



Réunion annuelle du 23 juin 2010

Ordre du jour :

- Présentation générale de l'entreprise
- Activité 2009
- Résultats financiers 2009
- Perspectives 2010-2012
- Questions



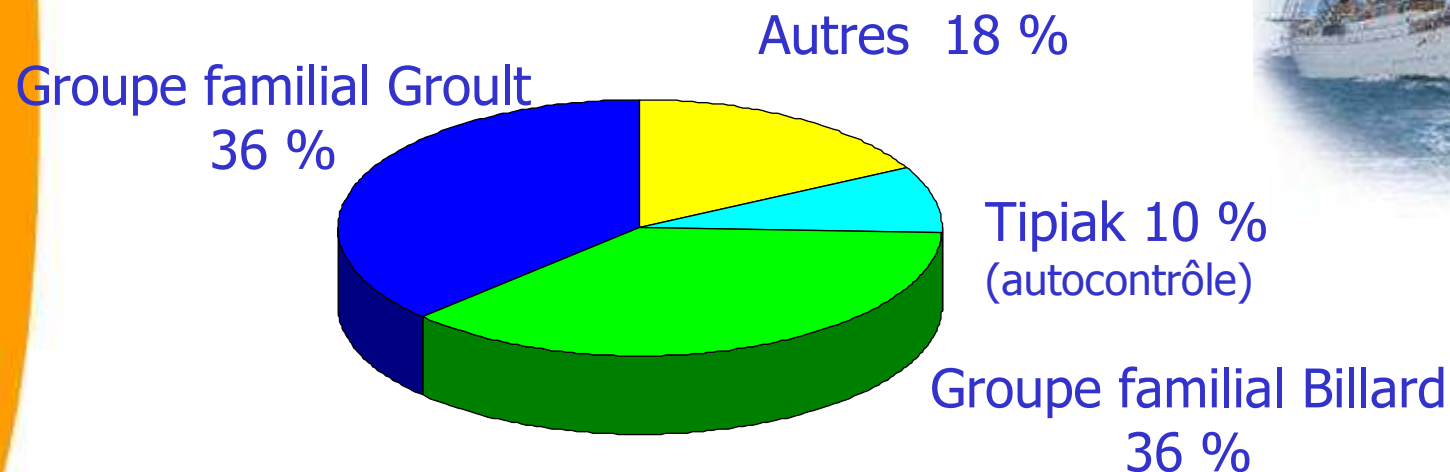
Présentation Générale

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

- . mini bouchées apéritif
- . mini bouchées dessert

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

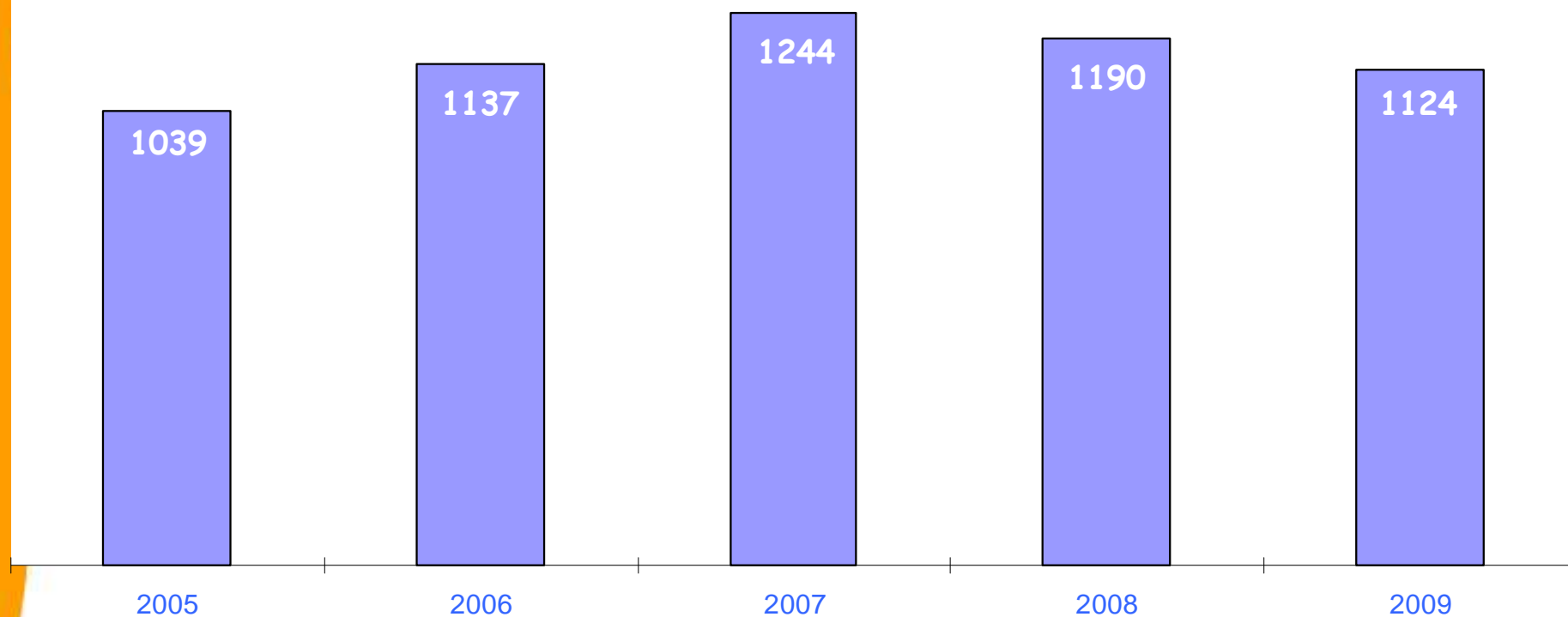




Présentation Générale

Évolution des effectifs *

Baisse de l'effectif moyen du fait d'une activité saisonnière moins dynamique



() en équivalent temps plein dont intérimaires*



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**
- **Permettant une cuisine simple, créative et ouverte sur le monde**



Présentation Générale

Les acquis de la marque Tipiak :

- Tradition culinaire et innovation
- 18 ans d'existence
- 40 % du Chiffre d'affaires
- Notoriété > 90 %
- capital confiance > 80 % des consommateurs
- > 50 % 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 (6 campagnes de pub. contre 5 les années précédentes)**
 - **Une supériorité gustative validée régulièrement sur tous les produits leaders**

