



Réunion annuelle d'information du 23 juin 2011

Ordre du jour :

- Présentation générale de l'entreprise
- Activité 2010
- Résultats financiers 2010
- Perspectives 2011-2013
- Questions



Présentation Générale

TIPIAK, une longue histoire

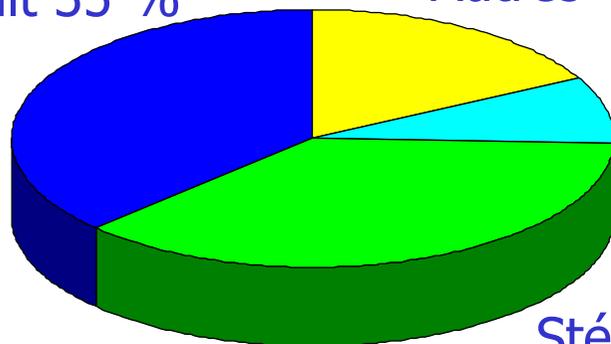
Née en 1967 de la fusion de deux entreprises familiales centenaires

Un actionnariat stable

(depuis l'origine de Tipiak)

Maison Groult 35 %

Autres 20 %



Tipiak 10 %
(autocontrôle)

Sté de gestion Billard
35 %





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



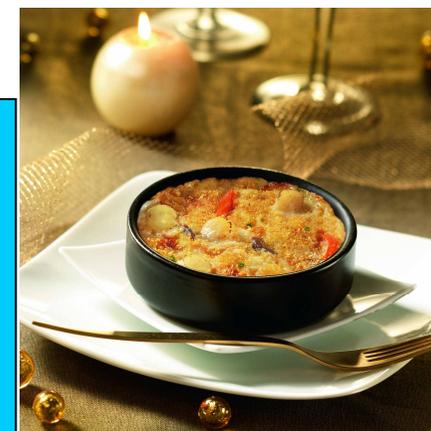
Secteur Froid

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**
- **Emblématique de l'art culinaire à la française**



Présentation Générale

Les acquis de la marque Tipiak :

- Tradition culinaire et innovation
- 19 ans d'existence
- 42 % 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 (5 campagnes de publicité en 2010)**
- **Une supériorité gustative validée régulièrement sur tous les produits leaders**



