les processus agricoles et industriels et d'éviter les rejets d'eaux polluées, par exemple, en réduisant l'utilisation d'engrais et de pesticides synthétiques. Le groupe a choisi une approche par *business unit* : chacune fixe son objectif de réduction et sa feuille de route, au regard de l'objectif global sur le périmètre industrie (- 30 % d'ici 2035).

Économie circulaire et emballages



L'économie des ressources doit être pensée sur l'ensemble du cycle de vie des produits. L'enjeu pour Bonduelle est de réduire au minimum l'emballage des produits (papier ou plastique), d'augmenter le contenu recyclé et la recyclabilité des emballages (utilisation d'emballages durables biodégradables/bio-sourcés, recyclables) tout en explorant des modèles d'entreprise circulaires. Le groupe travaille ainsi à optimiser ses emballages en limitant également le plastique vierge d'origine fossile qu'il vise à supprimer d'ici à 2030. Il vérifie également l'existence des filières de recyclage dans les pays, avant de mettre en vente un produit avec un nouveau matériau d'emballage. En 2022-2023, 97,8 % des emballages des produits à marques sont recyclables ou réutilisables.

Pour plus de précisions, voir notre matrice de matérialité en page 35.

1.5.2 Les enjeux alimentaires

Le contexte



- Le monde n'est pas sur la bonne voie pour atteindre la Faim Zéro d'ici à 2030. En effet, si les tendances récentes se poursuivent, le nombre de personnes touchées par la faim dépasserait 840 millions d'ici à 2030.



- Avec 9 milliards de personnes en 2050, près de trois planètes seraient nécessaires à maintenir les modes de vie actuels.



- Plus de 5 millions d'enfants meurent avant leur 5^e anniversaire chaque année.

Nos enjeux matériels et atouts

Sécurité et qualité des produits



Offrir des produits sûrs et de haute qualité qui préviennent les risques sanitaires liés à l'utilisation, la consommation, la manipulation, la préparation et au stockage tout au long de la chaîne de valeur est une priorité pour Bonduelle. Le groupe assure le contrôle qualité et la traçabilité de ses produits en permanence. Ces pratiques permettent une réaction rapide en cas de détection de problème. Au total, des dizaines de contrôles sont effectuées, depuis la récolte jusqu'au stockage. 100 % des sites de production Bonduelle possèdent au moins une certification garantissant la qualité des produits.

Accès et prix abordable de l'alimentation

La population mondiale progresse et, dans le même temps, les ressources naturelles et terres cultivables subissent les effets de la perte en biodiversité et du changement climatique. Des tensions peuvent ainsi apparaître sur la production et les marchés agroalimentaires. L'enjeu pour Bonduelle est de contribuer à la disponibilité et à l'accès abordable à une alimentation suffisante, sûre et nutritive.

Proposer des produits sains, d'origine végétale et présentant des avantages nutritionnels



Selon le programme des Nations Unies pour l'environnement, le régime flexitarien permettrait de nourrir 10 milliards de personnes et de sauver chaque année 11 millions de vies s'il était adopté à l'échelle mondiale ⁽¹⁾. Il répond aussi à la demande des consommateurs à la recherche de solutions concrètes et inspirantes pour manger de façon « plus responsable et plus saine ». Pour Bonduelle, cela signifie de veiller à ce que le portefeuille de produits soit axé sur des produits alimentaires sains et d'origine végétale (par exemple les légumes, les céréales et les légumineuses). Pour faciliter la transition vers une alimentation plus végétale, le groupe a renforcé cette année sa démarche d'innovation et a revisité la composition cible de ses repas complets. En 2022-2023, 19,3 % du chiffre d'affaires est réalisé grâce aux solutions de plats complets riches en végétaux. Il travaille en outre à améliorer la qualité nutritionnelle de ses produits et à supprimer des additifs controversés.

Proposer des produits respectueux de l'environnement

Au-delà de ses avantages pour la santé, l'assiette flexitarienne est aussi plébiscitée car elle permet de préserver la planète, en particulier si ses conditions de production réduisent son impact environnemental. L'enjeu pour Bonduelle est donc de veiller à ce que le portefeuille de produits soit orienté vers des produits respectueux de l'environnement. Le groupe consacre ainsi une partie de ses terres cultivées à l'agriculture biologique. Il étoffe aussi depuis 2019 sa gamme sans résidu de pesticides ⁽²⁾. Bonduelle mobilise toute sa chaîne de valeur dans cette démarche rigoureuse et validée par des contrôles tout au long du procédé de fabrication.

(1) Source : <https://www.unep.org/news-and-stories/story/food-thought-dietary-changes-can-improve-our-health-health-planet>

(2) Dans la limite de quantification (< 0,01 ppm) pour plus de 500 molécules analysées (maïs) et 300 molécules analysées (salade).