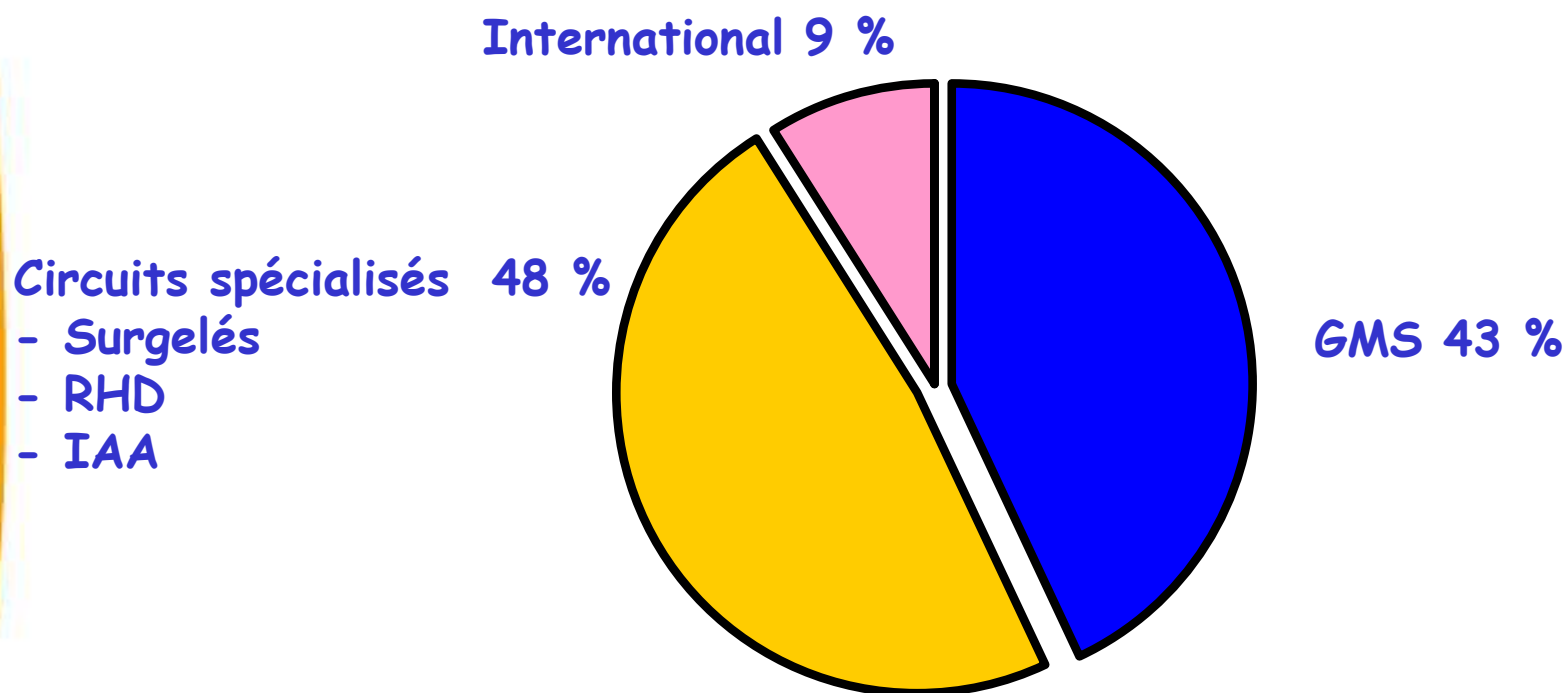


Activité 2009

L'activité de Tipiak en 2009



La structure du chiffre d'affaires par circuit reste stable

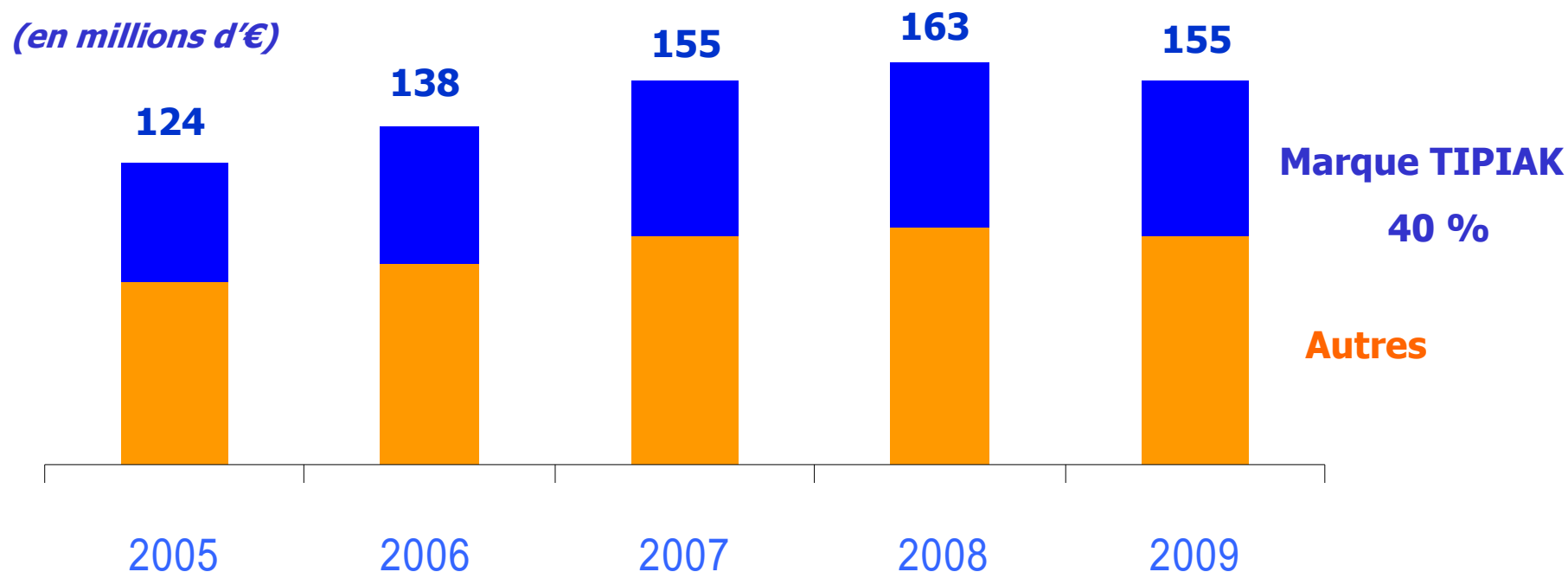




Activité 2009

Chiffre d'affaires : en retrait de 5 %

Les 2 circuits dominants, *marque Tipiak* et *distributeurs spécialisés en surgelés*, sont proches de la stabilité.