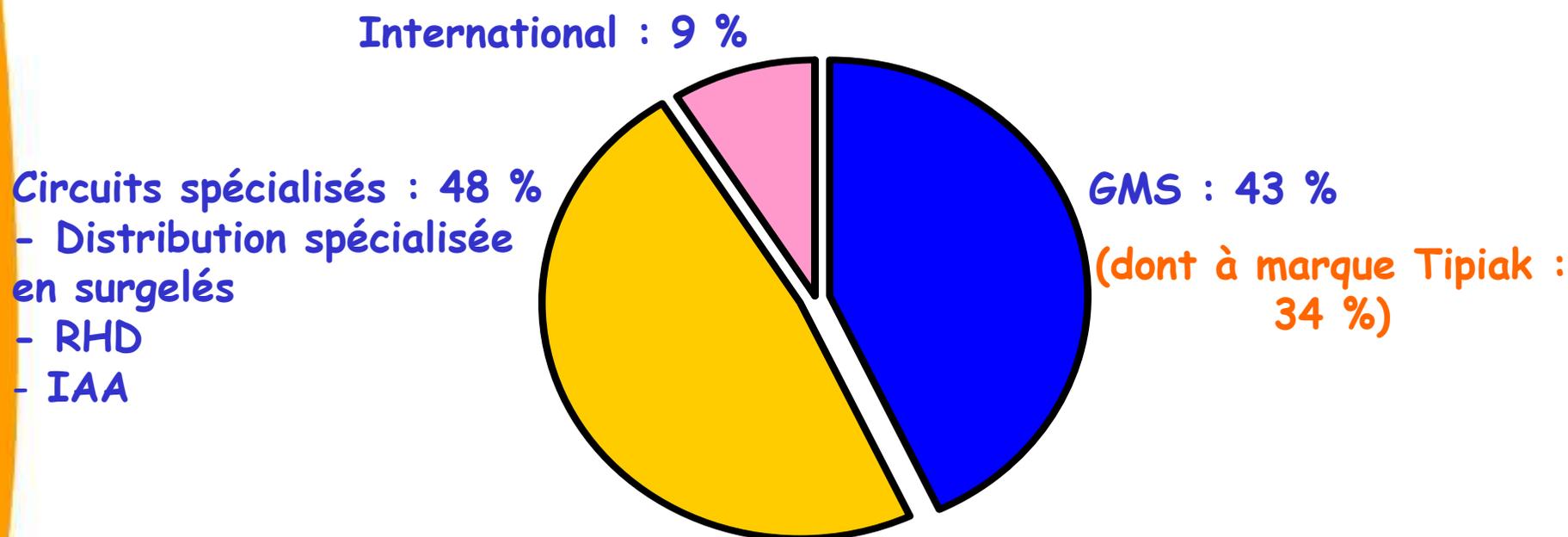
Activité 2010

L'activité de Tipiak en 2010



Activité 2010

La structure du chiffre d'affaires par circuit reste stable



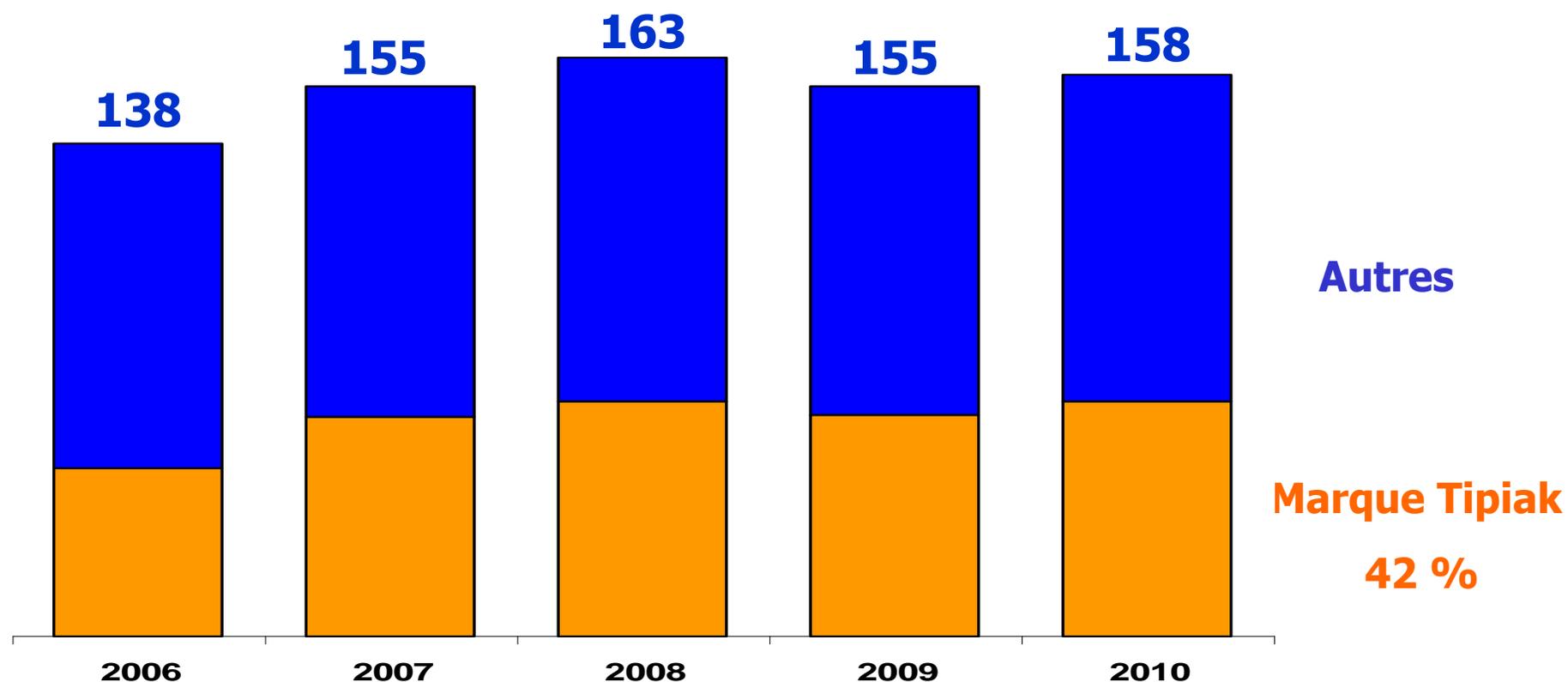


Activité 2010

Le chiffre d'affaires renoue avec la croissance : + 2,2 %

Poursuite du dynamisme de la marque "Tipiak" : + 7 %

(en millions d'€)

