



Réunion annuelle d'information

du 26 juin 2013



Réunion annuelle d'information

du 26 juin 2012

Ordre du jour :

- Présentation générale de l'entreprise
- Activité 2012
- Résultats financiers 2012
- Perspectives 2013-2014
- Questions



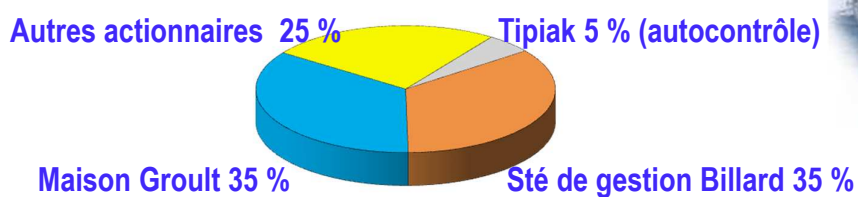
Présentation Générale

TIPIAK, une longue histoire

Née en 1967 de la fusion de deux entreprises familiales centenaires.

Un actionnariat stable

(depuis l'origine de Tipiak)



Présentation Générale

Tipiak, une ambition

“Assurer le développement durable, autour de
la marque Tipiak et de valeurs partagées,
d'entreprises pionnières, performantes et leaders,
aux savoir-faire culinaires reconnus”



Présentation Générale

Une organisation au service d'une ambition



Secteur Sec

Epicerie

- . aides pour cuisiner
- . plats céréaliers
- . produits pour industriels

Panification

- . croûtons
- . feuilletés prêts à garnir



Secteur Froid

Traiteur Pâtissier

- . produits cocktail salés
- . produits cocktail sucrés
- . produits apéritifs

Plats Cuisinés Surgelés

- . entrées fruits de mer
- . plats cuisinés
- . crêpes et galettes
- . sauces



Présentation Générale

7 sites industriels spécialisés et concentrés dans le grand Ouest

Croûtons, feuilletés prêts à garnir

Plats cuisinés, crêpes, galettes et sauces surgelés

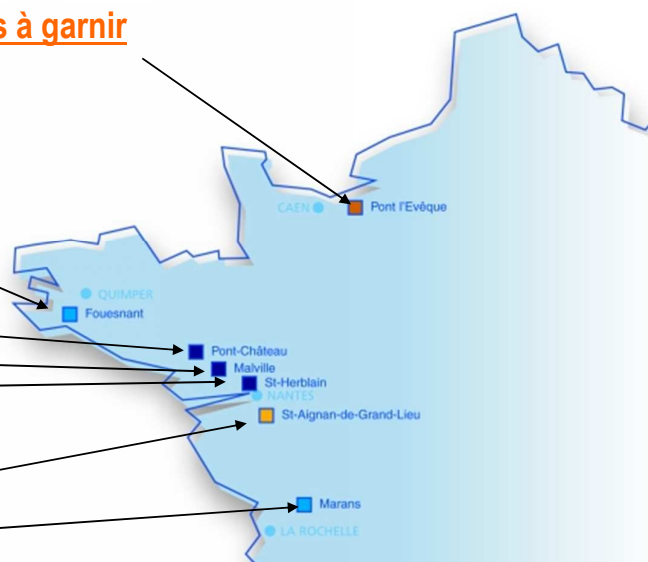
Mini-pâtisseries

Canapés

Pains surprise

Aides pour cuisiner, couscous, céréales

Entrées et plats de la mer surgelés





Présentation Générale

La marque Tipiak



Présentation Générale

Le territoire de la marque Tipiak :

Une collection unique de bons produits
servis de l'apéritif au dessert

- Leaders de leur catégorie
- Reconnus pour leur qualité culinaire
- Respectueux des traditions culinaires authentiques
- D'ici ou d'ailleurs, d'hier et d'aujourd'hui
- Inspirés d'une cuisine accessible, créative, ouverte sur le monde
- Emblématiques de l'art culinaire à la française



Les acquis de la marque Tipiak :

- 21 ans d'existence
- 48 % du Chiffre d'affaires
- Notoriété : 96 %
- Capital confiance : 89 % des consommateurs
- 55 % des foyers sont consommateurs 3 fois/an



Tipiak, une marque transversale

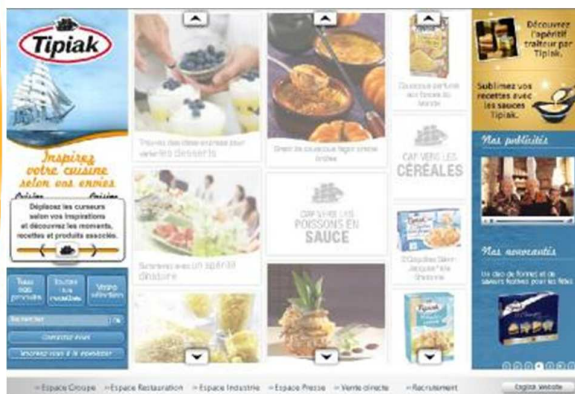
La marque se renforce et se diversifie en GMS
(rayon "épicerie sèche" et rayon "surgelés") :

- ✓ Une politique d'innovation et d'animation des produits leaders
- ✓ Une supériorité gustative validée régulièrement sur tous les produits leaders



Animation de la marque

- ✓ Poursuite de la saga publicitaire :
4 campagnes TV en 2012
- ✓ 3 nouveaux films publicitaires
tournés fin 2012



- ✓ Site internet tipiak.fr orienté consommateurs avec plus de 200 recettes disponibles
- ✓ Des accès dédiés professionnels (restauration, industrie, export)

