

GREEN YARD FOODS



Marleen Vaesen, CEO

VFB, 26 april 2014

Agenda

- Greenyard Foods – Introductie
- Groeistrategie
- Nieuwe naam en visie
- Strategische prioriteiten
- Financiële structuur
- Beurskoersevolutie vanaf oktober 2012
- Vragen en antwoorden



Een toonaangevende,
internationale speler in
verwerken en verkopen
van groenten, fruit en
groentegebaseerde
bereidingen in
diepvries, conserven
en glas

€ 612 mio
Omzet

€ 43,5 mio
REBITDA

€ 182 mio
Eigen vermogen

2470
Werknemers

15
Fabrieken in 6 landen



Frozen Divisie

- Nr 2 in diepvriessegment
- Producent van distributiemerken en Penguin merk
- 3 segmenten: Retail, food service en industrie
- Vruchtbaarste gebieden in Europa
- Focus op kwaliteit, operational excellence en duurzaamheid, customer management, innoveren

€ 408 mio

Omzet

€ 21,3 mio

REBITDA

1790

Werknemers

13

Fabrieken in 6 landen

80/5

Afzetlanden/continenten

NOLIKO

Canning Divisie

- Top 5 speler in conserven/glas
- Distributiemerken producent in Europa
- 3 segmenten: Retail, Food service, industrieel
- Gelegen in belangrijke teeltgebieden
- Focus op kwaliteit, operational excellence, customer intimacy, product leadership en duurzaamheid