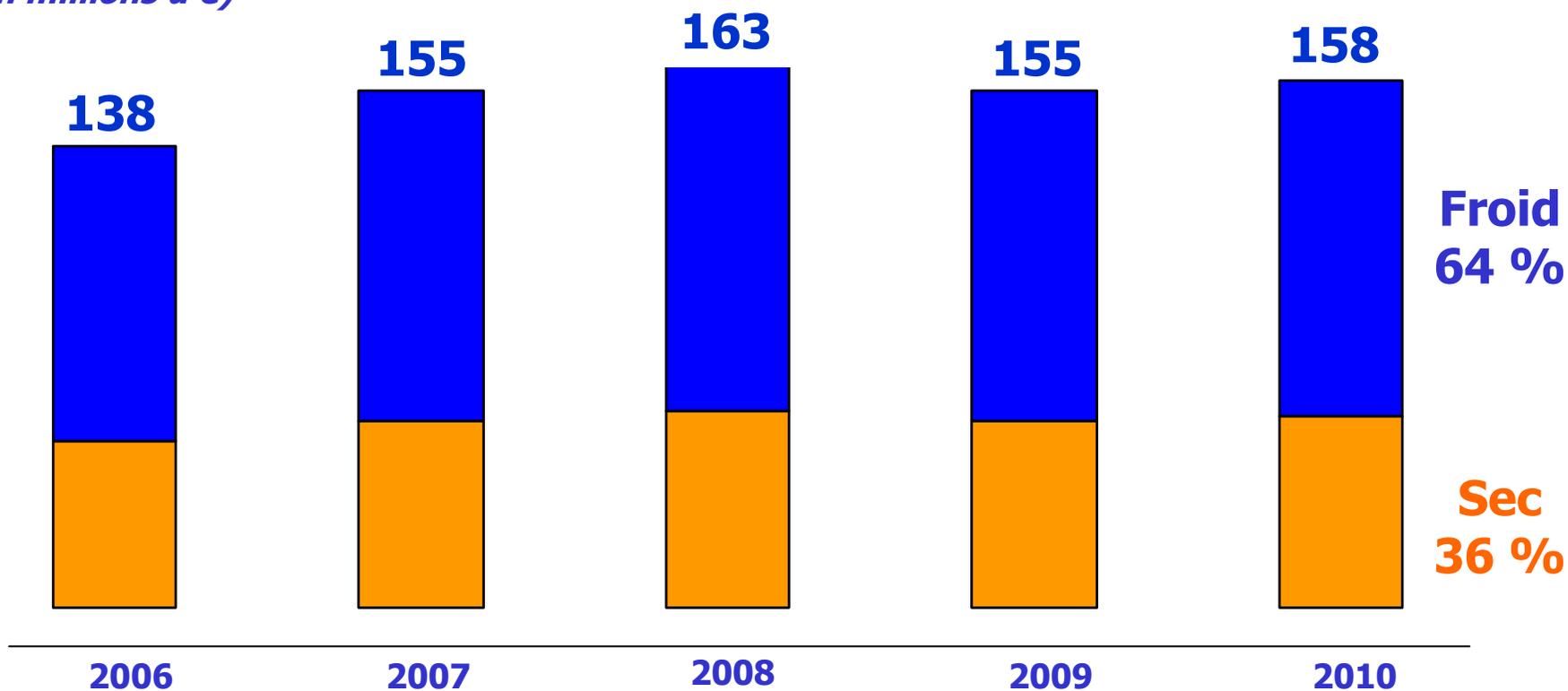




Activité 2010

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

(en millions d'€)