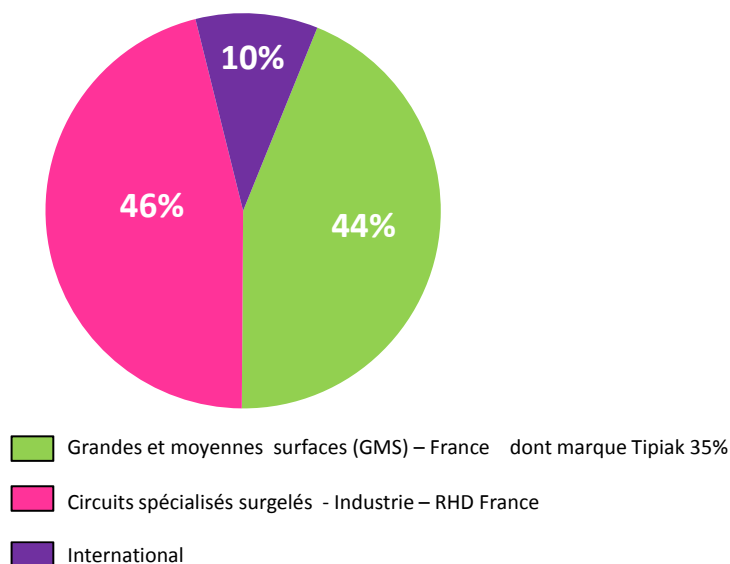


L'activité de Tipiak en 2012



Activité 2012

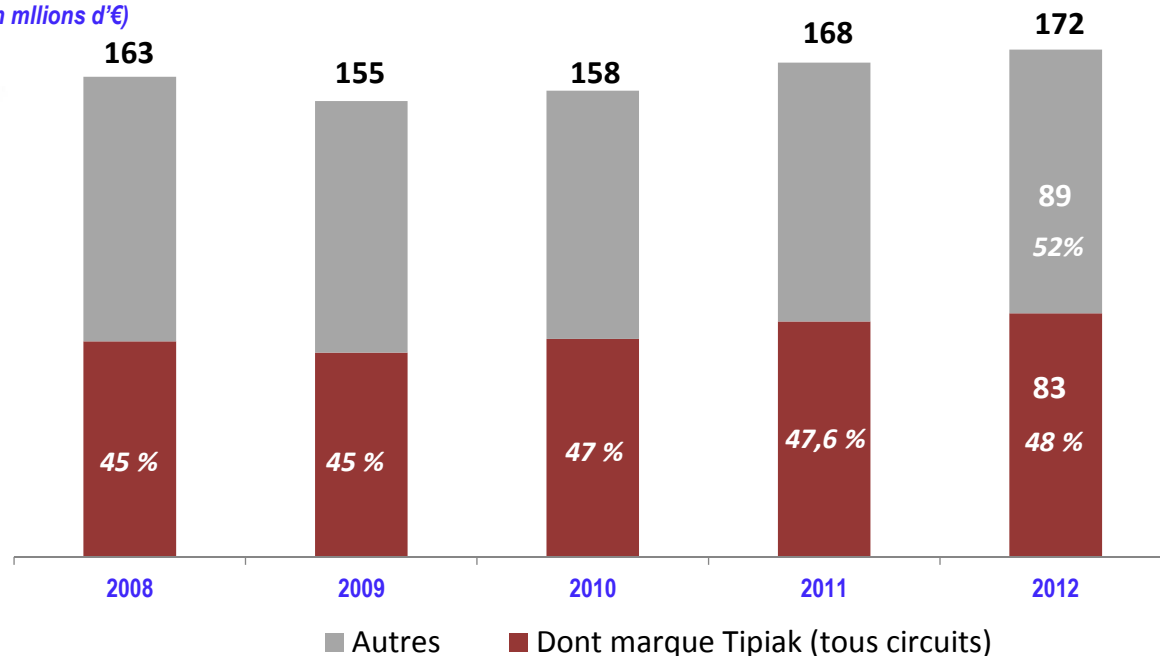
La structure du chiffre d'affaires par circuit reste stable



Activité 2012

Poursuite de la croissance des ventes : + 2,6 % soutenue par la marque "Tipiak" en GMS : + 3,9 %

(en millions d'€)

