

Greenyard als ‘plant-based powerhouse’: aankondiging van strategie 2030 en visie op toekomst van voeding

Sint-Katelijne-Waver, Belgium, 7 december 2021

- Greenyard staat midden in de transitie naar gezonde, weinig bewerkte, plantaardige voeding - een snelgroeïende markt met een enorm potentieel.
- In de komende jaren mikt Greenyard op verdere groei door een breder productportfolio van gemakkelijk te bereiden (convenience), plantaardige producten, aangevuld met digitale diensten.
- Greenyard heeft de ambitie om de omzet met ongeveer € 650m te laten stijgen tot een omzet van € 5 miljard tegen het boekjaar 2024/2025. Dat impliceert een CAGR van 5%.
- Tegelijkertijd heeft Greenyard de ambitie om de aangepaste EBITDA te laten groeien met € 35-45m om € 200-210m te bereiken in 2025. Dat impliceert een CAGR van 6-7%.
- Greenyard maakt in de komende jaren ruimte voor extra investeringen in plantaardige producten en voor mogelijke fusies en overnames, terwijl een schuldgraad van 2,0x-2,5x gehandhaafd blijft.
- Daarnaast zal Greenyard dividenden opnieuw op de agenda zetten ter overweging door de Raad van Bestuur op basis van de resultaten van het boekjaar 2022/2023.
- Tijdens de Greenyard Capital Markets Days op 7, 8 en 9 december 2021 zijn diverse live sessies beschikbaar, waaronder een Q&A sessie met het senior management. Registreren kan via de volgende link: <https://capitalmarketsdays.greenyard.group>. De eerste sessie begint vandaag om 15u00 CET.

Tegen de achtergrond van de positieve eerste halfjaarresultaten en de aanhoudende winstgevende groei van Greenyard (zoals aangekondigd in het [Persbericht van 16 november 2021](#)), kondigt Greenyard vandaag haar Strategie 2030 aan, inclusief een eerste blik op de waarde die dit zal opleveren voor het bedrijf en haar stakeholders. Greenyard brengt enkel plantaardige producten op de markt. Gebaseerd op die sterke basis enerzijds, en een goed onderbouwde Visie op de Toekomst van Voeding, anderzijds, heeft het bedrijf de duidelijke doelstelling om een plantaardig powerhouse te worden en een reeks eerste sterke ambities te realiseren tegen 2025.

Consumenten zijn steeds meer op zoek naar gezondere, weinig bewerkte voeding, met name plantaardige producten. Tegelijkertijd zijn ze niet bereid om gemak en bereidingstijd op te offeren in die evolutie. Greenyard is nu al één van de grootste puur plantaardige bedrijven ter wereld en levert haar klanten producten die dicht bij het originele gewas staan, én die gemakkelijk te bereiden zijn. Dit is volledig in lijn met de huidige consumententrends.

Als leider binnen de transitie die we vandaag meemaken, is Greenyard vastbesloten om te blijven investeren in convenience, en om de verdere uitbreiding van haar portfolio van plantaardige producten te versnellen. Deze versnelling zal mee mogelijk worden gemaakt door de digitalisering doorheen de Groep verder op te voeren. Dit zal toelaten in te spelen op de huidige en toekomstige behoeften van de consument, en zal rechtstreeks bijdragen tot een duurzamere voedselwaardeketen.

Hein Deprez, co-CEO: *"Steeds meer mensen zien de kracht en het belang van gezonde, plantaardige voeding in. Voor onze gezondheid en voor de planeet. Voeding die dicht bij het originele gewas blijft, is de hoeksteen van onze collectieve toekomst. En met Greenyard hebben we dit vanaf het begin waargemaakt, het zit in ons DNA. Vandaag zijn wij een wereldleider op dat gebied. Door onze schaalgrootte en door onze geïntegreerde relaties met klanten en telers zijn wij als geen ander in staat om een vitaal deel van deze snelgroeiende markt te veroveren. Wij zijn van nature plantaardig. Dat geeft ons een voorsprong én een concurrentievoordeel. Als volgende stap zetten we nu door in wat duidelijk de juiste richting is. We zullen onze investeringen in innovatie en technologie opdrijven en gebruik maken van de data in de waardeketen om onze klanten en consumenten nog betere producten en diensten aan te bieden".*

