



Chers Actionnaires,

Pas un journal qui ne s'épanche sur le prix de l'énergie ou de l'immobilier. Pas un client qui ne se plaint du trafic dans les magasins et du panier moyen. Pas un parti politique qui ne s'interroge sur la façon de relancer la consommation. Pas un syndicat qui ne s'inquiète de la baisse du pouvoir d'achat et des délocalisations. Pas un industriel exportateur qui ne souffre du cours du dollar...

Le Groupe Bonduelle, avec une croissance interne positive et une quasi-stabilité de sa rentabilité, s'en sort bien dans cette sinistreuse environnante. Pour autant, il travaille à accélérer son adaptation à cette nouvelle donne devenue structurelle.

Croissance

La croissance totale de nos ventes (+ 2,4 %) est restée positive dans un contexte de consommation pourtant très difficile. Même si une part importante de cette croissance est externe (1,9 %), elle traduit sans aucun doute la pertinence d'une stratégie de déploiement hors de l'Euroland (croissance interne de 11,7 %) où nous réalisons désormais plus de 10 % de nos ventes, et de déploiement dans les technologies du frais (croissance interne de 9,7 %) qui pèsent aujourd'hui 27 % de nos ventes, soit plus que le surgelé.

Ces deux axes de développement, géographique et technologique, viennent compenser les baisses de prix enregistrées en Europe de l'Ouest sur les technologies traditionnelles pour relancer la consommation. Néanmoins en modifiant la structure de nos ventes, ils supposent évidemment une adaptation de nos structures industrielles, commerciales et administratives.

Optimisations industrielles

Ainsi, après la fermeture de trois ateliers de fabrication en 2003/04 (Machecoul, Villeneuve/Lot et Rosières), cet exercice 2004/05 a-t-il été mis à profit pour optimiser nos ensembles industriels d'Allemagne (restructuration de Reutlingen), de Hongrie (restructuration et investissement à Bekescsaba), d'Italie (fermeture de Peschiera) et du Sud-ouest de la France (fermeture de Haut-Mauco et création de Soleal associant Euralis, Maïsadour et Vivadour dans une société unique avec Bonduelle, et exploitant les usines de Labenne, Bordères et St Sever).

L'extrême densité de ces mouvements montre donc bien l'accélération de notre adaptation à la nouvelle donne. Ce sont évidemment autant de mouvements toujours coûteux et surtout délicats au niveau humain ; ils n'en sont pas moins nécessaires. Ils sont en tous cas menés systématiquement dans le respect de nos valeurs historiques d'excellence et de souci de l'homme.

Organisation

Au-delà du paysage industriel, c'est l'ensemble de l'organisation qui s'est préparé au cours de l'exercice 04/05 à une évolution marquée en 05/06.

Les filiales créées en 2000 ont eu le mérite de rapprocher l'amont agro-industriel de l'aval commercial pour plus d'orientation vers la rentabilité dans

des sous-ensembles à taille humaine. Néanmoins, le diagnostic a été fait par le Comité de Direction d'une nécessaire évolution vers des périmètres de filiales correspondant plus, en grand public, aux linéaires des clients - conserve, surgelé, frais, traiteur - quelle que soit la marque apposée sur nos produits.

Par ailleurs, un grand chantier de simplification administrative a été ouvert pour, en s'appuyant sur le nouveau système d'information qui arrive dans sa dernière phase de déploiement, créer des centres de services administratifs partagés par pays par l'ensemble des filiales.

Si donc, seuls les mouvements dans le domaine industriel sont visibles à fin juin 2005, c'est un mouvement plus vaste d'adaptation accélérée qui s'est préparé au cours de l'exercice, montrant une fois de plus la grande capacité de changement et de mobilisation des collaborateurs.

Rentabilité

Malgré un contexte très défavorable, et malgré les coûts d'adaptation, le résultat d'exploitation se monte à 70 M€, proche de celui de l'exercice précédent (73,4 M€), mais significativement inférieur à la prévision d'origine qui avait mal appréhendé l'ampleur de la "déconsommation" dans certains pays. Il faut souligner que ce résultat a été obtenu sans remettre en cause les efforts d'innovation et les investissements publicitaires, et donc sans obérer le moyen terme.

Ce trou d'air à court terme s'accompagne par ailleurs d'une évolution réglementaire en France (réforme de la loi Galland dont les principaux termes s'appliqueront en janvier 2006) qui réduit la visibilité sur notre rentabilité immédiate.