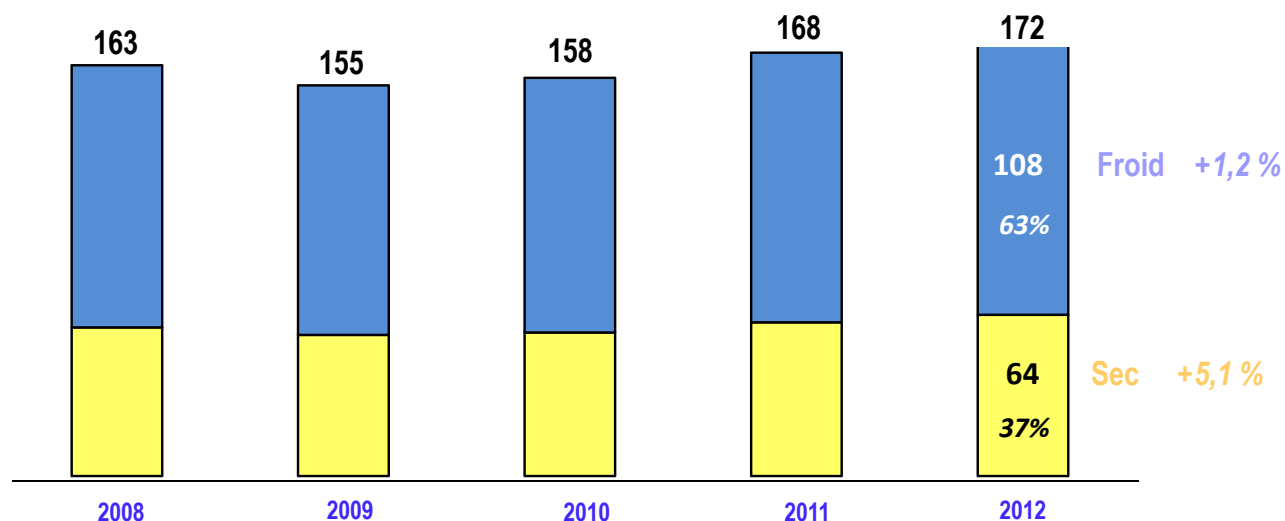




Activité 2012

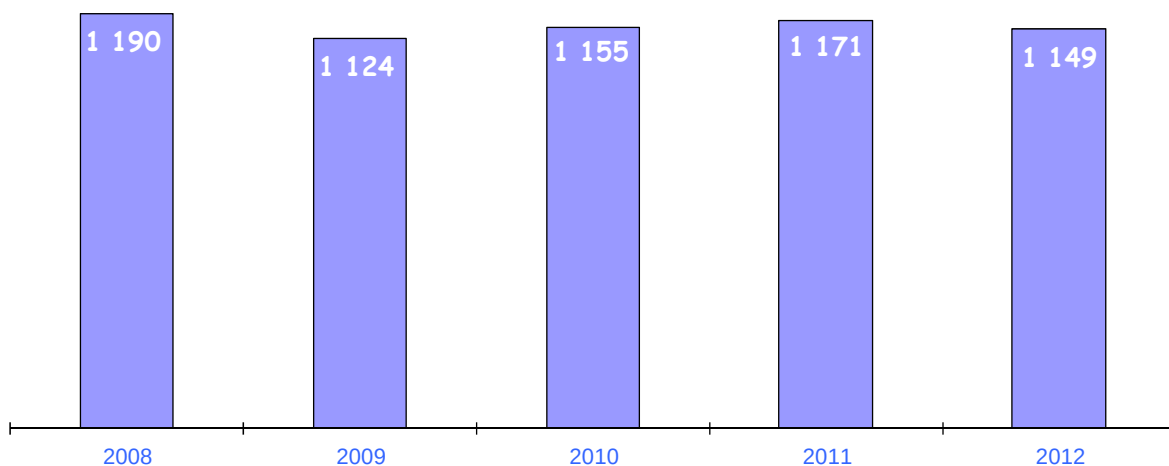
Croissance des ventes dans les deux secteurs

(en millions d'€)



Activité 2012

Evolution des effectifs* : légère baisse des emplois saisonniers



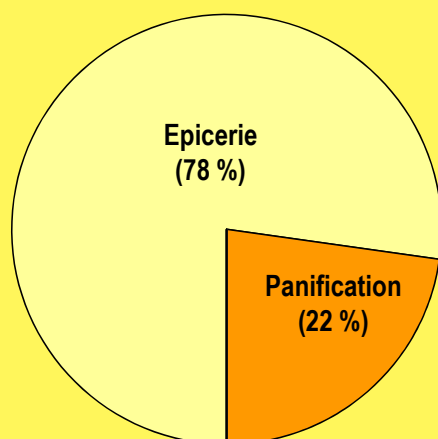
(*) en équivalent temps plein dont intérimaires



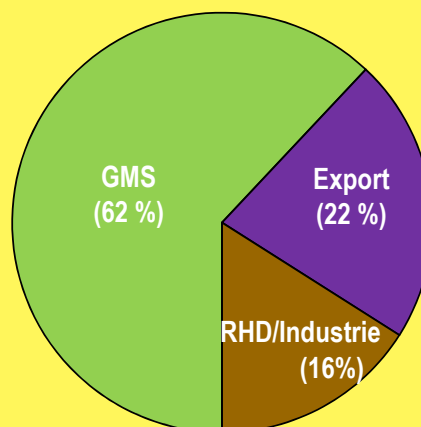
Le secteur « sec »



Chiffre d'affaires en croissance : + 5,1 %



Par métier



Par circuit



L'Épicerie



Chiffre d'affaires : 49,3 M€
(29 % du CA total de Tipiak)

Effectifs : 159

1 site : St Aignan de Grand Lieu (44)



Épicerie 2012

Progression du chiffre d'affaires : + 4,2 %

- ✓ **Augmentation des ventes portée par l'activité à marque Tipiak en GMS (+ 5,4 %) et par la RHD.**
- ✓ **Evolution modérée à l'international et érosion des ventes aux industriels en France suite au retrait de certains marchés**



Épicerie 2012

Des positions fortes sur deux marchés :

- ✓ **Aides pour cuisiner** **26 %** **N° 2**
(N° 1 : tapioca, chapelure, perles Japon, féculé)



- ✓ **Plats céréaliés** **36 %** **N° 1**



Épicerie 2012

- ✓ **Innovations en 2012 :**

Aides pour cuisiner



Plats céréaliés



- ✓ **Soutien publicitaire avec 2 campagnes TV :**
- *Couscous parfumés (avril)*
 - *Méli Mélo gourmand (juin-juillet)*





Principaux investissements (0,8 M€) :

- ✓ Rénovation des bâtiments administratifs et démarrage du réaménagement des ateliers
- ✓ Rénovation d'équipements (chaudières)



Ligne couscous à Saint-Aignan (44)



Panification



Chiffre d'affaires : 14,3 M€
(8 % du CA total de Tipiak)

Effectifs : 94

1 site : Pont L'Evêque (14)



Reprise de la croissance

- ✓ Après une stagnation des ventes en 2011, le pôle d'activité renoue avec la croissance (+ 8,3 %)
- Tous les circuits ont contribué à cette progression, sauf l'international.