Marc Zwaaneveld, co-CEO: *"Eerder dan gepland hebben we geleverd wat we beloofd hadden. Vandaag zijn de prestaties aanzienlijk verbeterd en we leveren sterke en stabiele resultaten af. De Strategie 2030 die we nu aankondigen, is de volgende grote stap. We kijken vooruit en zullen ons opnieuw toeleggen op groei. Greenyard brengt in de eerste plaats plantaardige producten op de markt en heeft al meer dan 1000 plantaardige convenience-producten in haar portfolio. Plantaardig is simpelweg wat we doen. Wij staan in het midden van deze transitie en zullen onze activiteiten in deze producten verder opvoeren, ondersteund door voortdurende digitalisering en sterke duurzaamheidsambities. We zijn ervan overtuigd dat dit de drijfveren zullen zijn voor een hoger groeipercentage in omzet en in winstgevendheid. En dit vullen we aan met gerichte fusies en overnames of samenwerkingen - wat extra voordelen oplevert voor onze plannen".*

Een aanpak op drie niveaus: verbeteren (improve), verhogen (increase), bedenken (imagine)

Greenyard's Strategie 2030 is opgebouwd uit drie fasen, die elk even belangrijk zijn om de ambitie te bereiken: "verbeteren", "verhogen" en "bedenken". Deze drie niveaus van de strategie lopen gedeeltelijk parallel, zullen elkaar in de loop van de tijd versterken en zullen de versnelling doorheen het plan voeden. Deze aanpak stelt Greenyard in staat een vlotte en accurate uitvoering van het plan te verzekeren, voortbouwend op de solide fundamenten en de sterke organisatie die er vandaag al staan.

Verbeteren (Improve)

In de eerste fase zal **Greenyard zich richten op het verder uitdiepen van haar unieke geïntegreerde relaties met bestaande en nieuwe klanten. Tegelijkertijd zal zij haar relaties met telers steeds verder uitbouwen**, waarbij dezelfde manier van werken zal worden toegepast. De kracht van unieke, geïntegreerde en langetermijnrelaties aan beide zijden van de voedselwaardeketen dient echt als katalysator voor de strategie. Het faciliteert de optimalisatie van de toeleveringsketen en stelt Greenyard in staat haar dienstenaanbod te verbreden. Daarnaast wordt blijvend ingezet op permanente verbetering van de operationele productiviteit en het creëren van bijkomende synergieën, zoals Greenyard de afgelopen periodes heeft gedaan met onder andere de voortzetting van het Group Sourcing-project. Ten slotte zal de Groep blijven focussen op haar duurzaamheidsambities.

De geïntegreerde klantenrelatie (de "ICR") is uniek. De conceptnaam geeft al aan dat het bedrijf integreert met de klant. Vertrekkende van de vraag van de consument, wordt het assortiment samen met de klant beheerd en de toeleveringsketen gepland. Het resultaat is een kortere, efficiëntere en duurzamere toeleveringsketen - met een drastische vermindering van de ecologische voetafdruk.

Greenyard biedt haar diensten aan haar klanten in het ICR als een op maat gemaakt menu. Door nieuwe lagen van dienstverlening toe te voegen, zoals kwaliteitscontrole, logistiek, verpakking, assortiment-advies, forecasting, en co-creatie, integreert de Groep steeds meer met haar klant. Daarom wordt groei verwacht

op twee fronten: (i) groei in volumes en aanvullende diensten bij bestaande klanten, (ii) groei bij nieuwe klanten.