Il n'en demeure pas moins que les fondamentaux de l'entreprise sont très sains, à commencer par son territoire produit -le légume- plus porteur que jamais dans la prise de conscience généralisée du risque de santé publique lié à une mauvaise alimentation, mais aussi par la saine répartition de ses activités : technologies, géographie, circuits et marques.

Le moyen terme reste donc très prometteur ; or, sans sacrifier le court terme, c'est bien dans le moyen terme que se situe la priorité de notre action.



> **1 426 M€**
de chiffre d'affaires

> **70 M€**
de résultat
d'exploitation

> **33,1 M€**
de résultat net
part du groupe

> Mot du Président du Conseil de Surveillance



Le Conseil de Surveillance a poursuivi au cours de l'exercice 2004 – 2005 l'évolution mise en œuvre l'année précédente. Cela s'est traduit par :

- la nomination de 2 nouveaux membres lors de l'Assemblée Générale du 1^{er} décembre 2004, dont 1 indépendant au regard des règles sur la gouvernance,
- la création et la mise en place d'un

Comité d'Audit au sein du Conseil chargé d'examiner plus particulièrement les projets de comptes soumis au Conseil de Surveillance, le programme de l'audit et les travaux des Commissaires aux Comptes.

Je rendrai compte aux actionnaires lors de la prochaine Assemblée Générale du 1^{er} décembre 2005 de l'ensemble des travaux du Conseil de Surveillance et du Comité d'Audit.

André Crespel
Le Président

> Agenda de l'actionnaire

01/12/2005 : Assemblée Générale Mixte

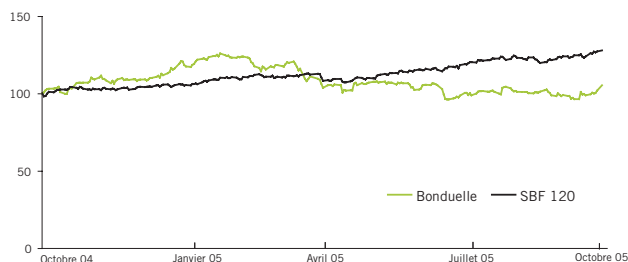
03/02/2006 : Chiffre d'affaires
du 1^{er} semestre 2005/2006

05/04/2006 : Résultats du 1^{er} semestre 2005/2006

- > Nombre d'actions : 8 millions
- > Place de cotation : Euronext Paris
- > Code ISIN : FR0000063935

> Bonduelle en bourse

Évolution du titre Bonduelle par rapport à l'indice SBF 120
(base 100 octobre 2004)



Depuis octobre 2004, le titre Bonduelle a évolué dans une fourchette comprise entre 76,5 euros en février 2005 et 58,4 euros en juin 2005. Début octobre 2005, le cours de l'action a connu une situation favorable pour revenir à 64 euros. Le volume des transactions annuelles a progressé de 13 %.

Retrouvez l'ensemble de l'information financière sur l'espace "finances" du site Internet du groupe : www.bonduelle.com

> Compte de résultat consolidé

En milliers d'euros	30 juin 2004	30 juin 2005
Chiffre d'affaires	1 393 268	1 425 782
Autres produits d'exploitation et variations de stocks	16 710	29 876
Produits d'exploitation	1 409 979	1 455 658
Achats consommés	1 044 169	1 064 996
Charges de personnel	219 354	236 488
Autres charges d'exploitation	2 192	2 764
Impôts et taxes	17 139	20 833
Dotations aux amortissements et provisions	53 711	60 542
Charges d'exploitation	1 336 566	1 385 623
Résultat d'exploitation	73 413	70 035
Produits financiers	18 574	12 199
Charges financières	28 588	21 499
Résultat financier	(10 014)	(9 300)
Résultat courant avant impôts	63 399	60 735
Résultat exceptionnel	635	920
Impôts sur les bénéfices	20 864	23 096
Résultat net des sociétés intégrées	43 170	38 559
Résultat des sociétés mises en équivalence	(41)	11
Dotations aux amortissements des écarts d'acquisition	(5 403)	(6 210)
Résultat net de l'ensemble consolidé	37 727	32 360
- Part des minoritaires	(557)	(762)
- Part du groupe	38 284	33 122
Résultat par action	4,80	4,14

