



La storia

La prima scatola di piselli è uscita dalla fabbrica nel 1926, mentre il marchio Bonduelle è apparso per la prima volta nel 1947. Nonostante questo, la storia dell'azienda prende il via nel 1853, anno in cui il primo membro della famiglia Bonduelle decide di lanciarsi nell'industria.

1853-1926 Le origini: la nascita di un grande gruppo

L'azienda Bonduelle vede le sue origini nel 1853, allorché **Louis Bonduelle-Dalle** (1802-1880) e il suo amico **Louis Lesaffre-Roussel** (1802-1869), entrambi provenienti da famiglie d'origine contadina del nord della Francia, decidono di creare una distilleria di cereali e di ginepro a Marquette-lez-Lille, 5 km a nord di Lille, con il nome di "Lesaffre et Bonduelle, Alcools de l'Abbaye".

Lo sviluppo dell'attività della distilleria consente ai soci d'incrementare gli affari a tal punto che, il 17 giugno 1862, acquistano a Renescure, cittadina tra Lille e Calais, un'azienda agricola, destinata anch'essa ad essere trasformata in distilleria.

Nel 1901 si verifica una svolta decisiva nella storia dell'azienda: la spartizione del patrimonio della "Lesaffre et Bonduelle", arrivato a comprendere sette siti produttivi, tra i discendenti dei soci fondatori. Questa divisione patrimoniale sancisce, di fatto, la nascita della società Bonduelle poiché agli eredi Bonduelle viene attribuita la distilleria di Renescure.

1926-1946 Le nuove attività: gli inizi del conservificio

Parecchi anni dopo, nel 1926, l'azienda agricola di famiglia situata nel piccolo paese di Woestyne (vicino a Renescure) viene dotata di una prima trebbiatrice per piselli e di autoclavi. Nei campi vengono, così, messi a coltura piselli destinati all'inscatolamento. Si tratta, tuttavia, di un'attività ancora a carattere artigianale. Inizialmente, infatti, la superficie coltivata a piselli è pari a 16 ettari, equivalenti ad una produzione di circa 90.000 scatole: un'inezia al confronto del miliardo di pezzi venduti oggi!

Negli anni '30, la domanda proveniente dai consumatori è enorme, al punto che nel 1936 l'azienda agricola viene ampliata a 230 ettari e viene ingrandito anche l'annesso conservificio.

Nel luglio 1940, durante l'invasione della Francia da parte dell'esercito tedesco, il conservificio subisce ingenti danni. La produzione viene interrotta e non riprenderà sino alla conclusione della seconda guerra mondiale.

1947-1962 Dall'artigianato all'industria: un marchio attento alle esigenze dei consumatori

Gli affari riprendono velocemente all'indomani della guerra. Bonduelle si svincola dalla rete commerciale di una società partner, La Rochefortaise, che sino a quel momento aveva garantito la commercializzazione dei prodotti, e lancia così il proprio marchio.

Nel 1947 vengono prodotte infatti le prime confezioni con il marchio Bonduelle.

Il successo arriva in fretta. La produzione della sola azienda agricola Bonduelle non è più sufficiente per rifornire una fabbrica che lavora sempre più a pieno regime. Bonduelle contatta i coltivatori della regione e si affida a loro per un approvvigionamento esterno.

Nel 1957, Bonduelle decide di inscatolare un mix di piselli e carote. Proporre i vegetali in mix nella stessa confezione rappresenta una grande novità per il mondo delle conserve di allora e sarà la base del successo commerciale dell'azienda.

Nel corso di quegli anni si afferma la priorità di garantire una produzione di qualità che risponda alle continue evoluzioni del gusto del pubblico. Questo spirito continuerà ad essere sviluppato anche in seguito.



1963-1974 La crescita industriale: un periodo di forte espansione e la nascita della prima filiale in Italia

Bonduelle avverte la necessità d'incrementare la capacità produttiva per far fronte alla crescita della domanda di verdure conservate. L'azienda provvede, pertanto, ad aumentare le superfici messe a coltura andandosi ad insediare nei migliori terreni agricoli disponibili.

Parallelamente i consumatori cominciano a riconoscere il posizionamento di Bonduelle come specialista delle verdure.