La marque Tipiak conforte sa position de leader sur le marché des croûtons en GMS

Croûtons	30 %	N° 1
Feuilletés	14 %	Challenger



- ✓ Poursuite de l'innovation
- ✓ Optimisation des recettes et des packagings
- ✓ Soutien publicitaire en novembre (pub croûtons)



Panification 2012

Principaux investissements (0,5 M€) :

- ✓ Automatisation d'une ligne de production (croûtons cubes)
- ✓ Rénovation bâtiments (toiture)



Site de Tipiak Panification
à Pont l'Evêque (14)



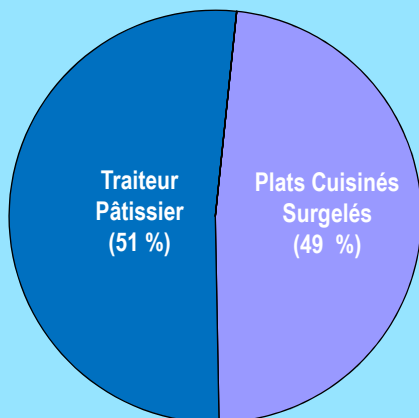
Activité 2012

Le secteur « froid »

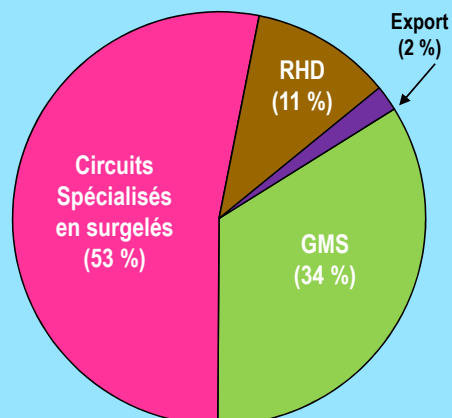


Secteur "froid" Activité 2012

Secteur « Froid » en croissance modérée : + 1,2 %



Par métier



Par circuit



Les Plats Cuisinés Surgelés



Chiffre d'affaires : 52,8 M€
(31 % du CA total de Tipiak)

Effectifs : 297

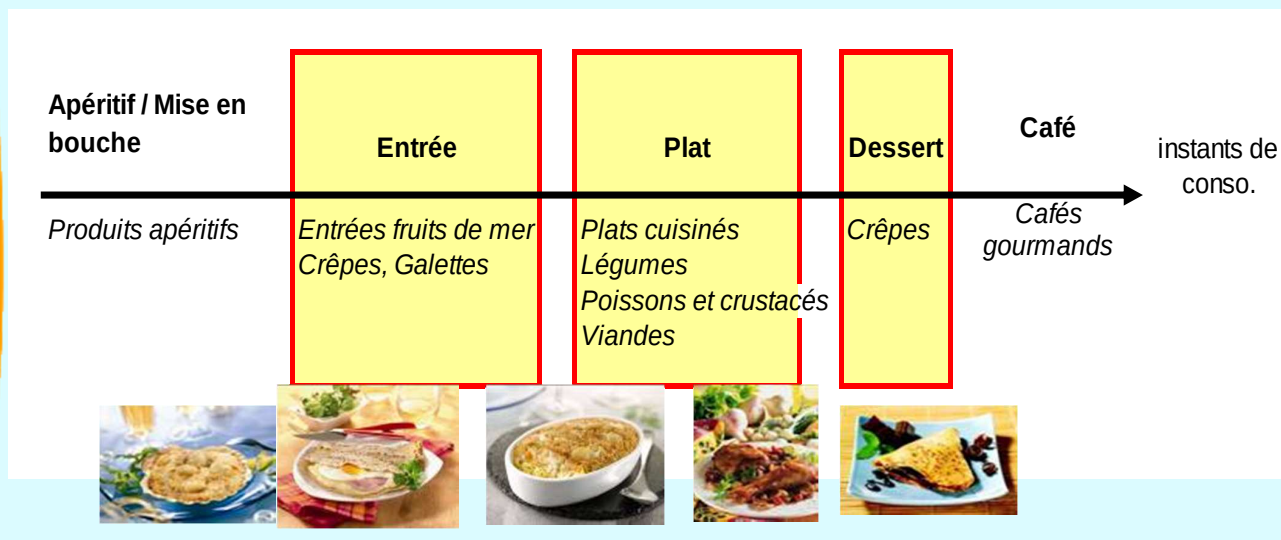
2 sites : Fouesnant (29)
et Marans (17)



Plats Cuisinés Surgelés 2012

Les « savoir-faire » de Tipiak Plats Cuisinés Surgelés

Structure de l'offre
par instant de consommation :



Plats Cuisinés Surgelés 2012

Croissance modérée des ventes : + 1 %

Évolution contrastée des ventes :

- ✓ La croissance est portée par la distribution spécialisée en surgelés, la GMS marque Tipiak (+ 2 %)
- ✓ Recul des circuits GMS marque distributeurs



Plats Cuisinés Surgelés 2012

Une marque **dynamique** au rayon surgelés :
+ 46 % des ventes en 5 ans

Positions dominantes de la marque sur 4 segments stratégiques :

- ✓ Entrées fruits de mer : 32 % N° 1
- ✓ Sauces : 98 % N° 1
- ✓ Galettes : 71% N° 1
- ✓ Brandades : 59 % N° 1



Plats Cuisinés Surgelés 2012

Nombreuses innovations à marque Tipiak

Produits de fin d'année



- ✓ Soutien publicitaire avec une forte campagne TV en décembre (pub coquilles)



Plats Cuisinés Surgelés 2012

Principaux investissements (1,5 M€) :

- ✓ **Mécanisation ligne coquilles à Marans**
- ✓ **Achat de matériels et rénovation des bâtiments à Fouesnant**