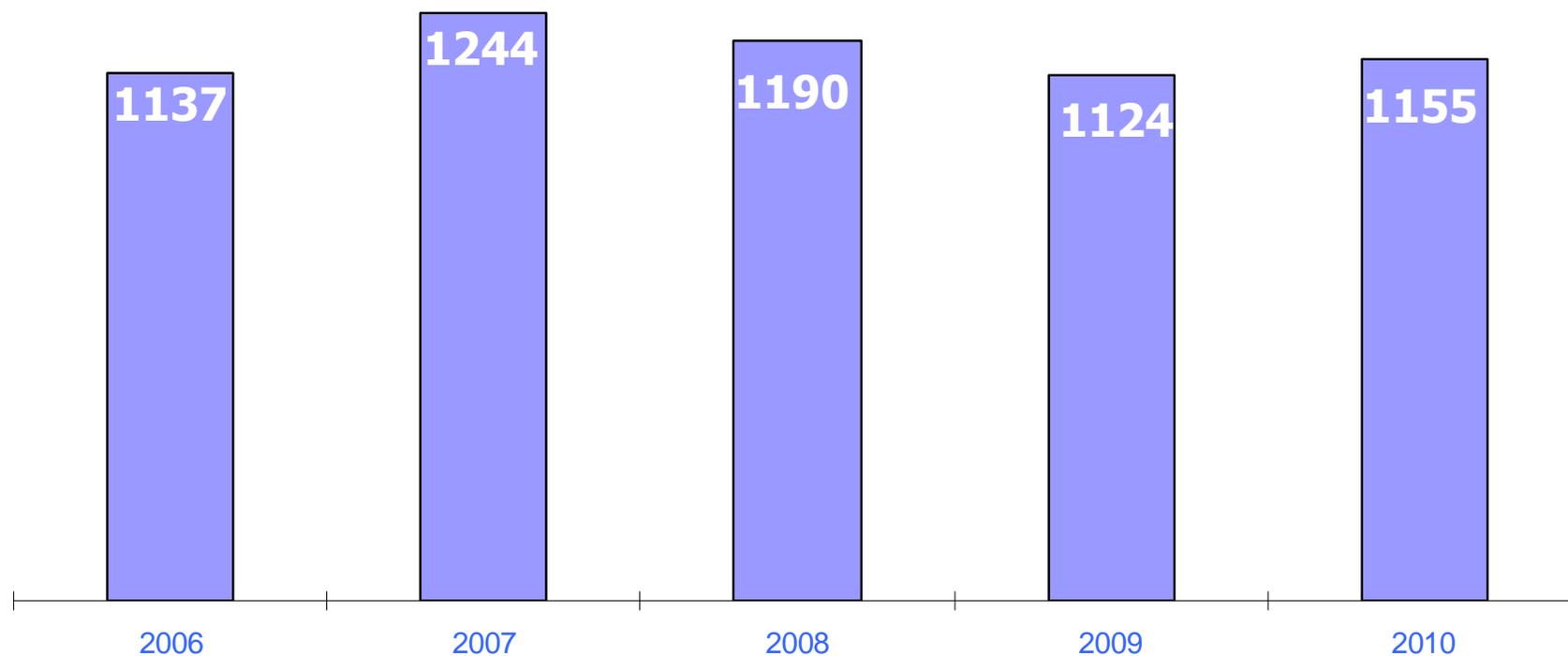




Présentation Générale

Évolution des effectifs *

**Effectif en hausse liée à la reprise de l'activité
(emplois saisonniers de fin d'année en augmentation)**



() en équivalent temps plein dont intérimaires*



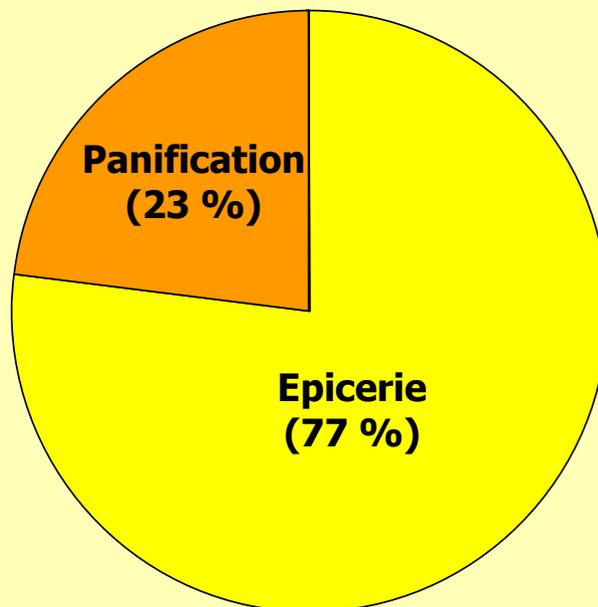
Activité 2010

Le secteur « sec »

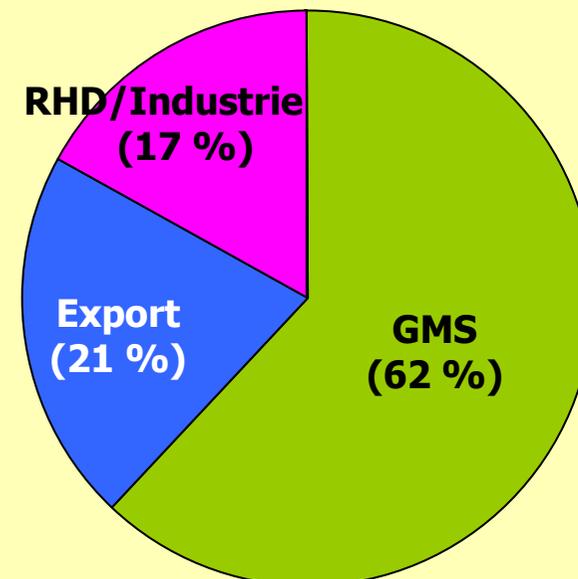


Secteur "sec" Activité 2010

Chiffre d'affaires en croissance de + 2,9 %



Par métier



Par circuit



L'Épicerie



**Chiffre d'affaires : 44 M€
(28 % du CA total de Tipiak)**

Effectifs : 155

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



Stabilité du chiffre d'affaires

- **Croissance des ventes à marque Tipiak en GMS (+ 4,5 %),**
- **Activité du circuit GMS MDD en net retrait,**
- **Stabilité des ventes dans les autres circuits (RHD, Industrie et Export)**



Des positions fortes sur deux marchés :

➤ **Aides pour cuisiner** **27 %** **N° 2**
(N° 1 : tapioca, chapelure, perles Japon, fécule)



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





Épicerie 2010

➤ Innovation en 2010 :



- ## ➤ Soutien publicitaire avec 3 campagnes TV :
- Méli Mélo gourmand
 - Céréales gourmandes
 - Couscous parfumés





Principaux investissements :

- **Renouvellement de matériels (productivité)**
- **Aménagement des locaux de stockage de l'usine (sécurité et environnement)**



*Site de
Tipiak Epicerie
à Saint-Aignan (44)*



Panification



**Chiffre d'affaires : 13,2 M€
(8 % du CA total de Tipiak)**

Effectifs : 102

1 site : Pont L'Evêque (14)



Une activité en forte croissance : + 16 %

➤ **Tous les circuits sont en croissance, notamment :**

- la GMS marque "Tipiak" (+ 14 %),
- la RHD et l'Industrie (> 30 %)



Panification 2010

Une position forte sur le marché :

Croûtons	30 %	N° 1
Feuilletés	18 %	Challenger

- **Poursuite de l'innovation**
(ex. "La Corbeille"),
- **Optimisation des recettes et des packagings**