€ 205 mio
Omzet

€ 22,2 mio
REBITDA

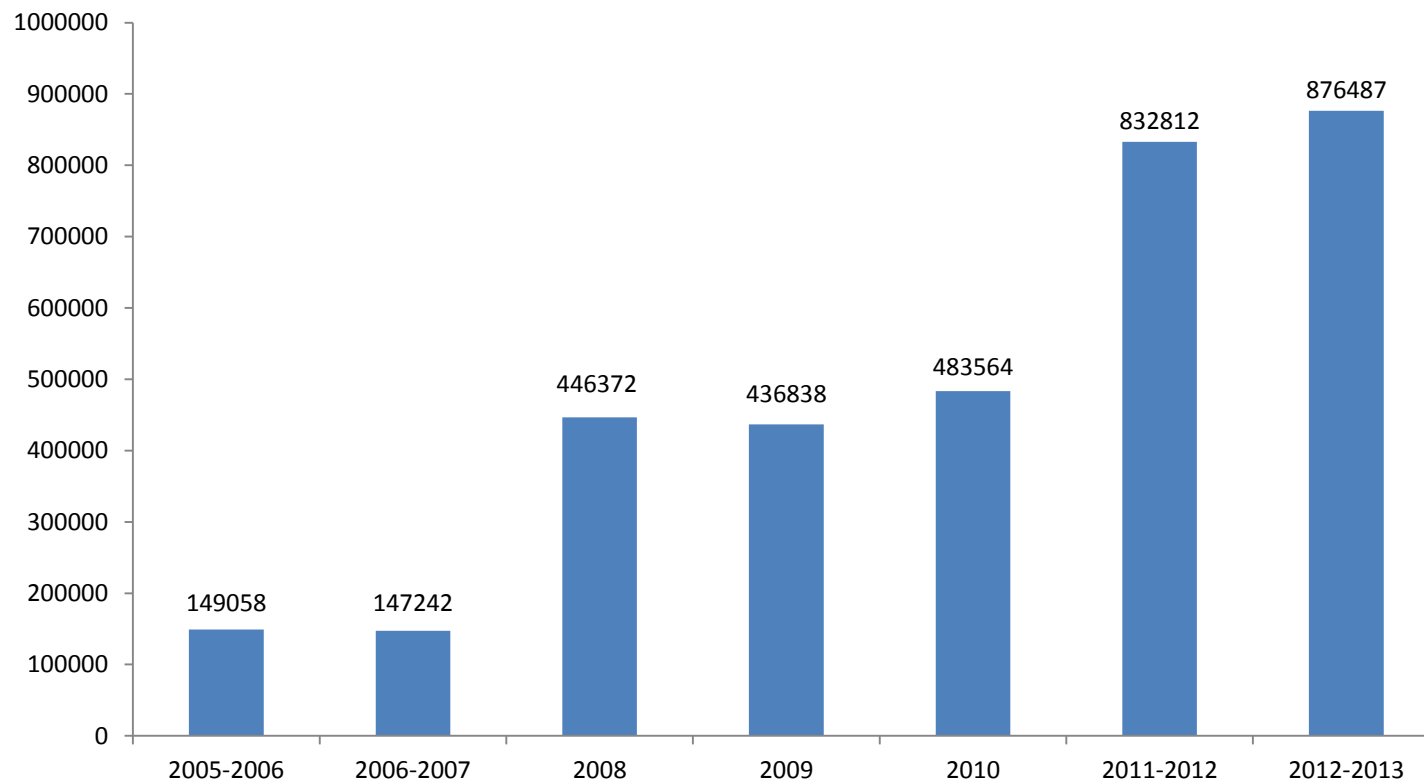
680
Werknemers

2
Fabrieken in België

15
Afzetlanden

Evolutie in Sales

Sinds 2006, sterke groei voornamelijk door overnames en in 2013 divestiture van Lutosa



2007 : Salvesen
2007 : Padley

2007 : Lutosa

2011 : Noliko
2011 : Cecab

Greenyard Foods growth Strategy

Greenyard Foods heeft een groeistrategie gebaseerd op endogene groei en verdere consolidatie van de acquisities van de laatste 2 jaar.

2013 – jaar van transformatie

Een nieuwe start met een nieuwe naam, visie en strategische prioriteiten

Nieuwe naam



Engelse naam om het internationale karakter van de groep te onderlijnen.

Greenyard Foods staat voor 'vers van het veld' en een passie voor de natuur.

Nieuwe visie

Wij brengen een uniek gamma lang houdbare, betaalbare en duurzame voedingsproducten gebaseerd op groenten, elke dag opnieuw de smakelijkste en gezondste keuze.

Sleutelementen:

- **Uniek gamma:** ons breed gevarieerd assortiment is afgestemd op de noden van de consument en van onze klanten.
- **Betaalbaar:** we zijn competitief in kosten
- **Duurzaam:** we werken in partnership met Agro en met respect voor de mens en de natuur
- **Voedingsproducten gebaseerd op groenten:** gefocust op onze core business: groenten, van basisproducten tot complexe gebruiksklare oplossingen
- **Elke dag opnieuw:** de marktpenetratie van conserven en diepvries ligt hoger dan 90%, maar de verbruiksfrequentie te laag. We willen elke dag op het menu van de consument staan.
- **Smakelijk en gezond:** twee argumenten om de consument te overtuigen om telkens onze producten te kopen.

Strategische Prioriteiten

1. Creëren van winstgevende groei door consumenten focus en customer intimacy
2. Low cost producer zijn door operational excellence
3. Verbeteren van Free Cash Flow
4. Verbeteren van efficiëntie van de organisatie

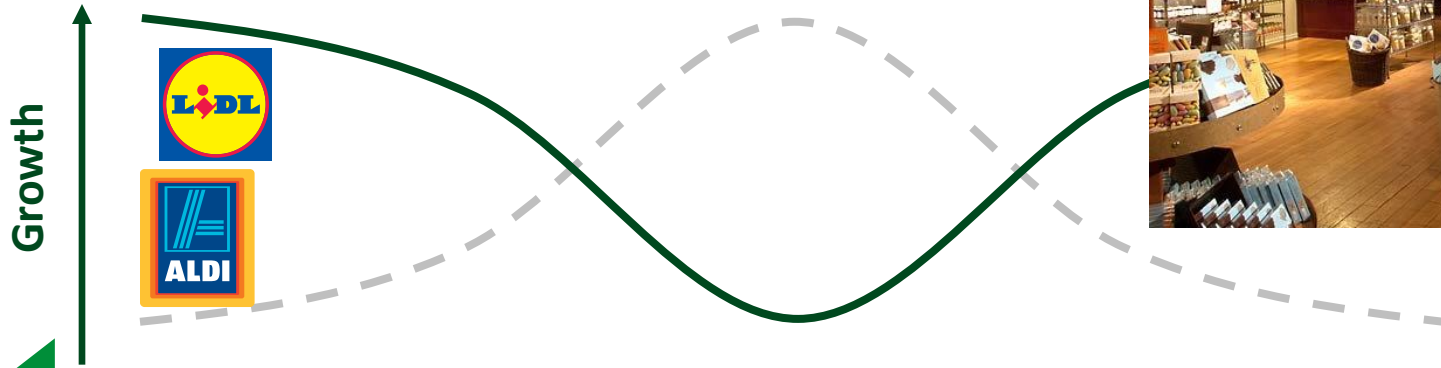
1. Creëren van winstgevende groei door **consumenten focus** en customer intimacy