Ligne galettes à Fouesnant (29)



Traiteur-Pâtissier



**Chiffre d'affaires : 55,6 M€
(32 % du CA total de Tipiak)**

Effectifs : 556

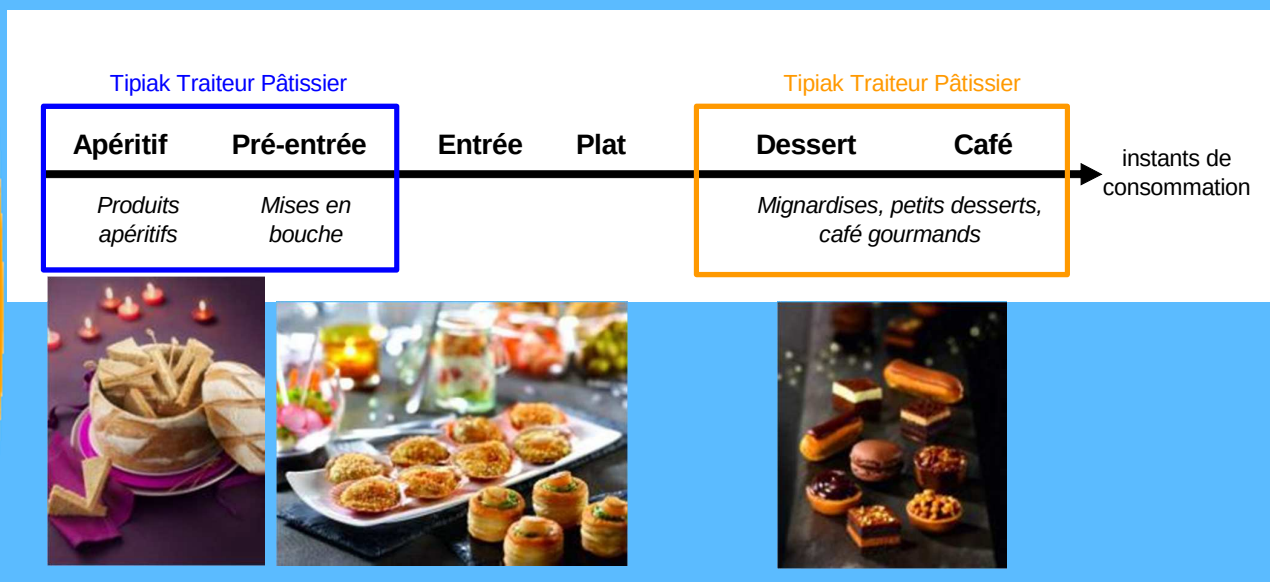
**3 sites (44) : Malville,
Pont-Château,
Saint-Herblain**



Traiteur-Pâtissier 2012

Les « savoir-faire » de Tipiak Traiteur-Pâtissier

Structure de l'offre par instant de consommation :

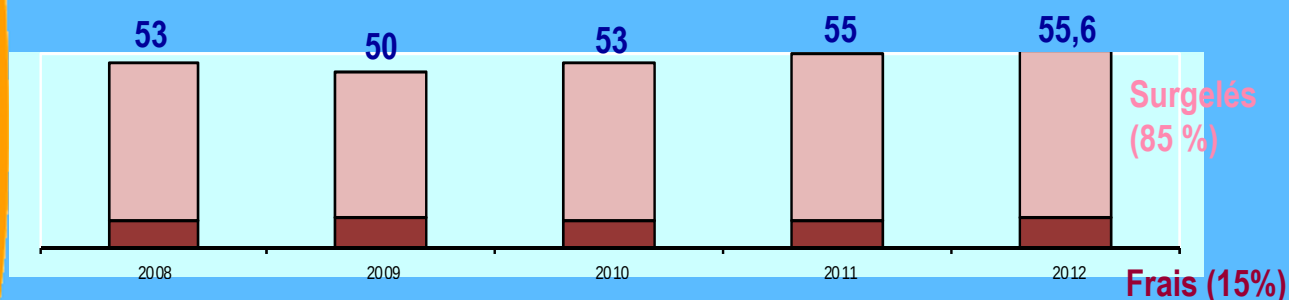


Traiteur-Pâtissier 2012

Poursuite de la croissance des ventes : + 1,5 %

- ✓ Progression des ventes dans les circuits de distribution spécialisés et à l'international
- ✓ Recul des ventes en GMS et en RHD

(en millions d'€)





Traiteur-Pâtissier 2012

Diversification de l'offre de produits apéritif qualitatifs

- ✓ à marque Tiptiak,
- ✓ aux marques d'enseignes qualitatives



Traiteur-Pâtissier 2012

**Tiptiak, un des acteurs principaux
du segment apéritif "premium" :**

18 % de part de marché sur la saison 2012

2 références leaders :



" 8 mini-coquilles Saint-Jacques "



"12 mini-croustillants"



Principaux investissements (3 M€) :

- ✓ Agrandissement du site de Malville
- ✓ Optimisation ligne pains surprise et informatisation de la traçabilité (Saint-Herblain)
- ✓ Mécanisation d'une ligne canapés (Malville)
- ✓ Acquisition de matériels (Pont-Château)



Ligne canapés à Malville (44)



Résultats financiers

2012



Résultats 2012

Les faits marquants de la période

- ✓ 3^e année consécutive de croissance des ventes du Groupe,
- ✓ Amélioration des résultats économiques tout en accroissant nettement les dépenses marketing
- ✓ Intensification de l'innovation à marque Tipiak, particulièrement dans le secteur froid,
- ✓ Consolidation des partenariats avec les distributeurs spécialisés,
- ✓ Réduction nette de l'endettement financier ; maintien de la capacité d'autofinancement