Samenwerking in de keten is daarom van cruciaal belang, vandaar dat het model ook steeds vaker wordt toegepast bij telers. Het stelt Greenyard in staat om verder te bouwen aan duurzame en maatschappelijk verantwoorde voedselwaardeketens van begin tot einde. Deze verhoogde samenwerking komt alle partijen in de keten ten goede omdat het vertrouwen schept, gericht is op de lange termijn, strategische afstemming en een evenwicht tussen vraag en aanbod.

Greenyard geeft ook een impuls aan haar duurzaamheidsambities. Duurzaamheid maakt deel uit van elke beslissing die wordt genomen. De doelstellingen zijn aangescherpt: vermindering van haar CO₂-voetafdruk met 70% tegen 2030, vermindering van haar waterintensiteit met nog eens 10% tegen 2025, verdere vermindering van afval met 25% in haar activiteiten tegen 2025, 100% duurzame verpakkingen tegen 2025 en 100% sociaal verantwoord handelen in de hele keten tegen 2025.

Verhogen (Increase)

Bovendien zal **Greenyard onmiddellijk haar aanbod van convenience-producten uitbreiden, inspeland op de ontwikkelingen op het gebied van weinig bewerkte, gezonde convenience-producten**, en op de wensen van de consument. Dit zal extra volumes opleveren bij huidige en nieuwe klanten. Om dit te bereiken zal Greenyard de komende drie jaar een eenmalige CAPEX van € 30-35m investeren. Enerzijds zullen de investeringen gericht zijn op een verdere capaciteitsuitbreiding binnen het convenience-segment, om zo een versnelde groei van Greenyards plantaardig aanbod mogelijk te maken. Anderzijds zal er verder geïnvesteerd worden in de geïntegreerde klantenrelaties. De CAPEX zal naar verwachting kasstroomneutraal zijn, gezien de verwachte korte terugverdientijd, en de verdere verwachtingen op het gebied van operationele en werkkapitaal verbeteringen.

Daarom werden de ambities voor 2025 opwaarts bijgesteld: Greenyard heeft de ambitie om de netto-omzet met ongeveer € 650m te laten stijgen tot € 5 miljard, wat een CAGR van 5% impliceert. Tegelijkertijd heeft Greenyard de ambitie om de aangepaste EBITDA te laten groeien met ongeveer € 35-45m tot € 200-210m, hetgeen resulteert in een CAGR van 6-7%.

In het licht van haar strategie zal Greenyard mogelijks ook fusies en overnames overwegen in Europa en mogelijk de VS – op een zeer gerichte en strikte manier, en alleen voor zover een duidelijk en sterk integratieproces mogelijk is. Het nastreven van selectieve externe groei zal de Strategie 2030 van de onderneming verder stimuleren.

Daarnaast zal Greenyard dividenden opnieuw op de agenda zetten ter overweging door de Raad van Bestuur op basis van de resultaten van het boekjaar 2022/2023.

Bedenken (Imagine)

Door voort te bouwen op de eerste twee niveaus en daarmee gepaarde ambities te verwezenlijken, en met behoud van een schuldgraad van 2,0x-2,5x (vóór IFRS 16), ontstaat er voor Greenyard ruimte om **verder te investeren. Daarbij zal het zich toeleggen op de ontwikkeling van andere plantaardige producten, en zo haar huidige 100% plantaardige aanbod verder uitbouwen**, in een markt die naar verwachting zal groeien tot ongeveer € 150 miljard in 2030 (*bron: Bloomberg*). Greenyard is ervan overtuigd dat er nog veel extra potentieel te halen valt. Plantaardige voeding is de essentie van haar activiteiten. Met haar wereldwijde voetafdruk heeft het bedrijf al een voorsprong om haar aanbod in dat segment uit te breiden, met verdere groei en winstgevendheid tot gevolg. Dat is de derde fase.