Panification 2010

Poursuite des investissements publicitaires TV



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



Principaux investissements :

- **Renouvellement et acquisition de nouveaux matériels de conditionnement (productivité)**



*Conditionnement de croûtons
à Pont l'Évêque (14)*



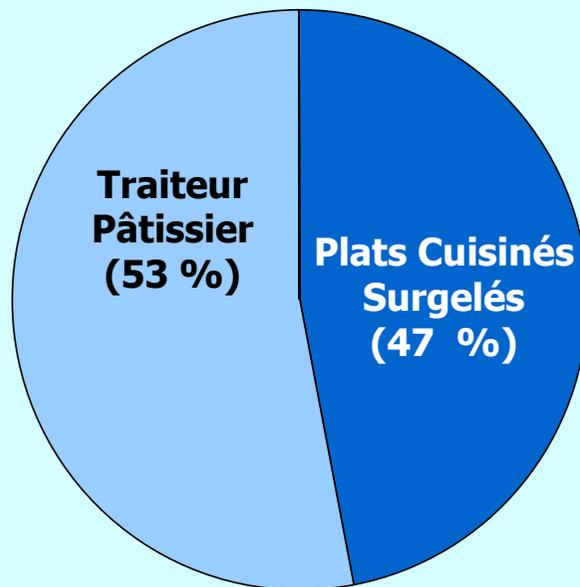
Activité 2010

Le secteur « froid »

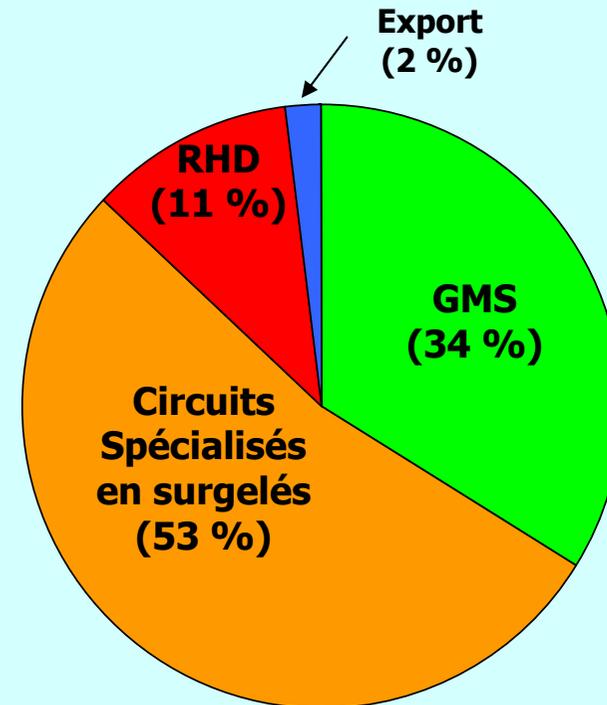


Activité 2010

Secteur « Froid » : + 1,9 %



Par métier



Par circuit



Les Plats Cuisinés Surgelés



**Chiffre d'affaires : 47,4 M€
(30 % du CA total de Tipiak)**

Effectifs : 275

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



Plats Cuisinés Surgelés 2010

Les « savoir-faire » de Tipiak Plats Cuisinés Surgelés

Structure de l'offre par instants de consommation :





Plats Cuisinés Surgelés 2010

. Activité globale en baisse de 3 %,

. Évolution des ventes contrastée :

- **Croissance dans les circuits GMS marque Tipiak (+ 13 %), RHD et Export**
- **Recul dans les circuits de distribution spécialisés en surgelés et GMS MDD**



Plats Cuisinés Surgelés 2010

Confirmation des positions dominantes sur 4 segments stratégiques :

- Entrées fruits de mer : 30 % N° 1
- Sauces : 97 % N° 1
- Galettes : 62 % N° 1
- Brandades : 58 % N° 1

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



Plats Cuisinés Surgelés 2010

**Poursuite de l'innovation avec le
lancement de nouveaux produits**





Plats Cuisinés Surgelés 2010

Principaux investissements :

- **Automatisation des lignes de production (productivité),**
- **Remplacement de l'énergie pour la production de froid (environnement)**



Cuisine à Fouesnant (29)