> Bilan consolidé

Actif

En milliers d'euros	30 juin 2004	30 juin 2005
Capital souscrit non appelé		
Actif immobilisé	364 299	366 254
Immobilisations incorporelles	29 527	32 273
Écarts d'acquisition	74 354	67 371
Immobilisations corporelles	254 676	264 111
Immobilisations financières	5 742	2 499
Actif circulant	605 022	686 430
Stocks	278 104	300 290
Clients	189 424	224 623
Autres créances	83 548	98 257
Valeurs mobilières de placement	6 904	4 842
Disponibilités	47 043	58 418
Comptes de régularisation	11 233	10 864
Total de l'actif	980 554	1 063 548

Passif

En milliers d'euros	30 juin 2004	30 juin 2005
Capitaux propres part du groupe	278 866	302 490
Capital social	56 000	56 000
Primes	22 545	22 545
Réserves	160 643	189 191
Écarts de conversion	1 394	1 631
Résultat de l'exercice	38 284	33 122
Intérêts minoritaires	6 538	7 920
Capitaux propres de l'ensemble	285 404	310 409
Provisions pour risques et charges	21 710	17 265
Dettes	668 141	731 370
Emprunts et dettes financières	272 171	324 697
Fournisseurs et comptes rattachés	239 011	240 600
Autres dettes	156 959	166 073
Comptes de régularisation	5 298	4 504
Total du passif	980 554	1 063 548

> News



La Fondation Louis Bonduelle

Action terrain aux résultats mesurables

En avril dernier, la Fondation Louis Bonduelle a monté une opération terrain baptisée "légumes 2000". Sur un ton décalé, emprunté aux années seventies, près de 16 000 étudiants au sein de 10 restaurants universitaires de France ont pu être sensibilisés. Autour d'une dégustation végétale, la Fondation a associé des supports à quelques idées de recettes simples pour que les jeunes remettent le légume dans leurs assiettes. Fidèle à ses objectifs, la Fondation a pu mesurer l'efficacité de cette opération ainsi menée. Les résultats encourageants, disponibles sur le site de la Fondation (<http://www.fondation-louisbonduelle.org>) démontrent que des discours adaptés comme ceux utilisés lors



de l'opération "légumes 2000" permettent de faire évoluer concrètement les comportements alimentaires.

Le succès de cette opération a également été reconnu par les professionnels puisque la Fondation Louis Bonduelle associée à l'agence Expertease a remporté le prix Stratégies / La Poste 2005 dans la catégorie "grande consommation alimentaire, secteur B to C".

Un soutien international à la recherche

Dernière actualité en date, la Fondation a lancé début septembre en France mais également en Italie, un prix de recherche sur la nutrition et le comportement alimentaire. Cette action européenne de la Fondation permettra d'aider concrètement et financièrement de jeunes étudiants chercheurs.

Responsabilité sociale et environnementale

L'intégration des dimensions environnementales et humaines au cœur du projet économique de l'entreprise est une donnée essentielle pour le Groupe Bonduelle. En 2002, le développement de la politique de responsabilité sociale et environnementale a permis de concrétiser cette volonté. La première année fut celle de la structuration de la démarche en créant 4 domaines de progrès : les Hommes, la Production Agricole, les Ressources Naturelles et la Qualité/Nutrition.

Cette démarche, maintenant entamée depuis 4 ans, prend toute sa dimension. Les plans d'actions définis les années précédentes se déploient à grande échelle. Aujourd'hui par exemple, une politique qualité commune du groupe est



FOCUS : Voile, aboutissement d'un programme bien rempli

Après un Vendée Globe haletant au cours duquel Jean le Cam a porté haut les couleurs de Bonduelle, le bateau et son skipper ont profité d'une trêve hivernale bien méritée, avant de s'attaquer en mai au tour des îles britanniques. Cette course en équipage au départ de Calais, a encore été l'occasion pour plus de 1 000 collaborateurs et leurs familles de venir acclamer Jean le Cam. Malheureusement Bonduelle a dû abandonner la course alors qu'il était en tête, sur avarie de mât.

Au cours du mois de juin était annoncée la décision de mettre un terme au programme de sponsoring voile, et ce à compter de la fin de saison 2005.

En effet, après 6 ans de course au large avec comme point d'orgue un Vendée Globe qui a dépassé toutes les

espérances en matière de retombées publicitaires, tous les objectifs assignés à ce programme étaient atteints, tant au niveau de l'impact sur l'image de la marque et de l'entreprise, que sur celui de la motivation des collaborateurs.