Résultats 2012

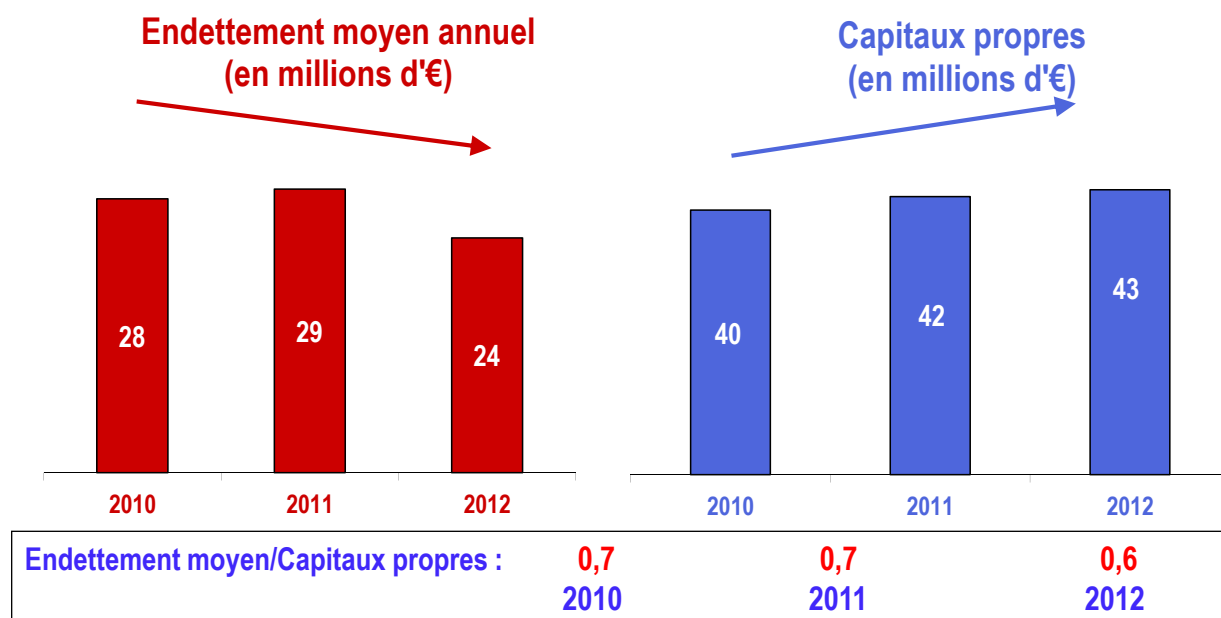
Reprise de la croissance des résultats économiques

	2012		2011		Rappel 2010	
	en millions d'€	% / chiffre d'affaires	en millions d'€	% / chiffre d'affaires	en millions d'€	% / chiffre d'affaires
Chiffre d'affaires net	172	100	167,6	100	158,1	100
Marge brute	100,9	58,7	98,5	58,8	97,6	61,7
Excédent brut d'exploitation	16,0	9,3	15,6	9,3	16,9	10,7
Résultat opérationnel	8,0	4,7	7,4	4,4	9,7	6,1
Résultat net consolidé	3,6	2,1	3,2	1,9	4,5	2,8



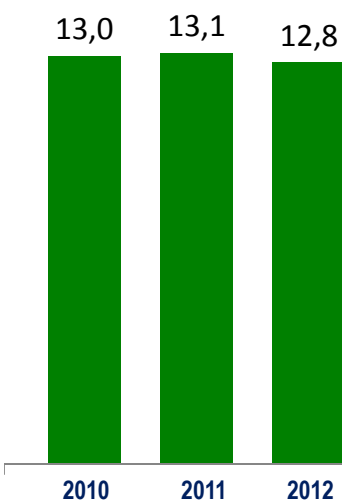
Structure financière

✓ En 2012, nette baisse de l'endettement

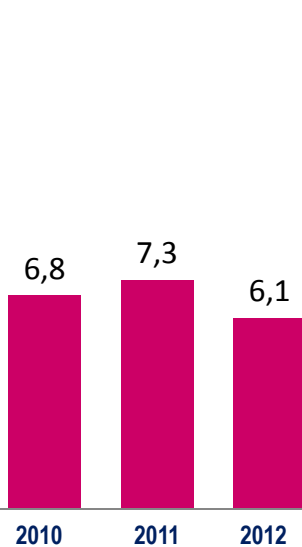


Données Financières

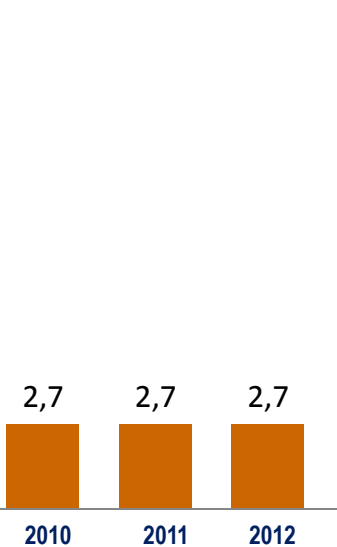
Capacité d'autofinancement



Investissements



Dividendes distribués



(en millions d'€)



Données Financières

✓ Evolution maîtrisée du Besoin en fonds de roulement (BFR)