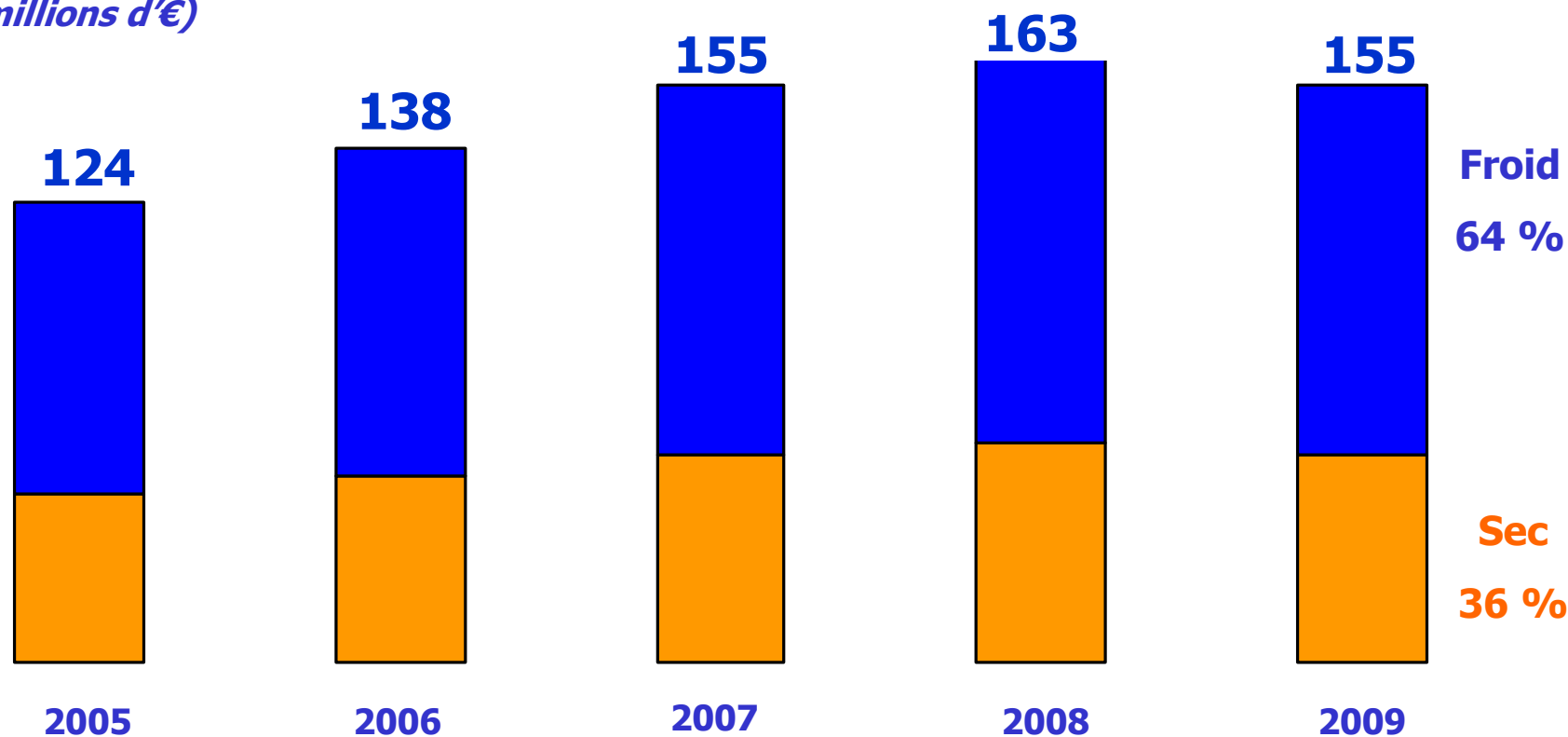




Activité 2009

Une baisse du chiffre d'affaires également répartie entre les deux secteurs

(en millions d'€)





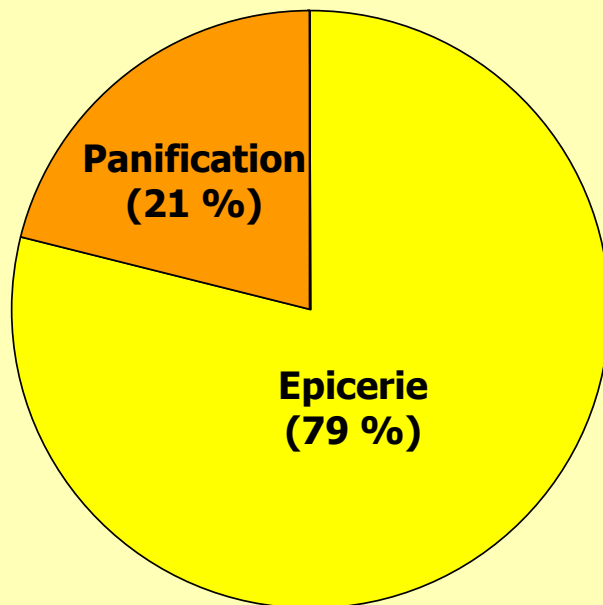
Activité 2009

Le secteur « sec »

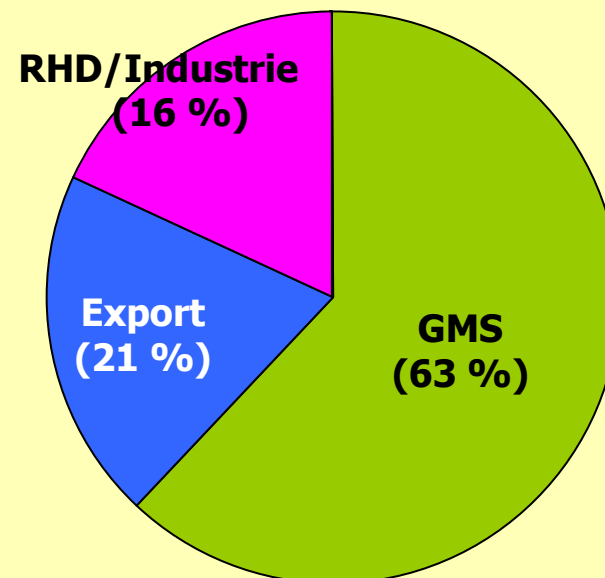


Activité 2009

Secteur « Sec » (36 % des ventes)
(- 5,7 % en 2009)



Par métier



Par circuit



L'Épicerie



**Chiffre d'affaires : 44,1 M€
(29 % du CA total de Tipiak)**

Effectifs : 157

**1 site : St Aignan de Grand
Lieu (44)**



Chiffre d'affaires en retrait de 6 %

- **liée en partie au réajustement des tarifs réalisé après la baisse des cours de certaines matières premières**