De sleutel tot het ontsluiten van extra waarde zal digitalisering zijn. In de keten is er nu al heel wat data beschikbaar over kwaliteit, smaak, transparantie, herkomst, ... Greenyard heeft een uniek kennisniveau van die data in de keten. Zowel op het vlak van automatisering als van bijkomende onlinediensten zijn er oneindig veel mogelijkheden. Daarom zal Greenyard innovatie binnen de Groep verder stimuleren, hiervoor extra CAPEX en ondersteuning uittrekken en samenwerken met disruptieve bedrijven in goed gestructureerde en gecontroleerde groei-units. Dit start reeds vanaf volgend boekjaar.

De Greenyard Strategie 2030 wordt gedreven door het doel van de onderneming én zal hier direct aan bijdragen. Greenyard werkt als een echte verbindende factor in de keten, met een duidelijke focus op plantaardige convenience producten. Dat koppelt de organisatie aan het unieke aanbod van producten die dicht bij het oorspronkelijke gewas staan. Het bedrijf is toegewijd om bij te dragen aan gezondere levensstijlen en meer duurzame voedselketens, door een uitgebreid aanbod van plantaardige en gezonde voeding.

Dit is een ambitie die het bedrijf wil waarmaken door nauw samen te werken met haar partners in de keten. Voortbouwend op tientallen jaren ervaring, een sterk telersnetwerk en specifieke verwerkingsmogelijkheden, is Greenyard ervan overtuigd de komende jaren een aanzienlijk deel van de enorme markt voor plantaardige producten te kunnen claimen. Het zal zich richten op de juiste segmenten, producten en diensten met toegevoegde waarde - en zo optreden als een 'plant-based powerhouse'.

Voor meer informatie, gelieve contact op te nemen met Greenyard NV:

Dennis Duinslaeger Investor Relations & Treasury Director T +32 15 32 42 49 dennis.duinslaeger@greenyard.group	Cedric Pauwels Group Communications Director T +32 15 32 42 00 cedric.pauwels@greenyard.group
---	--

Disclaimer

Dit persbericht kan toekomstgerichte verklaringen bevatten. Dergelijke verklaringen weerspiegelen de huidige inzichten van het management over toekomstige gebeurtenissen en zijn onderhevig aan bekende en onbekende risico's, onzekerheden en andere factoren die ertoe zouden kunnen leiden dat de werkelijke resultaten aanzienlijk verschillen van toekomstige resultaten, financiële prestaties of prestaties die uitgedrukt of geïmpliceerd worden in dergelijke toekomstgerichte verklaringen. Greenyard verstrekt de in dit persbericht opgenomen informatie op datum van publicatie en neemt geen enkele verplichting op om de toekomstgerichte verklaringen van dit persbericht te actualiseren op basis van nieuwe informatie, toekomstige gebeurtenissen of andere informatie, behoudens indien vereist door toepasselijke wetgeving. Greenyard wijst elke aansprakelijkheid af voor verklaringen die door derden (met inbegrip van verklaringen van werknemers die daartoe niet expliciet door Greenyard zijn gemachtigd) worden afgelegd of gepubliceerd, en neemt geen enkele verplichting op zich onjuiste gegevens, informatie, conclusies of opinies te corrigeren die door derden worden gepubliceerd met betrekking tot dit of elk ander persbericht van Greenyard.

Over Greenyard

Greenyard (Euronext Brussels: GREEN) is een globale marktleider in verse, vriesverse en bereide groenten & fruit, bloemen & planten. Greenyard bedient een klantenbasis die onder andere de belangrijkste retailers in Europa omvat en biedt efficiënte en duurzame oplossingen voor klanten en leveranciers door een aanbod van superieure producten, marktleidende innovaties, operationele uitmuntendheid en een uitstekende dienstverlening.

Onze visie is mensen helpen gezonder te leven door hen te laten genieten van groenten en fruit op elk moment, op een makkelijke, snelle en aangename manier, met respect voor de natuur.

Greenyard telt ca. 9.000 werknemers en is actief in 19 landen wereldwijd. Greenyard beschouwt haar werknemers en de relaties met haar belangrijkste klanten en leveranciers als haar belangrijkste activa die haar in staat stellen een omzet van ca. € 4,4 miljard op jaarbasis te realiseren.

www.greenyard.group