- We produceren en ontwikkelen producten die veranderende consumenten trends en behoeften beantwoorden.

Behoefte aan variatie en kwaliteit door toenemend individualisme



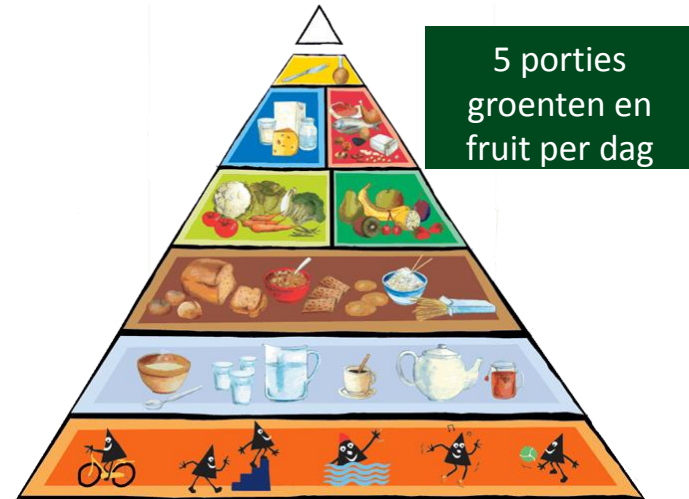
Behoefte aan correcte prijs/kwaliteit verhouding en de vraag naar kwaliteit is polariserend



Consumer Demand



Groeiende aandacht en behoefte naar een gezonde voeding



TIPS OM UW RISICO OP KANKER TE VERMINDEREN

12 goede voornemens tegen kanker



VERWEN UW DARMEN

Voldoende vezels (uit fruit, groenten en volkorenproducten) beperken het risico op dikgedarm- en endeldarmkanker.

ENKELE APPELS PER DAG HOUDEN ECHT DE DOKTER VAN U AF!

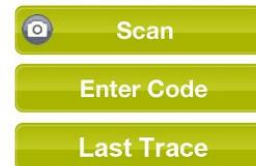
Met vijf porties fruit en groenten per dag coet u uw risico op kanker dalen.



HarvestMark



Locate a HarvestMark Code.



The HarvestMark logo is a registered trademark of HarvestMark. HarvestMark is the food traceability solution from Yotamark. (c) 2011. Protected by US Patent 7,770,783 and others. International and other patents pending.

Behoeftte aan gemakkelijk en snelle oplossingen door tijdsgebrek



1. Creëren van winstgevende groei door consumenten focus en customer intimacy

Onze voedingsproducten spelen in op fundamentele consumententrends:

- Lekker en gevarieerd
- Zeer gezond en van hoge kwaliteit
- Snel en gemakkelijk te bereiden
- Nieuwe innoverende producten