Nel 1968, si materializza una nuova prodezza tecnologica: la surgelazione delle verdure, che conoscerà in seguito un enorme successo. Bonduelle costruisce così una fabbrica di surgelati vicino alla fabbrica di conserve, a Estrées.

A partire dalla metà degli anni '60, la politica d'esportazione verso gli altri Paesi del Mercato Comune assume un'importanza notevole, accompagnata in seguito dalla **creazione di filiali europee**: in Germania (1969), **in Italia (1972)** e in Inghilterra (1973). Seguiranno altri Paesi.

Già nel 1973, le esportazioni costituiscono oltre la metà del fatturato Bonduelle.

1975-1984 L'era delle grandi manovre: al di là della Piccardia

A metà degli anni '70, Bonduelle è alla ricerca di nuove opportunità per continuare a crescere. Nell'arco di dieci anni, il fatturato aumenta notevolmente. Bonduelle avvia progetti di sviluppo che la portano ad insediarsi nel Sud-Ovest della Francia, nell'Oise (zona a nord di Parigi) e poi in Belgio. Quest'ampliamento geografico permette all'azienda d'investire in due nuovi settori: il mais e i funghi.

Nel 1980, Bonduelle acquisisce Marie-Thumas, la più grande azienda conserviera di verdure del Belgio. Marie-Thumas vanta un marchio leader e una presenza centenaria nel mercato belga.

Nel 1983, si assiste a un'ottimizzazione della capacità produttiva: 350.000 tonnellate di conserve e 90.000 tonnellate di surgelati, Bonduelle può vantare una solidissima posizione quale principale azienda europea nel mercato delle verdure conservate.

1985-1993 Alla conquista dell'Europa: il leader prende il volo

Nel 1985, viene coniato in Francia il famosissimo slogan: "*Quand c'est bon, c'est Bonduelle*", che permette di consolidare ulteriormente l'identità di marca.

La prima comparsa dei prodotti Bonduelle in Italia risale al 1972, ma è solo dal 1986, quando il Gruppo ha già acquisito la leadership nei grandi mercati dell'Europa Occidentale, che la strategia di sviluppo si concentra sul nostro mercato.

L'azienda stabilisce la sua filiale italiana a Carpenedolo, in provincia di Brescia.

È da quel momento, infatti, che in Italia cominciano ad essere create le strutture commerciali, logistiche, manageriali e, in seguito, anche produttive.

In linea con la costituzione della CEE, l'azienda accelera la propria internazionalizzazione con la creazione di una filiale spagnola (1986) e di una portoghese (1988).

Alla fine del 1989, Bonduelle acquisisce Cassegrain, la principale concorrente francese nel mercato delle conserve.

Leader in Germania, Belgio e nei Paesi Bassi, il gruppo Bonduelle diventa così l'azienda leader anche in Francia con i due marchi più noti ai consumatori.

Contemporaneamente, ha inizio l'espansione in Europa Orientale: nel 1992 l'ex Repubblica Democratica Tedesca, la Repubblica Ceca e, subito dopo, la Polonia entrano a far parte dei Paesi in cui vengono commercializzati prodotti Bonduelle.

Sempre nel 1992, nasce in Italia la divisione Food Service con l'obiettivo di affermarsi in un settore con caratteristiche a se stanti come quello della Ristorazione.

In questi anni, l'innovazione resta per Bonduelle una garanzia di qualità. È del 1986 il lancio di una nuova gamma di surgelati, *Poêlées Minute*, che offre ai consumatori maggiore praticità e varietà nel consumo di verdure surgelate.



1994-1999 La crescita del Gruppo e il lancio delle verdure fresche pronte all'uso

All'alba del terzo millennio, l'obiettivo è unificare l'immagine del marchio Bonduelle presente in tutto il mondo. Nel 1995, il gruppo sceglie per il marchio un'identità visiva simbolo di rinascita: un sole radioso contornato dal verde, ad evocazione della natura, del piacere e del benessere. Bonduelle non si ferma al rinnovamento della propria immagine, ma continua l'espansione a livello mondiale.

Dopo l'apertura di una filiale commerciale in Brasile nel 1994, è l'Argentina a scoprire i prodotti Bonduelle nel 1996.