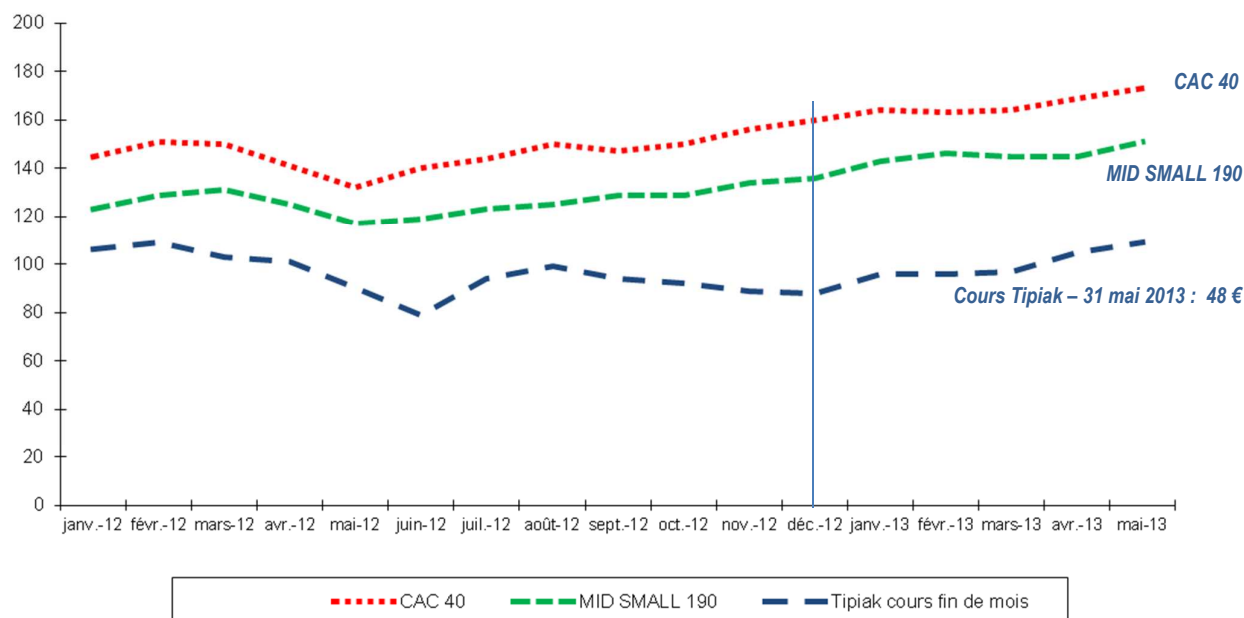
BFR annuel moyen	2010	2011	2012
■ en M€	20	22	23
■ en nombre de jours de CA	47 j	48 j	49 j