1. Creëren van winstgevende groei door consumenten focus en **customer intimacy**

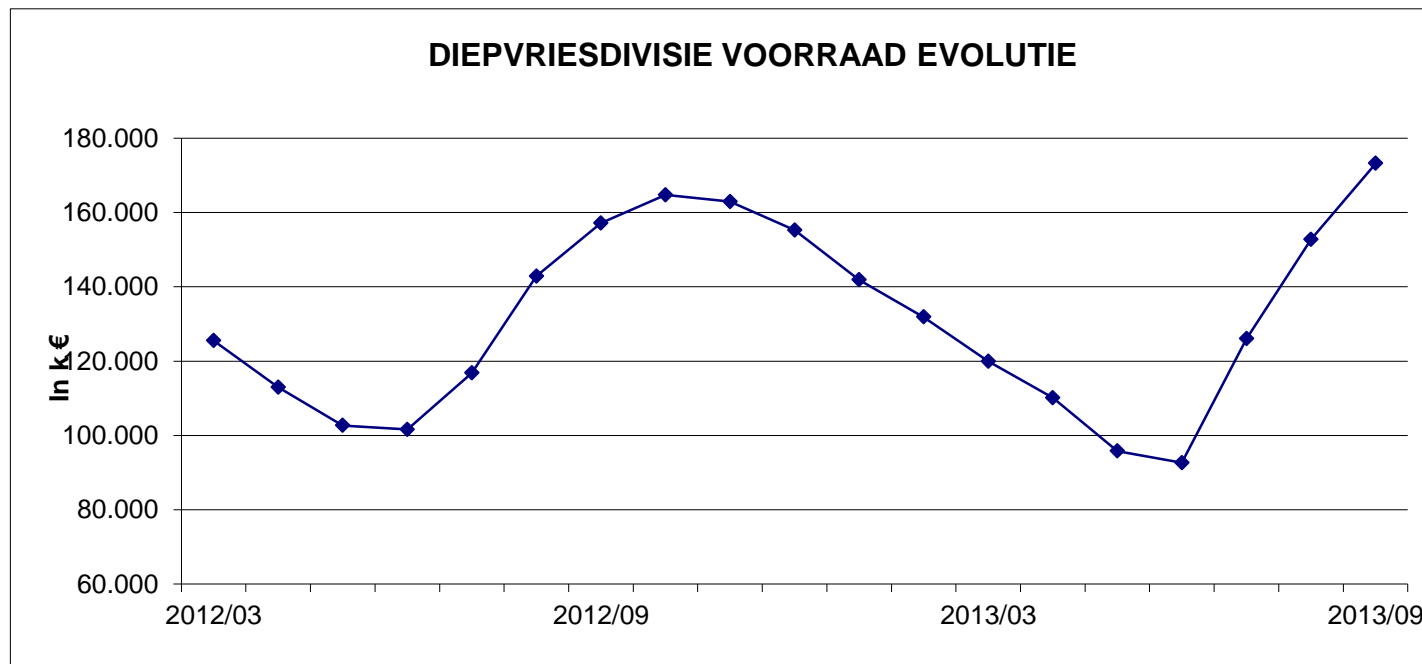
- We streven naar Integraal Customer Management en het bouwen van lange termijn relaties van klanten
- We brengen innovatieve oplossingen naar klanten
- We brengen service en een breed gamma met een lokaal en internationaal aanbod en aangepast aan de segmenten: retail, food service en food industry

2. Low cost producer zijn door Operational Excellence

- Continue verbeteren van operationele efficiënties doorheen de organisatie door Lean, 6sigma, etc.
- Continue investeringen in productiefaciliteiten om efficiëntie te verbeteren (Mio Euro in 2013)
- Optimiseren van productiefaciliteiten, na de aankopen ervan in 2013 in Frankrijk (2), Polen (4), Hongarije (2) en UK (1)