Épicerie 2009

→ Des positions fortes sur deux marchés :

* **Aides pour cuisiner** **29 %** **N° 2**
(N° 1 : tapioca, chapelure, perles Japon, fécule)



* **Plats céréaliers** **34 %** **N° 1**





Épicerie 2009

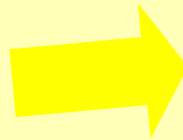
→ Innovation "aides pour cuisiner" en 2009 :



→ **Tipiak**, la marque qui progresse le plus en 2009 sur le marché des "aides pour cuisiner"



→ Innovation plats céréaliers en 2009 :



devient « **Céréales du soleil** »
en 2010

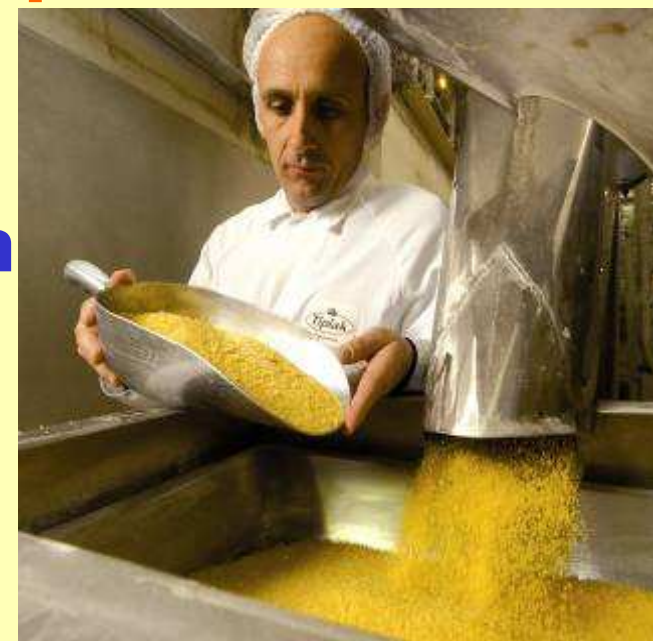
→ Soutien publicitaire :
2 campagnes TV avec
“Méli Mélo gourmand” et
“Céréales gourmandes”





→ Principaux investissements :

- Adaptation du process de la ligne couscous,
- Aménagement d'un nouvel atelier de mélange



Ligne Couscous à Saint-Aignan



Panification



**Chiffre d'affaires : 11,4 M€
(7 % du CA total de Tipiak)**

Effectifs : 95

1 site : Pont L'Evêque (14)



Panification 2009

Une activité globale en retrait de 4,3 %

- **Circuits GMS (croûtons), Export et RHD, en croissance**



Panification 2009

→ Une position forte sur le marché :

Croûtons	27 %	N° 1
Feuilletés	18 %	Challenger

→ Poursuite de l'innovation et optimisation des recettes





Panification 2009

→ **Maintien des investissements publicitaires TV**



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



Panification 2009

→ Principaux investissements :

- Amélioration de la productivité
- Sécurité des personnes et des biens



Conditionnement de croûtons à Pont l'Évêque



Activité 2009

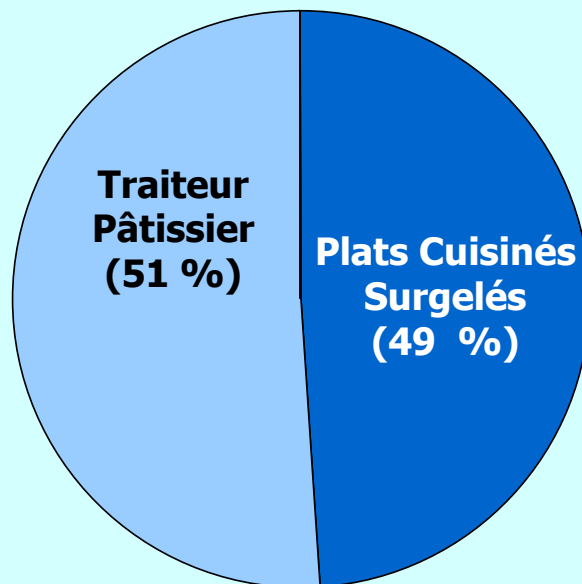
Le secteur « froid »



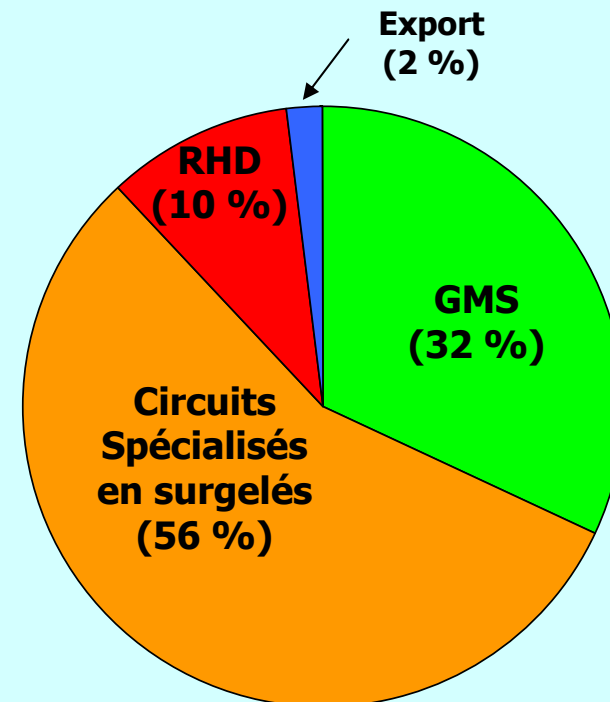
Activité 2009

Secteur « Froid » (64 % des ventes)

(- 4,7 % en 2009)