Nella primavera 1998, il gruppo Bonduelle viene quotato al secondo mercato della Borsa di Parigi.

Il Gruppo continua a crescere estendendo il proprio know-how ad una nuova tecnologia di trasformazione: la verdura fresca "elaborata".

Nel 1998, infatti, il marchio Bonduelle fa il suo ingresso nel mercato del fresco confezionato pronto al consumo (cosiddetta IV Gamma) prima in Francia, con l'acquisizione di una partecipazione maggioritaria in Salade Minute, e poi in Italia, grazie alla firma di un accordo di partnership con la Cielo e Campo, a quel tempo azienda n. 2 del settore nel nostro Paese.

Bonduelle Italia lascia così la sede di Carpenedolo (BS), dov'era localizzata sin dal suo ingresso sul mercato italiano, per trasferirsi in parte a Peschiera Borromeo (con le divisioni Ristorazione e Fresco) e in parte a Montichiari (con il Retail Conserve e Surgelati).

Nel giugno 1999, le verdure di IV Gamma con il marchio Bonduelle fanno la loro comparsa sugli scaffali italiani.

2000... Un'era nuova

Sviluppo internazionale

Il settore Fresco

In Italia, la partnership con Cielo e Campo, iniziata nel 1998 con l'acquisto del 25% dell'azienda, porta, nel maggio 2000, Bonduelle Fresco ad assumere il totale controllo dell'azienda milanese.

Con quest'operazione, Bonduelle incrementa il fatturato di 30 milioni di euro e si assicura uno stabilimento in Italia (a Peschiera Borromeo) per la IV gamma, settore in cui acquisisce il 20% del mercato italiano.

Il 2000 è anche l'anno della creazione di Bonduelle Frische in Germania.

Nel marzo 2001, il Gruppo annuncia la fusione tra Cielo e Campo e Ortobell (Azienda italiana n. 1 del fresco), che porta in dote lo stabilimento dedicato alla IV gamma di San Paolo d'Argon (Bergamo), specializzato nelle insalate tenere, e quello di Battipaglia (Salerno) nel sud Italia. L'attività in Italia, fino a quel momento focalizzata soprattutto sulle Conserve Retail, punta così decisamente verso lo sviluppo del Fresco, sia nel canale Retail che nella Ristorazione.

Sulla base delle esperienze maturate in ambito internazionale e di approfondite ricerche sul consumatore italiano, Bonduelle Fresco Italia introduce nella IV gamma italiana l'elemento della marca riconoscibile, capace di farsi garante della qualità del prodotto fresco confezionato ed inizia una massiccia campagna divulgativa su questa nuova categoria di prodotto, attraverso la scelta di un packaging ricco di informazioni, abbinato a forti campagne di comunicazione in televisione e sulla stampa.

Nel campo delle innovazioni, nel 2003 Bonduelle lancia sul mercato "Agita & Gusta", la prima insalata completa di condimento, posate e tovagliolo, pronta in quattro semplici mosse, proposta in un pack brevettato in esclusiva per Bonduelle Fresco.

Per accelerare lo sviluppo delle insalate di IV gamma sul mercato nord europeo, Bonduelle realizza, nel settembre 2003, uno stabilimento per le insalate di IV gamma a Straelen, in



Germania, nelle immediate vicinanze del Benelux, e nel 2004 acquisisce Vita, l'azienda leader di categoria in Germania.

Grazie a queste acquisizioni in Europa, Bonduelle diventa il leader nella produzione e commercializzazione di insalata di IV gamma del Vecchio Continente oltre che nei singoli mercati di Italia e Germania.

Il settore dei Surgelati

Nel settore dei **Surgelati**, Bonduelle rileva da Unilever Food España, le attività delle verdure surgelate (gennaio 2001), comprensive del marchio Frudesa, dello stabilimento di Benimodo (Valencia) con i suoi 460 collaboratori, delle scorte e dei contratti commerciali, acquisendo in tal modo la leadership in Spagna nel settore delle verdure surgelate.