3. Verbeteren van Free Cash Flow:

- Verminderen van werkkapitaal dat hoog is in de sector en zeer cyclisch



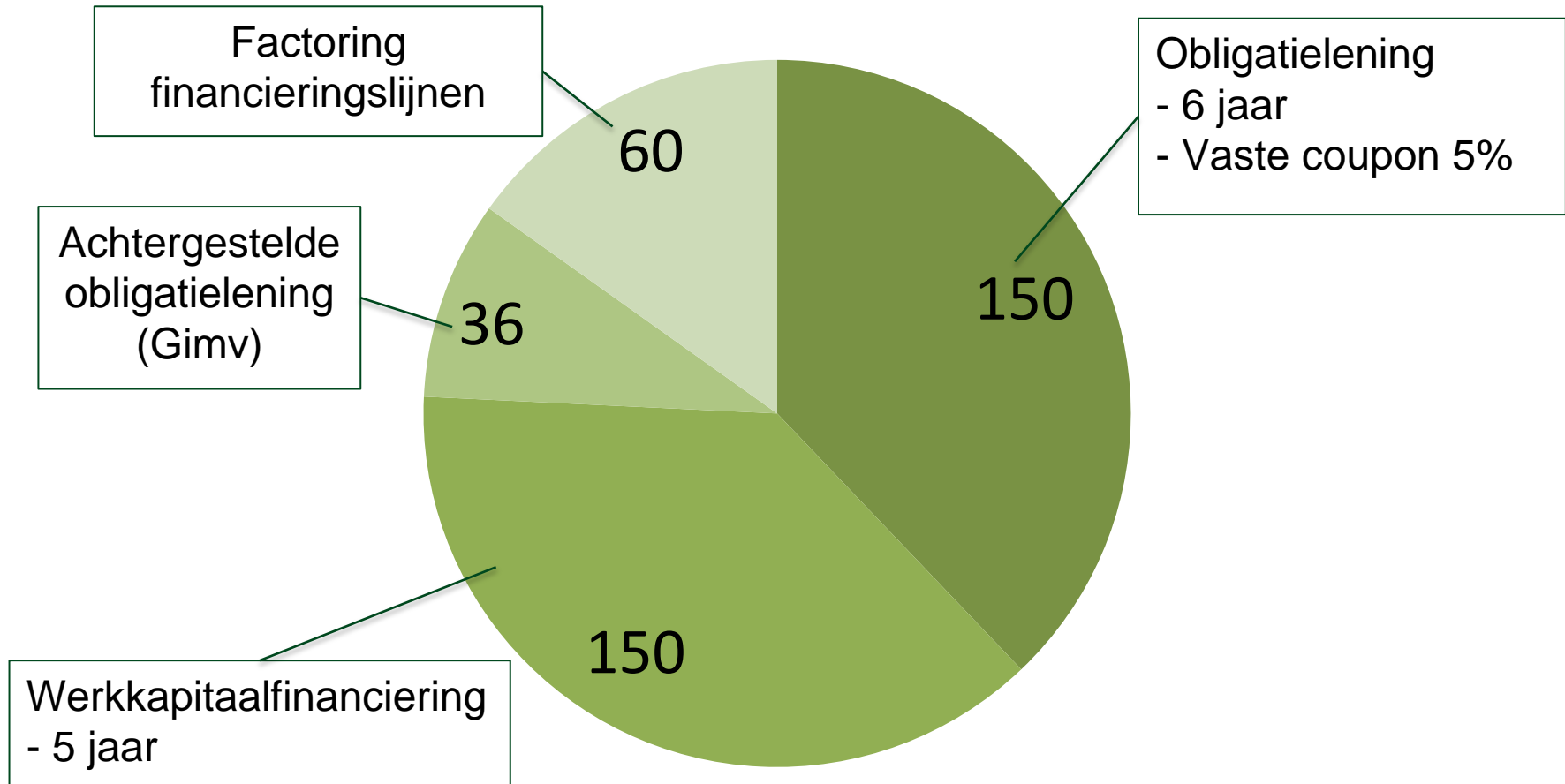
3. Verbeteren van Free Cash Flow:

- Het verwerven van productie-eenheden midden 2013 maakt dat de huurkosten zijn vervangen door afschrijvingen. Deze huurkost bedroeg 5,6 mio Euro over boekjaar 2013/2014 (7 maanden) en 9,6 mio Euro op jaarbasis.
- Vereenvoudigen van de groepsstructuur en financiële kosten drukken