Traiteur-Pâtissier



**Chiffre d'affaires : 53,5 M€
(34 % du CA total de Tipiak)**

Effectifs : 582

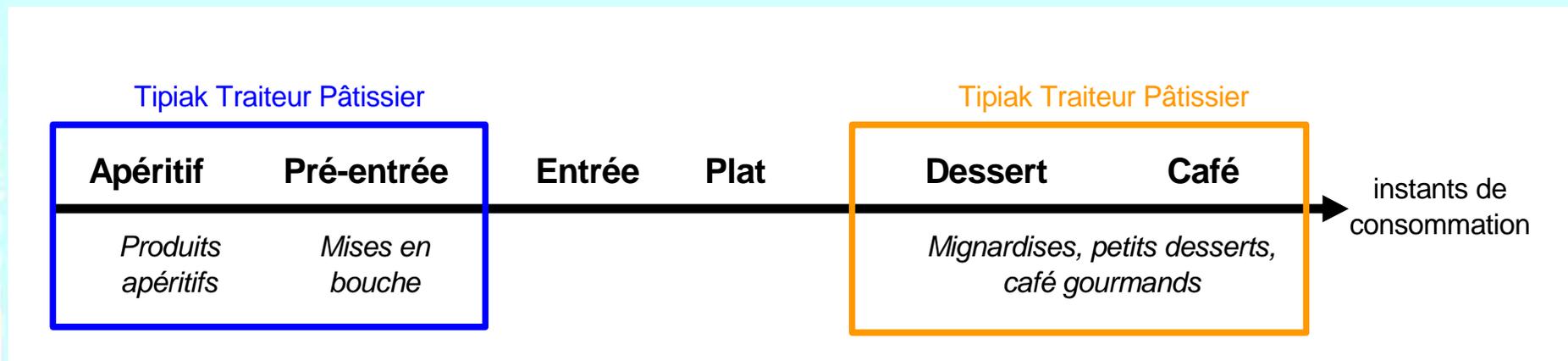
**3 sites proches (44) :
Malville,
Pont-Château,
Saint-Herblain**



Traiteur-Pâtissier 2010

Les « savoir-faire » de Tipiak Traiteur-Pâtissier

Structure de l'offre par instants de consommation :



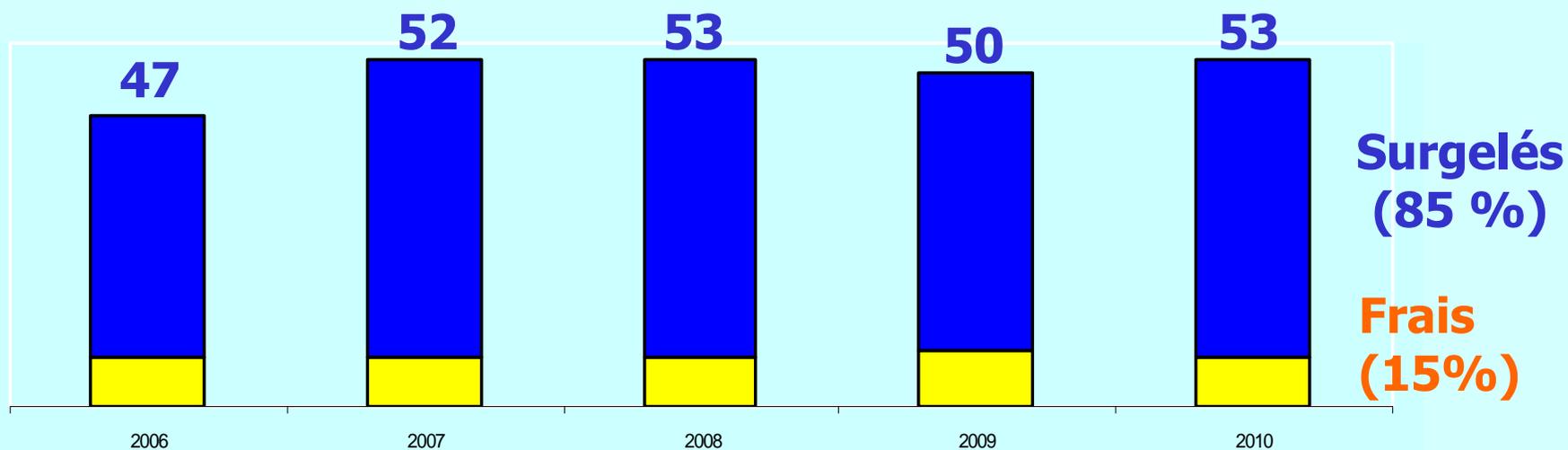


Traiteur-Pâtissier 2010

Reprise de la croissance des ventes : + 7 %

- **Progression dynamique des ventes en GMS surgelés & frais et en RHD,**
- **Stabilité dans les circuits de distribution spécialisés**

(en millions d'€)





Traiteur-Pâtissier 2010

Extension de l'offre de produits apéritifs qualitatifs (frais ou surgelés) :

- à marque Tipiak,
- à marque d'enseignes qualitatives





Traiteur-Pâtissier 2010

Tipiak est la marque nationale leader du segment apéritif "haut de gamme"



21 % des parts de marché sur la saison 2010



"les 12 mini-croustillants"

**Les 2 références piliers en GMS :
" 8 mini-coquilles Saint-Jacques"**





Principaux investissements :

- **Automatisation des lignes de fabrication et de conditionnement (productivité)**
- **Renouvellement et acquisition de matériels (capacité)**
- **Aménagement des locaux (hygiène et sécurité)**



*Ligne pains surprise
à Saint-Herblain (44)*



Résultats financiers

2010



Les faits marquants de la période

Dans un environnement global toujours perturbé :

- tendance haussière des matières 1ères,
- volatilité à court terme de certaines d'entre elles,
- pression accrue des distributeurs