Par métier



Par circuit



Les Plats Cuisinés Surgelés



**Chiffre d'affaires : 48,9 M€
(32 % du CA total de Tipiak)**

Effectifs : 273

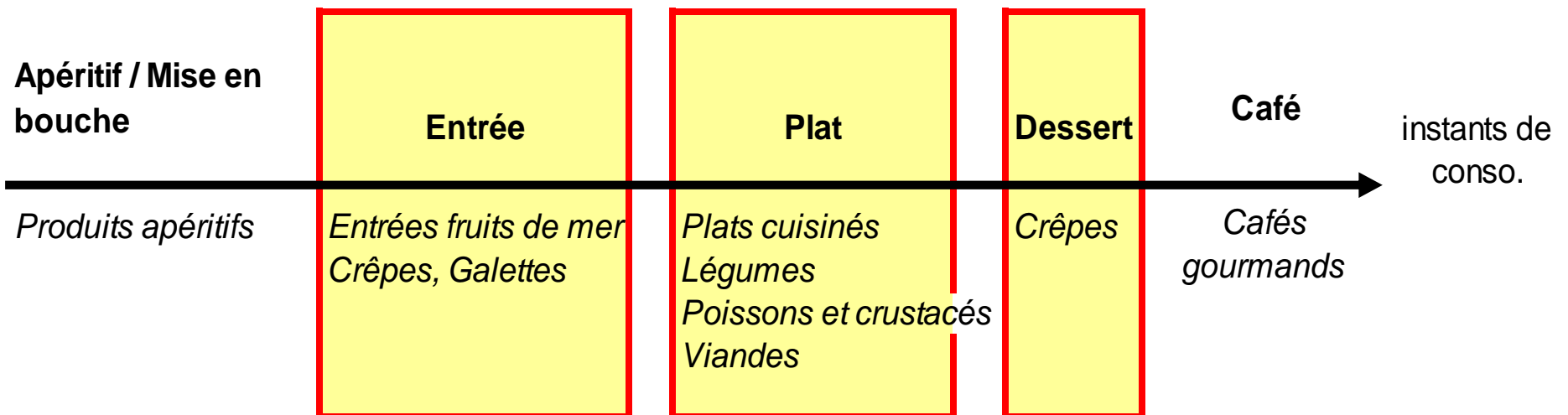
**2 sites : Cornouaille (29)
et Marans (17)**



Plats Cuisinés Surgelés 2009

Les « savoir-faire » de Tipiak Plats Cuisinés Surgelés

**Structure de l'offre
par instants de consommation :**





Plats Cuisinés Surgelés 2009

Activité globale en baisse de 3,5 %

- **Croissance dans les circuits GMS marque Tipiak et circuits spécialisés en surgelés (3/4 des ventes du pôle)**



Plats Cuisinés Surgelés 2009

→ Confirmation des positions dominantes sur 4 segments stratégiques :

Entrées fruits de mer :	28 %	N° 1
Sauces :	98 %	N° 1
Galettes :	64 %	N° 1
Brandades :	64 %	N° 1

→ Première marque nationale pour le taux de croissance sur le marché des entrées et des plats cuisinés surgelés



Plats Cuisinés Surgelés 2009

→ Poursuite de l'innovation : 2 nouveaux
"plats individuels"





Plats Cuisinés Surgelés 2009

Principaux investissements :

- Amélioration de la productivité,
- Remplacement des énergies frigorifiques



Cuisine à Cornouaille



Traiteur-Pâtissier



**Chiffre d'affaires : 50,2 M€
(32 % du CA total de Tipiak)**

Effectifs : 559

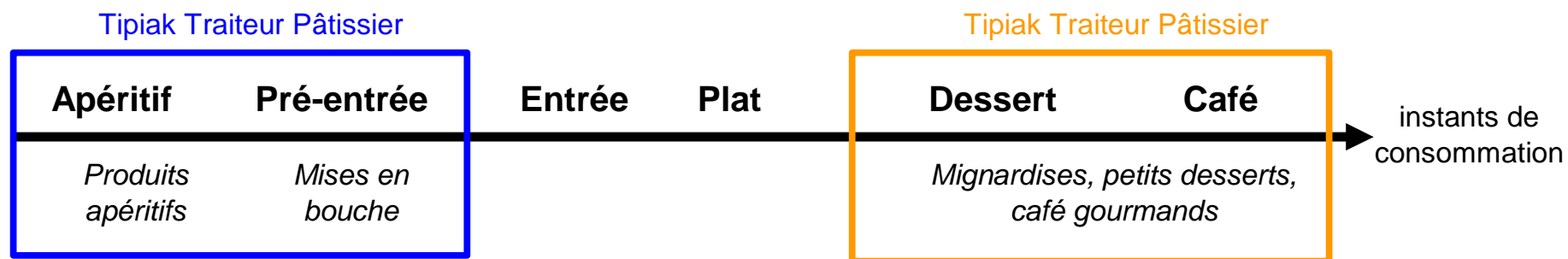
**3 sites proches (44) :
Malville,
Pont-Château,
Saint-Herblain**



Traiteur-Pâtissier 2009

Les « savoir-faire » de Tipiak Traiteur-Pâtissier

Structure de l'offre par instants de consommation :



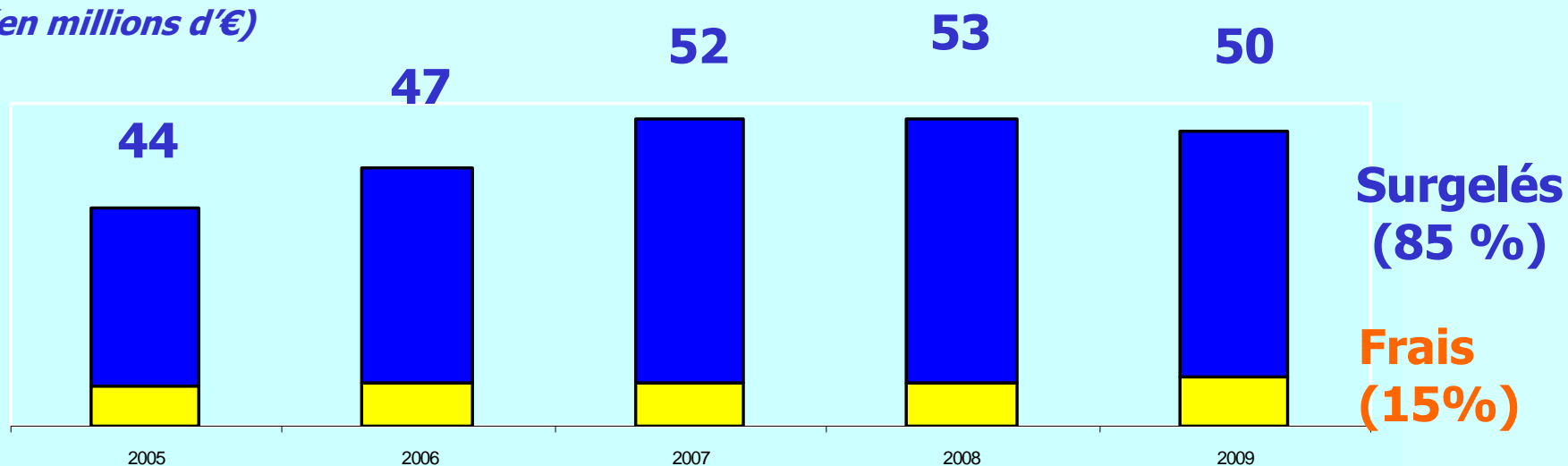


Traiteur-Pâtissier 2009

Après une croissance régulière des ventes,
baisse de l'activité de 5,8 %

→ 2 circuits en progression : **GMS et export**

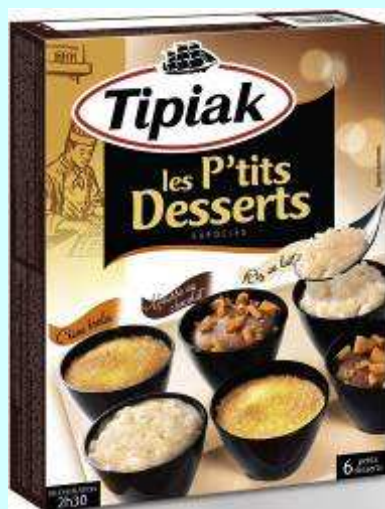
(en millions d'€)