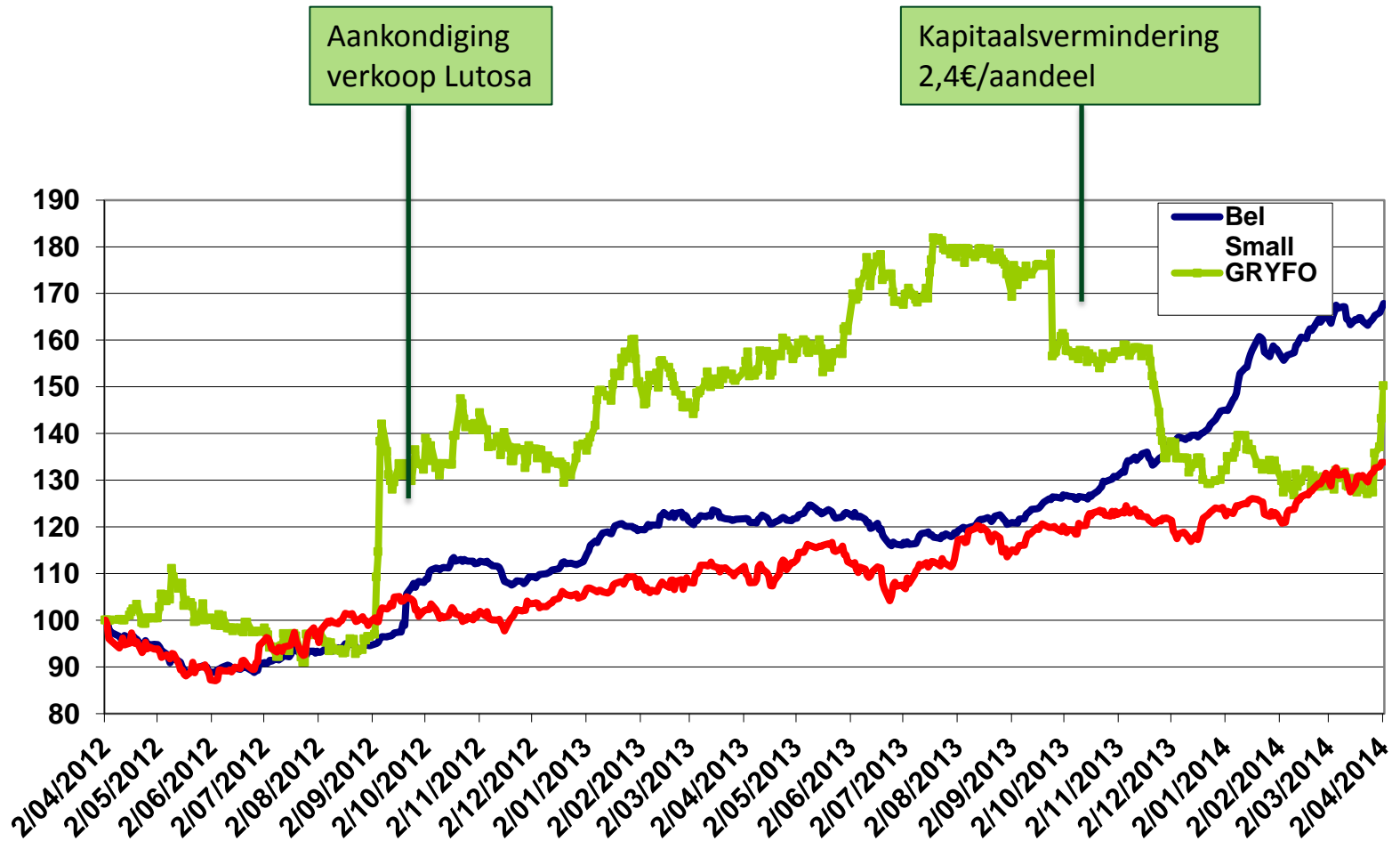
4. Verbeteren van efficiëntie van de organisatie

- Performance gebaseerd management met cascade in de organisatie van de strategische prioriteiten en objectieven
- Standardiseren van bedrijfsprocessen met prioriteit voor S&OP, om de internationale footprint te optimaliseren
- Investeren in trainingen

Financieringsstructuur in mio Euro



Beurskoersevolutie vanaf oktober 2012



?

Q&A

Appendices

Geconsolideerde key cijfers boekjaar 2012-2013

In Mio Euro	31/03/2013 (12 mnd)			31/03/2012 (15 mnd)		
	Totaal	Cont'd	Discont'd	Totaal	Cont'd	Discont'd
Omzet	876,5	612,1	267,5	832,8	534,1	301,8
Operationeel resultaat	35,3	20,1	15,2	3,3	-10,3	13,6
Financieel resultaat	-17,9	-19,4	1,5	-24,6	-23,3	-1,3
Belastingen	-5,8	-0,1	-5,7	7,2	11,6	-4,3
Nettoresultaat	11,6	0,6	11,0	-14,1	-22,0	8,0