L'action Tipiak

✓ Cours de bourse à la baisse en 2012, reprise en 2013

Indice 100 – déc 1993

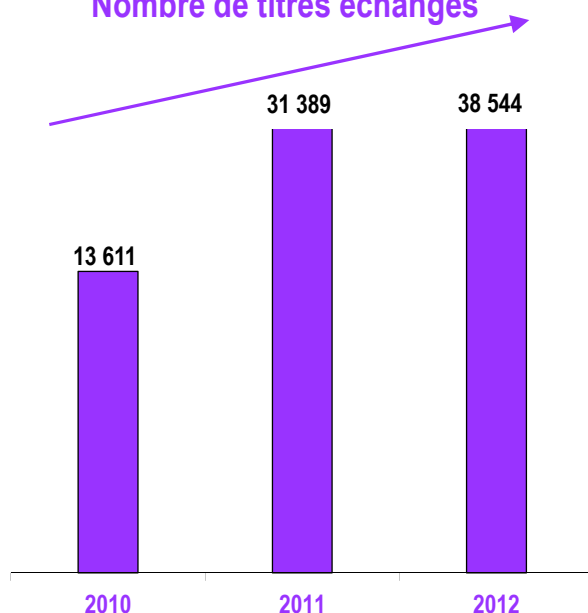




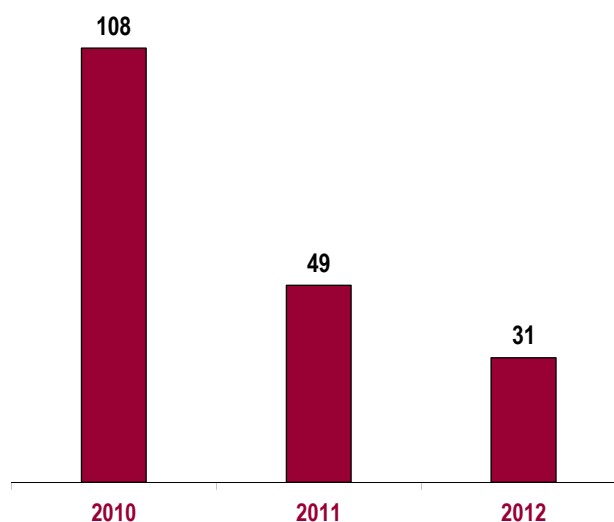
L'action Tipiak

✓ Volume d'échange en forte progression

Nombre de titres échangés



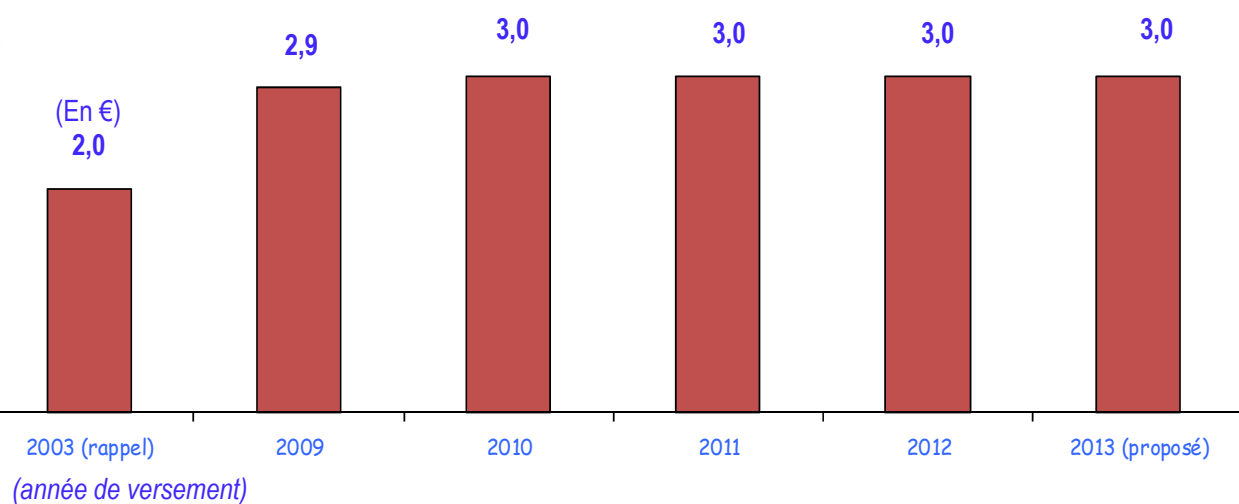
Nombre de jours de cotation avec 1 seul titre échangé



L'action Tipiak : Le dividende

✓ Dividende par action versé en 2013 = 3 €

✓ Rendement de 6,3 % (cours : 48 € fin mai)





Orientations stratégiques et perspectives



Orientations stratégiques

- **2013-2015 : Maintien d'une croissance soutenue des ventes et d'une progression régulière des résultats économiques et financiers**
 - Intensification de la politique d'innovation et de soutien publicitaire,
 - **Adaptation des Ressources humaines et des organisations,**
 - Réalisation du programme ambitieux d'investissements (plus de 11 M€ / an en moyenne),
 - **Maîtrise de l'endettement**



Activité du 1^{er} semestre 2013

- ✓ Confirmation du dynamisme du chiffre d'affaires (+ 3 %), porté notamment par la marque "Tipiak".
 - Renforcement de la présence publicitaire
 - Lancements de nouveaux produits
- ✓ Résultat opérationnel proche de celui de 2012



Perspectives *année* 2013

- ✓ Poursuite du rythme de **croissance des ventes** (+ 3 %), notamment à marque "Tipiak".
- ✓ Poursuite de la **consolidation des résultats annuels** tout en accroissant les dépenses marketing
- ✓ Rappel : près de 50 % des ventes sont réalisés sur les 4 derniers mois et les résultats annuels se concentrent sur cette période.



Perspectives 2013

✓ Poursuite de l'innovation produits
"Secteur sec"

Plats céréaliers



Croûtons & feuilletés



Perspectives 2013

✓ Poursuite de l'innovation produits
"Secteur froid"

Plats cuisinés surgelés





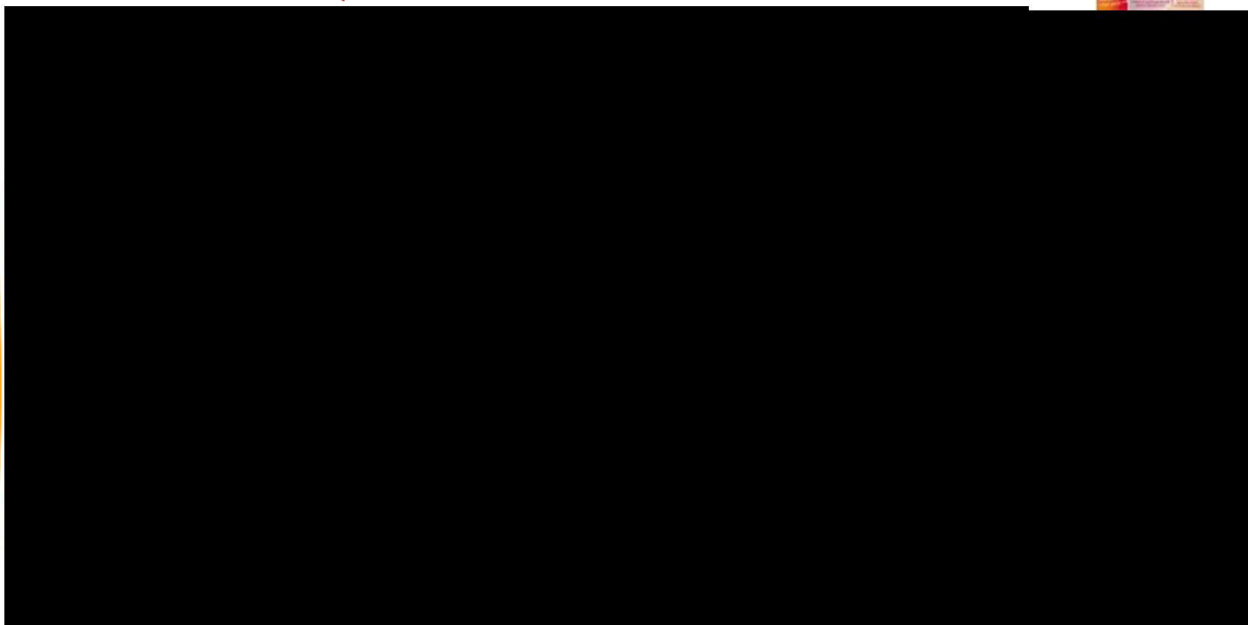
Perspectives 2013

✓ Poursuite de l'innovation produits
"Secteur froid"

Produits cocktail



Présentation du Film publicitaire 2013
« QUINOA GOURMAND »





Présentation du Film publicitaire 2013 « COUSCOUS SACHET CUISSON »



Présentation du Film publicitaire 2013 Plat individuel « Saint Jacques Gratinées »



Pour votre santé, mangez au moins cinq fruits et légumes par jour. www.mangerbouger.fr



Merci de votre attention
