

**BONDUELLE AMERICAS LONG LIFE DEVIENT NORTERA :
UNE NOUVELLE ÈRE ET UNE NOUVELLE IMAGE DE MARQUE POUR L'ORGANISATION**

Brossard, Québec, 27 octobre 2022— Chef de file nord-américain de la transformation de légumes en conserve et surgelés, NORTERA dévoile sa nouvelle image de marque suivant l'acquisition de 65 % des parts de *Bonduelle Americas Long Life* par le Fonds de solidarité FTQ (32,5 %) et la Caisse de dépôt et placement du Québec (32,5 %), le 30 juin dernier. Le Groupe Bonduelle maintient 35 % des parts de cette nouvelle entité.

L'événement de dévoilement a été le moment tout désigné pour rencontrer les nouveaux actionnaires réunis pour cette grande première au siège social de NORTERA, récemment établi à Brossard, Québec.

Pour le directeur général de NORTERA, Daniel Vielfaure, il s'agit d'un jour important pour les employés et les dirigeants qui font la connaissance des propriétaires de l'entreprise. « Ce nouveau chapitre laisse entrevoir un avenir dynamique reposant sur des bases solides, illustré par une nouvelle marque, NORTERA, un nom qui évoque les régions nord-américaines où nous récoltons et cultivons nos légumes, notre lien avec le territoire et la terre où poussent nos aliments, et une nouvelle ère de prospérité tournée vers l'avenir. Nous nous réjouissons de ce partenariat avec deux actionnaires financiers importants au Québec, le Fonds de solidarité FTQ, la CDPQ et le Groupe Bonduelle. L'apport en capitaux permettra à NORTERA de poursuivre sa croissance à long terme ; nous ne pouvions trouver meilleur scénario pour l'entreprise. »

Citations :

« Le Groupe Bonduelle se réjouit de voir la nouvelle entité NORTERA vivre de façon indépendante tout en étant toujours liée par son histoire et par l'ambition que partagent les deux organisations de créer les meilleures conditions de croissance qui soient : avec d'une part l'héritage du savoir-faire de Bonduelle sur les activités de conserve et de surgelé et une solide connaissance du marché, et d'autre part, les moyens financiers des nouveaux actionnaires CDPQ et FTQ pour accompagner le développement de l'entreprise. »

- Guillaume Debrosse, directeur général du Groupe Bonduelle

« NORTERA a de grandes ambitions et le Fonds de solidarité FTQ est fier de faire partie de cette entreprise névralgique du secteur agroalimentaire et de nos régions. Leur nouvelle image de marque et leur vision des prochaines années amèneront l'entreprise à atteindre de nouveaux sommets et à assurer une croissance à long terme. Le Fonds sera toujours présent pour accompagner et conseiller NORTERA à se dépasser. »

- Dany Pelletier, premier vice-président aux placements privés et investissements d'impact du Fonds de solidarité FTQ

« La CDPQ réitère sa fierté d'être devenue actionnaire de NORTERA, l'un des principaux acteurs de l'alimentation en Amérique du Nord. Nous serons à leurs côtés afin de consolider leur position de leader au Canada et de développer encore davantage le marché américain, le tout sous l'impulsion de cette nouvelle image de marque. »

- Kim Thomassin, première vice-présidente et cheffe, Québec de la CDPQ

L'identité visuelle de NORTERA, développée par l'agence créative LG2, est basée sur son symbole, la lettre N identitaire, formée de légumes coupés et prêts à cuisiner. Ses couleurs et ses formes s'inspirent de la variété des légumes produits par l'entreprise qui s'inscrivent dans la construction du symbole. La plateforme de marque et tous ses éléments reflètent la fraîcheur et la générosité de la terre nord-américaine.

À propos de NORTERA

Avec un chiffre d'affaires annuel de 1,15 milliard de dollars, NORTERA remplit sa mission en contribuant au bien-être des populations par l'alimentation végétale. Si aujourd'hui l'entreprise est sur toutes les tables d'Amérique du Nord, c'est qu'elle met tout en œuvre pour offrir une alimentation saine et durable. NORTERA exploite 13 usines de transformation au Canada et aux États-Unis, dédiées à la préparation de légumes en conserve et surgelés.

En plus d'assurer la production de grandes marques de distributeurs et de détaillants, NORTERA commercialise également ses propres marques, notamment Arctic Gardens et Del Monte au Canada, et procure de l'emploi à quelque 3 000 personnes en Amérique du Nord.

RENSEIGNEMENTS :

Valérie Lavoie
Conseillère principale
Massy Forget Langlois relations publiques
438.885.9135
vlavoie@mflrp.ca

Michelle Lemery
Conseillère principale, communication marketing
NORTERA
514.862.8036
michelle.lemery@norterafoods.com