Gamme de produits conforme aux besoins et régimes alimentaires des consommateurs

Les comportements alimentaires sont en pleine transformation vers plus de végétal. En Europe, 52 % des consommateurs déclarent avoir diminué ou arrêté de consommer de la viande ⁽¹⁾, tandis qu'aux États-Unis 43 % des consommateurs déclarent vouloir remplacer les protéines animales par des protéines végétales ⁽²⁾. Près d'un consommateur sur cinq (23 %) dans le monde déclare essayer de limiter sa consommation de viande ⁽³⁾. Le marché des alternatives végétales à la viande, qui s'élevait déjà à près de 5 milliards de dollars en 2018, devrait croître de 20 à 30 % par an au cours des prochaines années ⁽⁴⁾. Si les tendances sont mondiales, des spécificités locales demeurent. Pour Bonduelle, il s'agit de répondre aux besoins et aux régimes

alimentaires des consommateurs locaux et les respecter en diversifiant le portefeuille de produits en fonction de la géographie, de la culture, des valeurs et d'autres tendances. Le groupe approfondit depuis 2021 sa compréhension des attentes des consommateurs flexitariens afin de mieux accompagner la transition vers une alimentation végétale accessible sous toutes ses formes, disponible et culturellement acceptable. Sa force d'innovation est un atout majeur pour répondre aux demandes diversifiées et conquérir de nouveaux territoires de développement. En 2022-2023, 9,7 % du chiffre d'affaires à marques est réalisé grâce aux innovations.

Pour plus de précisions, voir notre matrice de matérialité en page 35.

1.5.3 Les enjeux humains

Le contexte



- L'activité des entreprises doit générer un impact positif sur la société, l'économie, la santé et l'environnement.
- Les investisseurs prennent en compte de façon croissante des critères environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG) dans leurs prises de décision. Ils sont 84 % à estimer que les portefeuilles intégrant ces critères ont des performances au moins aussi bonnes que ceux sans critères ESG ⁽⁵⁾.

Nos enjeux matériels et atouts

Gouvernance et modèle d'entreprise motivés par une raison d'être

Un changement de paradigme vers un capitalisme inclusif s'observe dans l'ensemble de la société. Les parties prenantes telles que les investisseurs, salariés, communautés locales, souhaitent une gouvernance et des processus décisionnels plus inclusifs afin notamment d'influencer positivement les choix de l'entreprise. Bonduelle intègre depuis plusieurs décennies la recherche d'un impact positif sur la société et l'environnement dans sa gouvernance, son modèle d'affaires et sa stratégie commerciale. En 2020, le groupe a formalisé sa raison d'être afin d'accélérer sa démarche. La certification B Corp, engagée depuis 2018, évalue et confirme ses progrès. En 2022-2023, une étape majeure a été franchie avec un tiers du chiffre d'affaires certifié. L'objectif du groupe est d'être totalement certifié en 2025.

Relations avec les agriculteurs



Bonduelle est conscient que les agriculteurs sont des acteurs essentiels de sa création de valeur. Ainsi, le groupe s'attache à construire et renforcer des partenariats stables et durables. Le groupe rémunère ses agriculteurs partenaires au travers de contrats négociés collectivement et dont les tarifs sont définis à l'avance. Ils ne fluctuent pas pendant la période de récolte en fonction des cours mondiaux. Au-delà de la dimension financière, Bonduelle les accompagne dans leurs pratiques agricoles et innove avec eux en faveur d'une agriculture régénératrice. En 2022-2023, 88,4 % de nos agriculteurs partenaires ont renouvelé leur contrat.

Pour plus de précisions, voir notre matrice de matérialité en page 35.

(1) Source : IPSOS 2023 - 10 pays - https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2023-04/BNPP_Just%20Transition_Global%20Report_EN.pdf

(2) Source : Nielsen 2019 - <https://www.nielsen.com/us/en/insights/article/2019/the-f-word-flexitarian-is-not-a-curse-to-the-meat-industry/>

(3) Euromonitor 2021 - <https://www.euromonitor.com/plant-based-eating-and-alternative-proteins/report>

(4) Source : Kearney 2020 - www.kearney.com/industry/consumer-retail/article/-/insights/when-consumers-go-vegan-how-much-meat-will-be-left-on-the-table-for-agribusiness

(5) Source : RBC 2020 - <http://www.rbc.com/newsroom/news/2020/20201014-gam-investing-report.html>



POUR EN SAVOIR +
WWW.BONDUELLE.COM

SUIVEZ-NOUS



**Découvrez notre
film de marque,
La nature, notre futur:**
youtube.com/GroupeBonduelle

Crédits photos

Nicolas Blandin, Barbara
Grossmann, Julien Pebrel,
Offset.com, MNStudio,
GettyImages, Photothèque
Bonduelle, AdobeStock,
Shutterstock.

**Territoire visuel
et iconographie**
M&C SAATCHI Little Stories

Iconographie
The B! Pact
Team creatif group