Traiteur-Pâtissier 2009

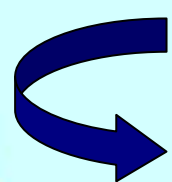
- **Extension de l'offre produits apéritifs qualitatifs (frais ou surgelés) :**
- à marque Tipiak,
 - à marque d'enseignes qualitatives.





Traiteur-Pâtissier 2009

La marque Tipiak :



1ère marque en apéritif qualitatif

21 % des parts de marché sur la saison 2009



Les "12 Mini Croustillants St Jacques" :
n°1 dans la catégorie des
produits apéritifs qualitatifs en GMS



Traiteur-Pâtissier 2009

Principaux investissements :

- Amélioration de la productivité des lignes "pains surprise" et "macarons",
- Informatisation de la traçabilité à Malville



*Ligne pains surprise manuelle
à Saint-Herblain*



Résultats financiers

2009



Les faits marquants de la période

Dans un environnement de crise économique et financière, de consommation perturbée et des relations avec la distribution déstabilisées (LME),

- **Baisse des ventes,**
- **Consolidation de la marge économique,**
- **Stabilité du résultat net,**
- **Réduction de l'endettement moyen**



Résultats financiers 2009 : opérationnels

- Stabilité des taux de marge économique (10 %) et de marge nette (3 %)

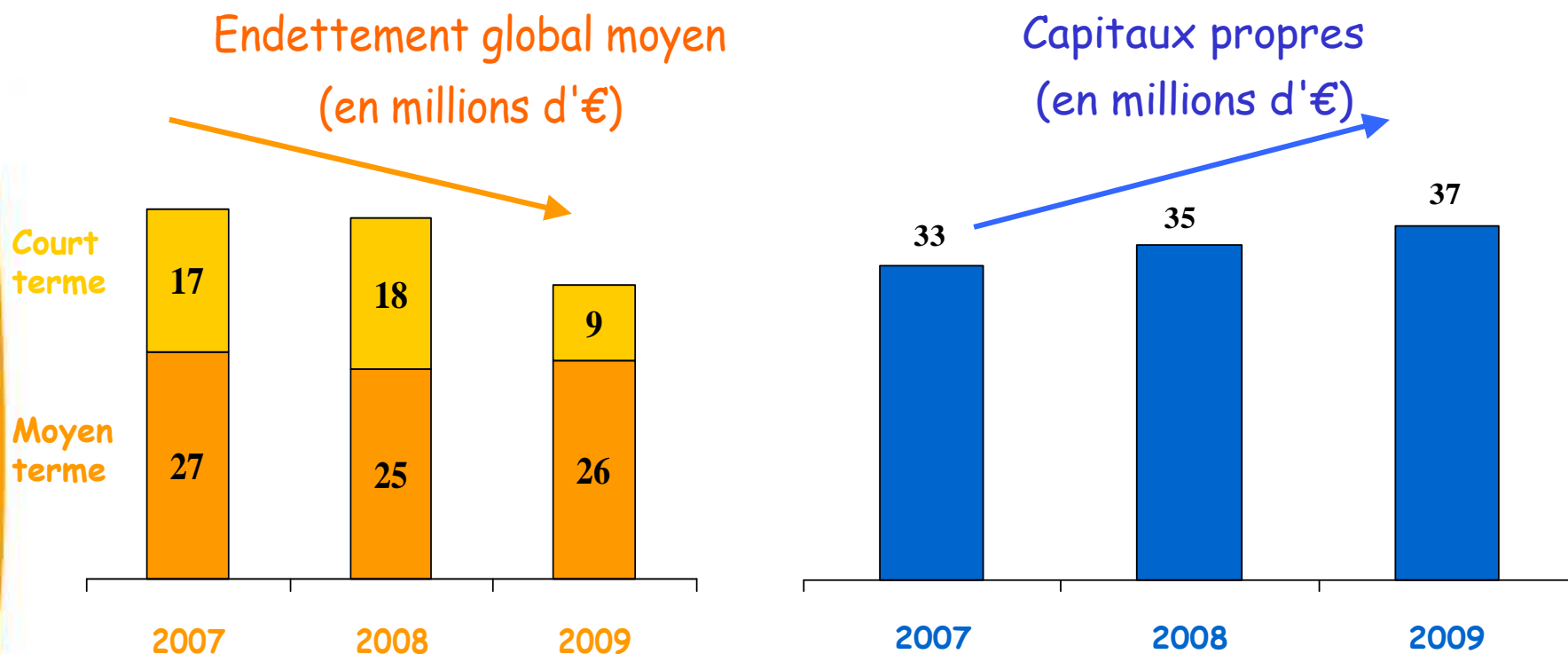
(en millions d'€)	2009	2008	△ 2009/2008
<i>Chiffre d'affaires net</i>	<i>154,6</i>	<i>162,8</i>	<i>- 5 %</i>
Excédent brut d'exploitation	15,4	16,8	-8 %
<i>Marge économique</i>	<i>10 %</i>	<i>10 %</i>	<i>=</i>
Résultat opérationnel	8,8	10,5	- 16 %
<i>Marge opérationnelle</i>	<i>5,7 %</i>	<i>6,4 %</i>	<i>- 0,7 pt</i>
Résultat net consolidé	4,7	4,7	=
<i>Marge nette</i>	<i>3 %</i>	<i>3 %</i>	<i>=</i>