➤ **Principaux résultats de Tipiak en 2010 :**

- Reprise de la croissance des ventes,
- Consolidation des résultats,
- Poursuite du désendettement



Résultats financiers 2010 : opérationnels

Avertissement

Suite au remplacement de la taxe professionnelle à partir du 1^{er} janvier 2010, par

- la Cotisation Foncière des Entreprises (CFE)**
- la Cotisation sur la Valeur Ajoutée (CVAE)
assise sur la valeur ajoutée,**

Le groupe a opté pour le classement de la CVAE en charge d'impôts



Résultats financiers 2010 : opérationnels

➤ AVANT retraitement de la CVAE, résultats économiques en progression

(en millions d'€)	2010	2009	2010/2009 [△]
<i>Chiffre d'affaires net</i>	<i>158,1</i>	<i>154,6</i>	<i>+ 2,2 %</i>
Excédent brut d'exploitation	16,9	15,4	+ 10 %
<i>Marge économique</i>	<i>10,7 %</i>	<i>10 %</i>	<i>+ 0,7 pt</i>
Résultat opérationnel	9,7	8,8	+ 10,2 %
<i>Marge opérationnelle</i>	<i>6,1 %</i>	<i>5,7 %</i>	<i>+ 0,4 pt</i>
Résultat net consolidé	4,5	4,2	+ 6,3 %
<i>Marge nette</i>	<i>3 %</i>	<i>3 %</i>	<i>=</i>



Résultats financiers 2010 : opérationnels

➤ APRÈS retraitement de la CVAE, Consolidation des résultats économiques

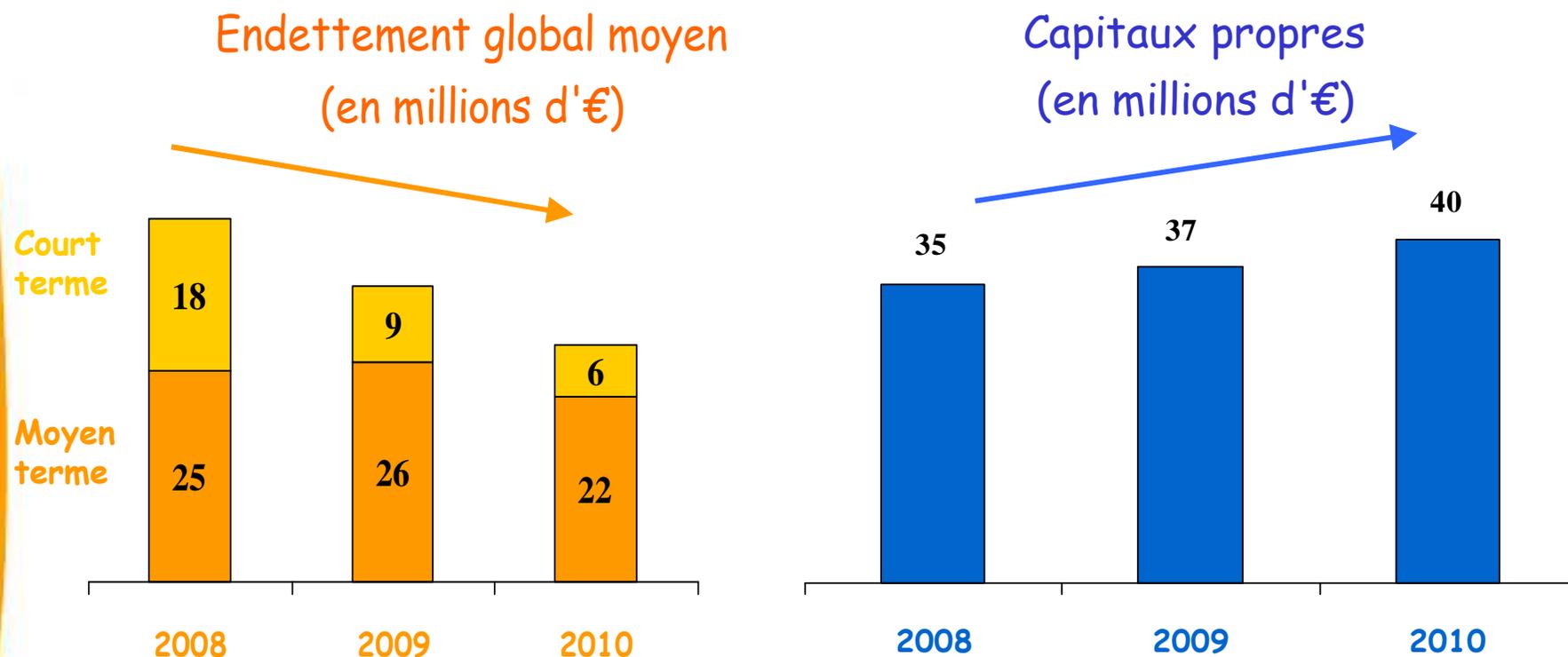
(en millions d'€)	2010	2009	2010/2009 [△]
<i>Chiffre d'affaires net</i>	<i>158,1</i>	<i>154,6</i>	<i>+ 2,2 %</i>
Excédent brut d'exploitation	15,8	15,4	+ 3 %
<i>Marge économique</i>	<i>10 %</i>	<i>9,9 %</i>	<i>+ 0,1 pt</i>
Résultat opérationnel	8,6	8,8	- 2 %
<i>Marge opérationnelle</i>	<i>5,5 %</i>	<i>5,7 %</i>	<i>- 0,2 pt</i>
Résultat net consolidé	4,5	4,7	- 4 %
<i>Marge nette</i>	<i>2,8 %</i>	<i>3 %</i>	<i>- 0,2 pt</i>