La dernière course du monocoque de 60 pieds IMOCA sous les couleurs de Bonduelle sera donc la Jacques Vabre, course transatlantique en double qui relie Le Havre à Salvador de Bahia au Brésil. Jean le Cam se présentera sur la ligne de départ le 5 novembre en compagnie de son équipier Kito de Pavant, avec qui il avait déjà couru la précédente édition de 2003, avec comme objectif un podium, et pourquoi pas sa plus haute marche.

mise en œuvre dans la grande majorité des sites de production. Des objectifs identiques y sont établis comme la conformité biologique ou le respect de la chaîne du froid.

Pour les Ressources Naturelles, des audits internes au référentiel commun ont été développés sur des sites pilotes afin d'échanger et de partager autour des performances acquises et des optimisations possibles. Une planification permettra à l'ensemble des usines du groupe d'être audité de manière systématique tous les 2 ans.

Cette année, le Groupe Bonduelle publiera une information complète sur son activité portant sur sa responsabilité sociale et environnementale disponible à partir du 1^{er} décembre 2005.

Vous pourrez y retrouver les moyens déployés et les résultats obtenus par le groupe sur les 4 domaines de progrès initialement définis.



Jean-Bernard Bonduelle, Directeur des ressources humaines groupe, en charge du développement durable.



Lancement des cakes de légumes en France

Depuis le 1^{er} septembre, Bonduelle a commercialisé sur le marché français des cakes de légumes. Les consommateurs peuvent ainsi découvrir les 3 variétés de la gamme : Courgettes, olives & poivrons rouges et jaunes, Maïs, poireaux & carottes au basilic, ainsi que Champignons, courgettes & carottes cuisinées aux échalotes.

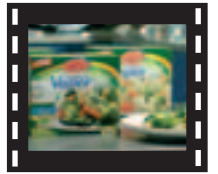
Tout comme les cinq salades traiteur, ces nouveaux produits ont été élus "saveur de l'année 2006". Cette récompense vient couronner les efforts du Groupe Bonduelle dans sa volonté de créer et d'adapter ses produits aux attentes des consommateurs.



Nouvelles campagnes de publicité en Europe

En France, en Espagne, en Roumanie, à la marque Bonduelle et Frudesa, le groupe

a lancé de nouvelles campagnes de communication en Europe. Adaptés à chaque culture du pays dans lesquels ils sont diffusés, ces films, aussi bien "institutionnel" que "produit", soulignent les bienfaits des légumes et le soin tout particulier qu'apporte Bonduelle à leur



préparation. Par ces campagnes publicitaires, le groupe montre sa volonté d'être toujours plus présent dans les médias à l'aide d'investissements marketing en hausse constante depuis maintenant plusieurs années.

> Nouveaux produits

Évolution de la gamme Cassegrain

La marque Cassegrain innove et propose cet automne une nouvelle offre de "Fagots de haricots verts et son lien de poireau". Avec ce nouveau produit, Cassegrain renforce son positionnement haut de gamme sur le marché des légumes appertisés.

Cet été, les consommateurs en attente de bien-être et de goût ont pu découvrir la cuisine du sud, avec 3 recettes originales à déguster chaud ou froid (courgettes cuisinées à la provençale, confit d'aubergines et ratatouille cuisinée à la provençale).



Tetra Recart continue son expansion à l'International

Après les lancements réussis en Italie, Allemagne et France, c'est en Angleterre ainsi qu'aux Pays-Bas qu'ont été lancées les nouvelles briques Tetra Recart. Répondant à la demande des consommateurs, ces produits représentent une innovation dans le secteur de l'appertisation, dont Bonduelle est le seul chef d'orchestre sur le marché des légumes.

Par ailleurs, en France, le Groupe Bonduelle a renforcé sa gamme Tetra Recart avec l'arrivée de 2 nouveaux produits : la Printanière de légumes et le Trio de haricots.



Les 3 mélanges wok Food Service récompensés

Le journal *Küche*, magazine de référence pour les collectivités en Allemagne, a organisé pour la première fois des élections pour déterminer les 3 "lancements de produits élaborés les plus réussis". L'enquête a été adressée à près de 1 500 responsables de cuisine. Pour la catégorie "Légumes", ce sont les 3 mélanges wok Bonduelle (wokmischung china, wokmischung thai, wokmischung indonesia) qui ont été élus.



Bonduelle lance le bouquet de nature

Innovant sur le 2nd segment en volume du rayon conserves de légumes, le Groupe Bonduelle lance les premiers champignons de Paris en bocal. Une gamme de 3 aides culinaires est d'ores et déjà disponible dans les rayons.