Résultats financiers 2009

Structure financière

- En 2009, nette diminution de l'endettement moyen global : - 8 M€



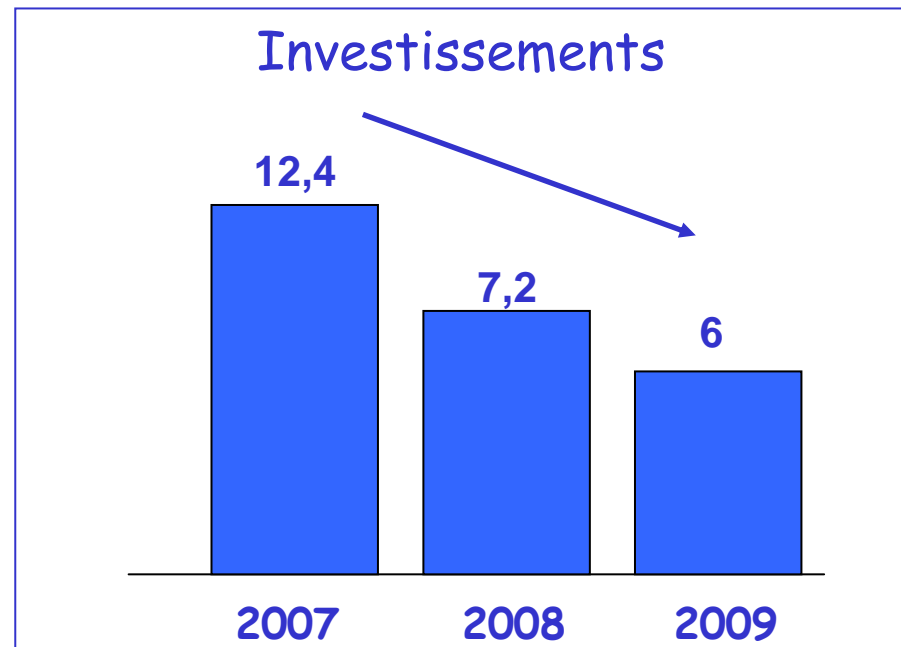
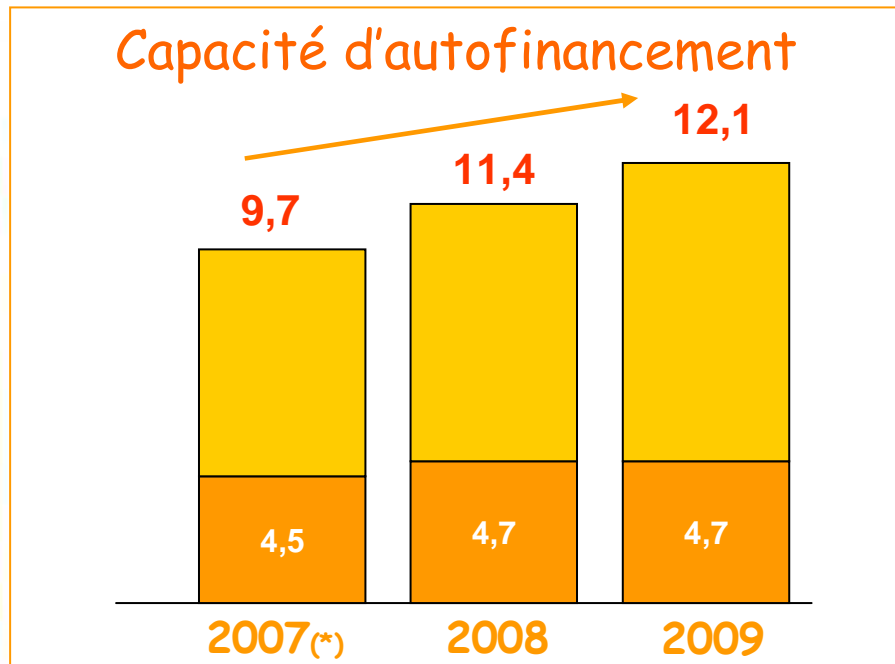
Endettement/Capitaux propres : (au 31/12)	1 2007	1,1 2008	1 2009
--	-----------	-------------	-----------



Résultats financiers 2009 : Les financements

- Progression de la capacité d'autofinancement
- Investissements réalisés : **6 M€**

(en millions d'€)



(*) Hors cession du site de St Herblain



Résultats financiers 2009 : Les financements

Maîtrise du BFRE moyen (stocks, clients et fournisseurs)

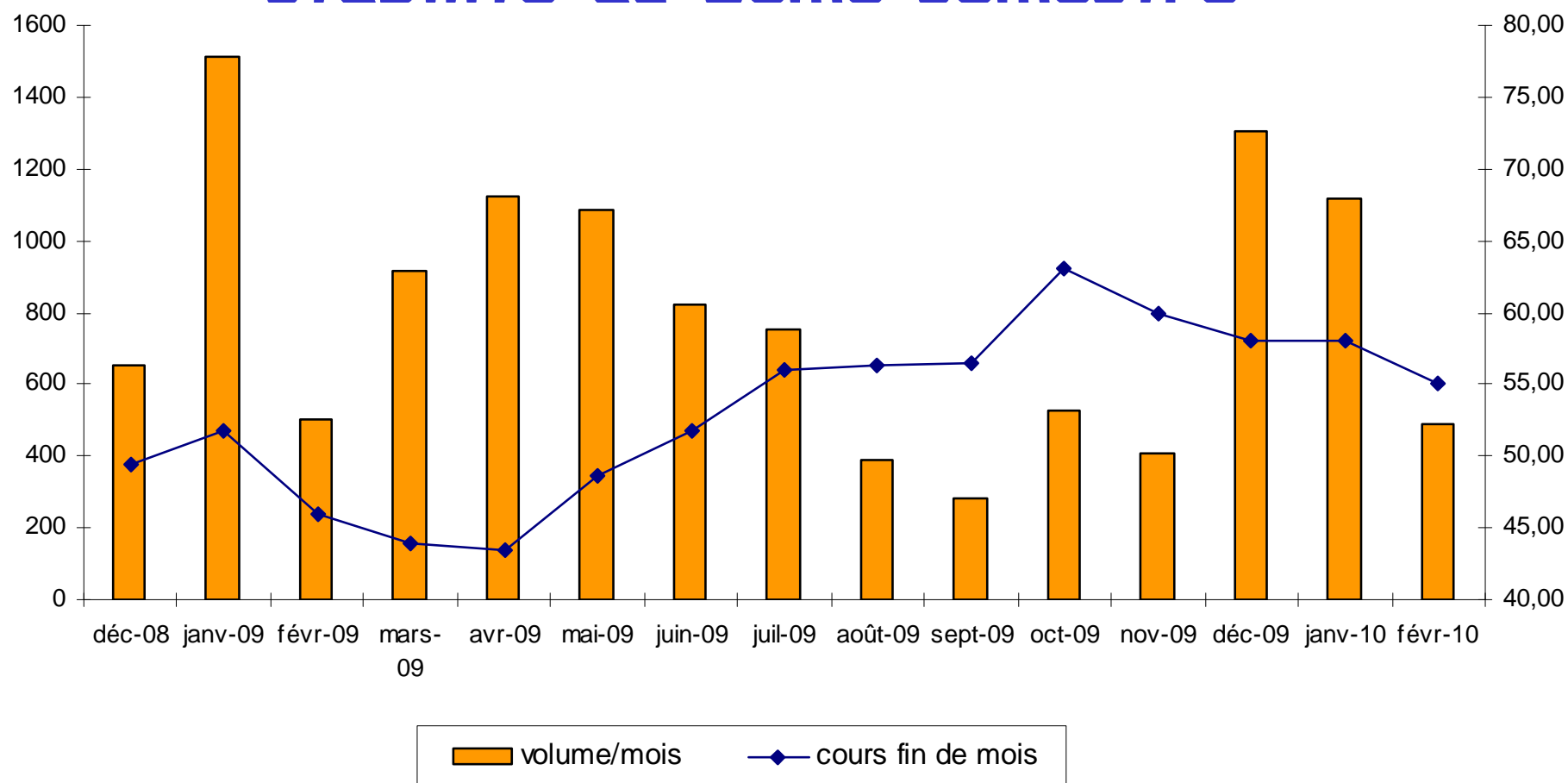
- Impacts favorables de la LME en 2009
- Poursuite de la maîtrise des postes "stocks" et "clients"

