



Pressemitteilung

Zusammenschluss im Bereich Tiefkühlgemüse - Übernahme im Bereich Gemüsekonserven

Bonduelle verstärkt seine Stellung in den beiden traditionellen Technologien Konserve und Tiefkühl

Reutlingen, 15. September 2008. Die Gruppe Bonduelle hat bekannt gegeben, dass zwei Transaktionen unmittelbar bevorstehen, die die Stellung des Unternehmens auf dem Sektor seiner traditionellen Technologien Gemüsekonserven und tiefgekühltes Gemüse verstärken werden. Es handelt sich zum einen um einen Zusammenschluss mit Gelagri, Tochtergesellschaft der bretonischen Genossenschaft Coopagri, der darauf abzielt, die Tiefkühlaktivitäten für den Bereich Handelsmarken in der europäischen Union zu entwickeln. Zum anderen geht es um die Übernahme von „La Corbeille“, einem belgischer Hersteller von Gemüsekonserven.

Zusammenschluss mit Coopagri

Bonduelle und Coopagri haben beschlossen, ihre Tiefkühlaktivitäten für den Bereich Handelsmarken in der europäischen Union zusammenzuschließen. Gelagri, Tochtergesellschaft der Genossenschaft Coopagri Bretagne, ist auf diesem Sektor spezialisiert und realisiert mit seinen drei Werken (Loudéac und St. Caradec in der Region Finistère und Santaella in Andalusien) 100 Millionen Euro Umsatz. Durch die 60 Millionen Euro, die Bonduelle in diesem Sektor umsetzt und das spanische Werk Milagro (Navara), wird Gelagri seine Stellung auf diesem Sektor noch verstärken.

Die somit entstandene neue Gruppierung, die basierend auf den eingebrachten Anteilen zu 63 % im Besitz von Coopagri und zu 37 % im Besitz von Bonduelle ist, stellt 150.000 Tonnen tiefgekühltes Gemüse her und realisiert 160 Millionen Euro Umsatz in der europäischen Union, vorrangig in Frankreich und Spanien. Sie wird von den agroindustriellen und logistischen Synergien und insbesondere von einer



besseren Aufteilung der landwirtschaftlichen Flächen profitieren, sowohl in Frankreich als auch in Spanien und infolgedessen auch von der besseren Verteilung der klimatischen Risiken. Zugleich wird diese neue Gruppierung ihren Handelskunden und dem Fachhandel (home service, freezers centers) sowie dem Großverbraucherbereich einen besseren Service und ein vollständiges Sortiment anbieten können.

Die Bonduelle Gruppe wird weiterhin Tiefkühlgemüse unter seinen jeweiligen Markennamen vermarkten (Bonduelle in Europa und Frudesa und Salto in Spanien) und die Leitung seiner sieben europäischen Werke für Tiefkühlgemüse beibehalten. Außerhalb der europäischen Union, insbesondere in Mittel- und Osteuropa und in Nord- und Südamerika, wird Bonduelle die Produktion und die Vermarktung von Tiefkühlgemüse sowohl unter seinen Marken als auch unter Handelsmarken weiterführen.

Dieser Zusammenschluss ist ein neues Beispiel für die Annäherung zwischen Genossenschaften und Privatunternehmen und ist beiden Gruppen bereits vertraut. Der Zusammenschluss wird voraussichtlich am 1. Januar 2009 in Kraft treten.

Der Erwerb von „La Corbeille“

Darüber hinaus gibt die Bonduelle Gruppe die hundertprozentige Übernahme von „La Corbeille“ bekannt, einem unabhängigen belgischen Konservenhersteller, spezialisiert auf die Produktion von Gemüsekonserven in Dosen und Gläsern.

Das Unternehmen „La Corbeille“, dessen Sitz sich in Westmeerbeek nahe Antwerpen befindet, wurde 1899 gegründet. Es realisiert einen Umsatz von 67 Millionen Euro und beschäftigt 272 Mitarbeiter an drei Standorten (Westmeerbeek, Rijkevorsel und Stabroek – Belgisch Flandern), an denen 100.000 Tonnen Konserven pro Jahr produziert werden.



Die geographische Lage von „La Corbeille“, sein Umsatzvolumen vor allem auf dem deutschen Markt, seine starke Stellung auf dem Markt der Glaskonserven und bei Apfelmus, der in Nordeuropa und den Beneluxländern zum Gemüse gezählt wird (wird als Beilage warm gegessen), ergänzt wie Reis oder Suppe sehr gut die Aktivitäten der Bonduelle Gruppe.

Die Übernahme wird aller Voraussicht nach im Herbst 2008 erfolgen.

Diese beiden Transaktionen stehen mit der Bonduelle Strategie im Einklang, als Gemüsespezialist überall auf der Welt Gemüse in jeder Form zu verarbeiten, für seine eigenen Marken und für die Marken seiner Kunden. Die Bonduelle Strategie, die darin besteht, die Weiterentwicklung der eigenen Marken (Bonduelle, Cassegrain, Frudesa, Salto und Arctic Gardens) mittels stark wachsender Marketinginvestitionen zu fördern, wird weiter verfolgt. Andererseits verstärken diese Transaktionen die bedeutende Stellung der Gruppe auf dem Markt der Handelsmarken, der aufgrund des aktuellen wirtschaftlichen Umfeldes vielversprechend ist. Die Handelsmarken werden fast 50 % des konsolidierten Umsatzes darstellen.

Abdruck honorarfrei. Belegexemplar erbeten an: Bonduelle Pressestelle, c/o Jeschenko MedienAgentur Köln GmbH, Julia Stahl, Saskia Kenntemich, Anja Hockelmann Eugen-Langen-Straße 25, 50968 Köln, Telefon: 0221 / 30 99-0, Fax: 0221 / 30 99-200 E-Mail: j.stahl@jeschenko.de; s.kentemich@jeschenko.de, a.hockelmann@jeschenko.de.