In Mio Euro	31/03/2013	31/03/2012
Eigen vermogen	182,2	171,4
Netto financiële schuld (CECAB earn-out inbegrepen)	215,2	198,9

Verkorte resultatenrekening conform IFRS5

Geconsolideerd overzicht van gerealiseerd resultaat (in duizenden euro)	31/03/2013 (12 maanden)	31/03/2012 (15 maanden)
VOORTGEZETTE ACTIVITEITEN		
Omzet	612.087	534.093
Voorraadwijziging goederen in bewerking en gereed product	3.714	2.406
Overige bedrijfsopbrengsten	12.012	10.702
Handelsgoederen, grond- en hulpstoffen	-344.424	-327.240
Diensten en diverse goederen	-148.293	-129.468
Personeelskosten	-85.296	-73.309
Afschrijvingen	-20.271	-20.883
Bijzondere waardevermindervers verliezen op activa		
Waardeverminderingen	-681	-1.495
Voorzieningen	-1.128	-450
Overige bedrijfskosten	-7.665	-4.643
Bedrijfsresultaat (EBIT)	20.055	-10.287
Eénmalige opbrengsten		257
Eénmalige kosten	-2.433	-17.963
Bedrijfsresultaat voor éénmalige opbrengsten en kosten (REBIT)	22.488	7.419
Financiële opbrengsten	2.201	1.085
Financiële kosten	-21.561	-24.420
Bedrijfsresultaat na nettofinancieringskosten	695	-33.622
Belastingen	-66	11.592
Winst (verlies) van de periode uit voortgezette activiteiten	629	-22.030
NIET-VOORTGEZETTE ACTIVITEITEN		
Winst (verlies) van de periode uit niet-voortgezette activiteiten	10.957	7.975
WINST (VERLIES) VAN DE PERIODE	11.586	-14.055

Verkorte geconsolideerde balans conform IFRS 5 - activa

(Alle bedragen in '000 EUR)	31/03/2013	31/03/2012	Evolutie in %
Activa			
<i>Vaste activa</i>	180.788	279.866	-35,40%
Immateriële vaste activa	24.322	27.813	-12,55%
Goodwill	10.233	61.790	-83,44%
Materiële vaste activa	131.449	185.734	-29,23%
Financiële vaste activa	3.350	3.350	0,00%
Vorderingen op meer dan één jaar	726	705	3,10%
Uitgestelde belastingvorderingen	10.708	475	2.156,07%
<i>Vlottende activa</i>	603.200	398.978	51,19%
Vorraden	200.516	236.837	-15,34%
Vorderingen	85.060	123.708	-31,24%
Beschikbaar	21.815	38.356	-43,12%
Derivaten	561	78	620,37%
Activa geclassificeerd als aangehouden voor verkoop	295.248		N/A
Totaal	783.988	678.845	15,49%

Verkorte geconsolideerde balans conform IFRS 5 - passiva

(Alle bedragen in '000 EUR)	31/03/2013	31/03/2012	Evolutie in %
Passiva			
Eigen vermogen*	182.181	171.400	6,29%
Voorzieningen en uitgestelde belastingen	27.991	42.942	-34,82%
Financiële schulden aan kredietinstellingen (KT)	197.572	193.115	2,31%
Financiële schulden aan kredietinstellingen (LT)	2.167	2.486	-12,80%
Achtergestelde obligatielening (LT)	39.089	38.519	1,48%
Achtergestelde obligatielening (KT)	400		N/A
Overige schulden (LT)	3.128	3.128	0,00%
Overige schulden (KT)	231.831	227.256	2,01%
Verplichtingen verbonden met activa geassocieerd als aangehouden voor verkoop	99.629		N/A
Totaal	783.988	678.845	15,49%
Netto financiële schuld **	215.150	198.891	8,13%
Werkkapitaal	174.975	179.235	-2,38%

* Eigen vermogen inclusief minderheidsbelangen

** Inclusief achtergestelde obligatieleningen

De Groep verwacht dat het REBITDA resultaat uit voortgezette activiteiten (diepvries- en conserven divisie) hoger zal liggen dan de gerealiseerde REBITDA van vorig jaar, zijnde hoger dan 43,5 miljoen euro.