BFRE annuel moyen	2009	2008	2007
➤ en M€	24	26	26
➤ en nombre de jours de CA	56 j	58 j	61 j
➤ en % du CA	15,7 %	16 %	16,6 %



L'action Tipiak : Le cours de bourse

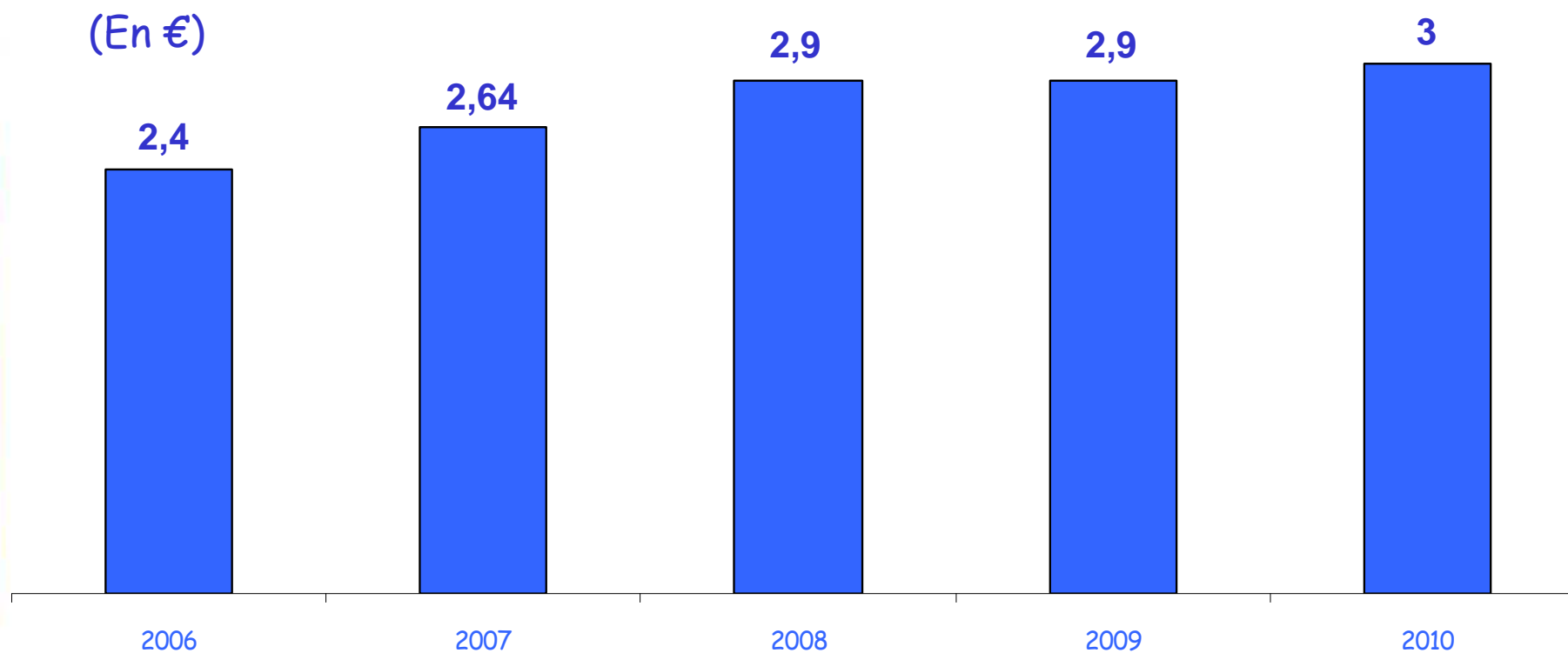
Reprise du cours au 2^e trimestre 2009, stabilité au 2^{ème} semestre





L'action Tipiak : Le dividende

- Dividende 2010 = **3 €** par action,
Rendement = **5,2 %**



(année de versement)



Orientations stratégiques et perspectives



→ 2010 : Consolidation du chiffre d'affaires et des résultats

→ 2011-2012: Reprise de la croissance

- Retrouver une croissance diversifiée des deux secteurs
- Reprendre la progression régulière des résultats économiques et financiers
- Adapter les ressources humaines et les organisations
- Réaliser le programme d'investissements industriels (27 M€ sur les 3 ans)



Perspectives année 2010

Poursuite de l'innovation produits "Secteur sec"





Perspectives année 2010

Poursuite de l'innovation produits "Secteur froid"





Animation de la marque

- Poursuite de la publicité (5 campagnes TV)



- Sortie du livre de recettes Tipiak "Prenez-en de la graine"



Faits marquants de l'activité du *1^{er} semestre 2010*

- Croissance du chiffre d'affaires > à + 3 %
dont marque Tipiak > + 6 %
- Poursuite des campagnes publicitaires
- Lancements de nouveaux produits



Pour l'ensemble de l'année 2010

- Consolidation des résultats économiques
- **Accroissement des investissements (9 M€)**
- Poursuite du désendettement

Rappel : 60 % des ventes sont réalisés au 2e semestre
Résultat annuel concentré au 2e semestre



Merci de votre attention