Il settore delle Conserve

Allo scopo di consolidare le proprie posizioni e per rispondere al meglio all'evoluzione dei mercati molto promettenti dell'Europa orientale, Bonduelle rileva nel febbraio 2003 un conservificio di verdure con una capacità di 50.000 tonnellate a Békéscsaba, nel sud-est dell'Ungheria, in una zona particolarmente fertile. Quest'unità produttiva rende possibile l'ampliamento del piano agroindustriale di Bonduelle verso l'Est europeo.

In Italia, Bonduelle "risveglia" il mercato delle Conserve verdi grazie alla sua capacità d'innovazione, investendo in tecnologia e nello sviluppo di nuovi prodotti, formati e packaging che arricchiscono l'offerta, rendendola così più vicina ai gusti e alle esigenze dei consumatori. Così nel 2003, dopo anni di ricerche sul consumatore, studi di fattibilità e sperimentazioni condotte insieme agli specialisti della Tetra Pak, Bonduelle porta l'innovazione anche sui prodotti più storici, i legumi, lanciando sul mercato l'innovativa linea "al naturale" confezionati in Tetra Recart®.

Rafforzamento dell'attività dei piatti pronti

Acquisendo nel marzo 2003 la società bretone Michel Caugant, specialista dei piatti pronti a base di verdure (2 stabilimenti a Rosporden, nel Finistère), Bonduelle diventa co-leader in Francia in questo segmento, rafforzando così la sua presenza sul mercato delle verdure fresche pronte all'uso. Poiché il settore della IV gamma e quello dei piatti pronti rispondono a logiche diverse, nell'aprile 2003 Bonduelle decide di creare una sesta divisione, Bonduelle Traiteur, che raggruppa le attività legate ai piatti pronti a base di verdure provenienti da Bonduelle Frais e quelle provenienti da Michel Caugant. In tal modo, la divisione Bonduelle Frais può rifocalizzarsi sul core business delle insalate di IV gamma.

Sponsor sportivo

Dal 1999 al 2006 il trimarano Bonduelle, timonato dallo skipper Jean Le Cam, ha tenuto alti i colori del gruppo gareggiando nelle più importanti competizioni e partecipando al campionato mondiale dei multiscafi. Alla Transat Jacques Vabre del 2001 si è classificato al quarto posto e ha partecipato alla Route du Rhum 2002. Confermando il proprio coinvolgimento in uno sport in linea con i suoi valori, Bonduelle ha lanciato nel 2003 il programma di costruzione di un motoscafo e ha affrontato, nel 2004 e nel 2005, la Vendée Globe Challenge.

Fondazione L. Bonduelle

In risposta agli allarmanti dati sulla salute alimentare degli europei, nel 2005 nasce in Francia la Fondation Louis Bonduelle, istituzione senza scopo di lucro che promuove iniziative educative per sensibilizzare al consumo quotidiano di verdure e a un'alimentazione sana ed equilibrata.

La Fondation approda anche in Italia dove, assunta una propria identità col nome di Fondazione L. Bonduelle, ha dato vita ad un intenso programma fatto di attività mirate sul territorio, sostegno alla ricerca, campagne di informazione e un sito web dedicato. www.fondazionebonduelle.org



La verdura, tutta la verdura, nient'altro che la verdura...dal 1926 ad oggi

Il mercato Europeo della verdura ha un valore globale di 55 miliardi di euro; Bonduelle è la prima azienda nella produzione e vendita di verdure fresche lavate e confezionate (IV gamma) ed è leader anche nel mercato delle conserve con il 30% del mercato totale. Nel settore della verdura surgelata si posiziona al secondo posto con l'11% di quota di mercato.

Il gruppo impiega 5.888 dipendenti permanenti, in 21 Paesi e 26 insediamenti industriali.

Con un fatturato di 1.425,8 milioni di euro, il Gruppo Bonduelle guarda con serenità al proseguimento della propria crescita e della propria redditività, vera e propria garanzia di espansione e d'indipendenza per l'azienda.

Per il futuro, l'azienda vanta una strategia senza ambiguità: dedicarsi alle verdure utilizzando tutte le tecnologie disponibili, in Europa e in ogni parte del mondo in cui emergano nuovi mercati e in tutti i canali distributivi.

Bonduelle vuol dire verdura in tutte le sue forme e su tutte le tavole del mondo.