Résultats financiers 2010

Structure financière

- En 2010, poursuite de la réduction de l'endettement moyen global



Endettement/Capitaux propres :
(au 31/12)

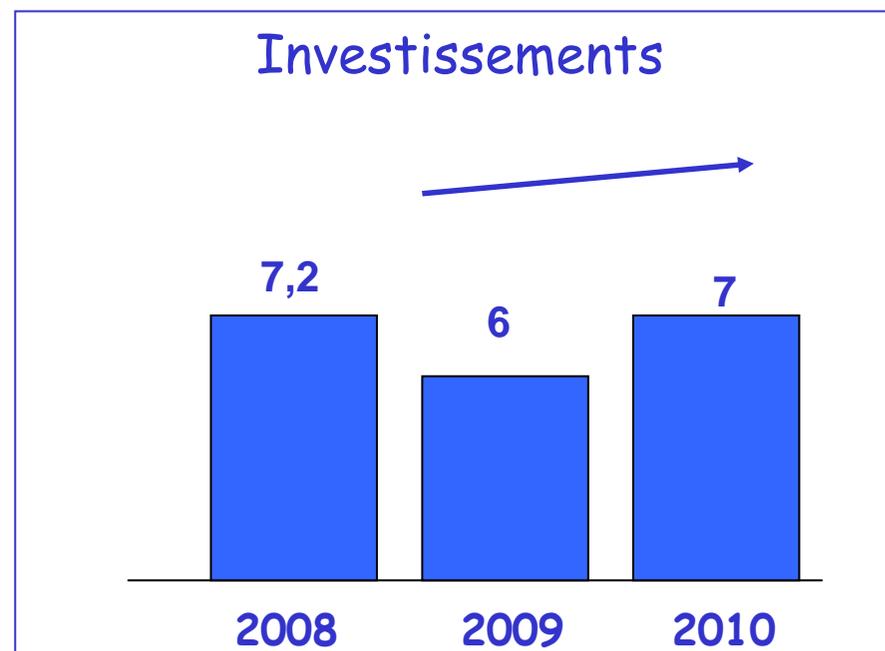
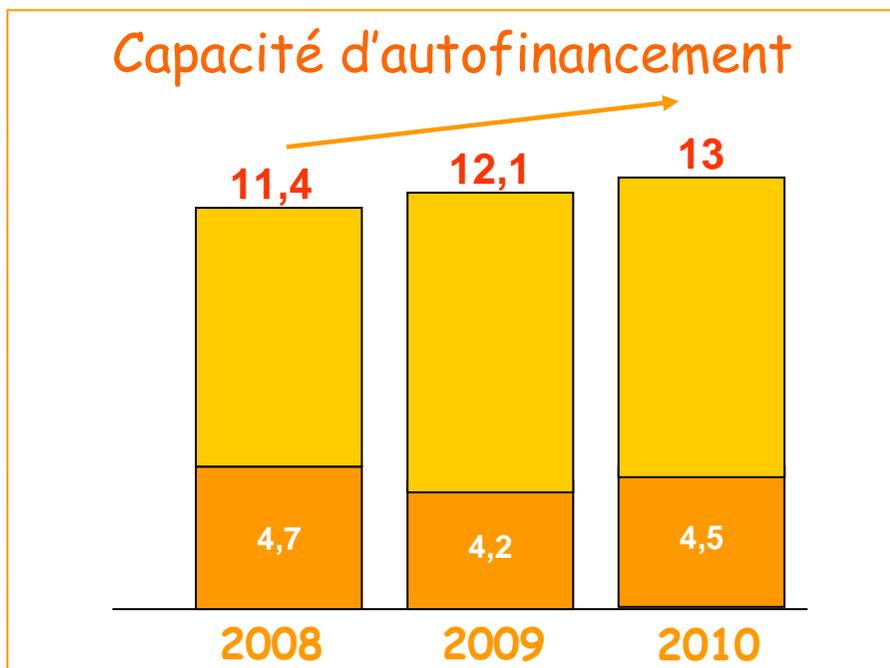
2008	1,1
2009	1
2010	0,8



Résultats financiers 2010 : Le financement

- Progression de la capacité d'autofinancement
- Maîtrise des investissements : **7 M€** (en 2010)

(en millions d'€)





Résultats financiers 2010 : Le financement

➤ Maîtrise du Besoin en fonds de roulement (BFR) global moyen

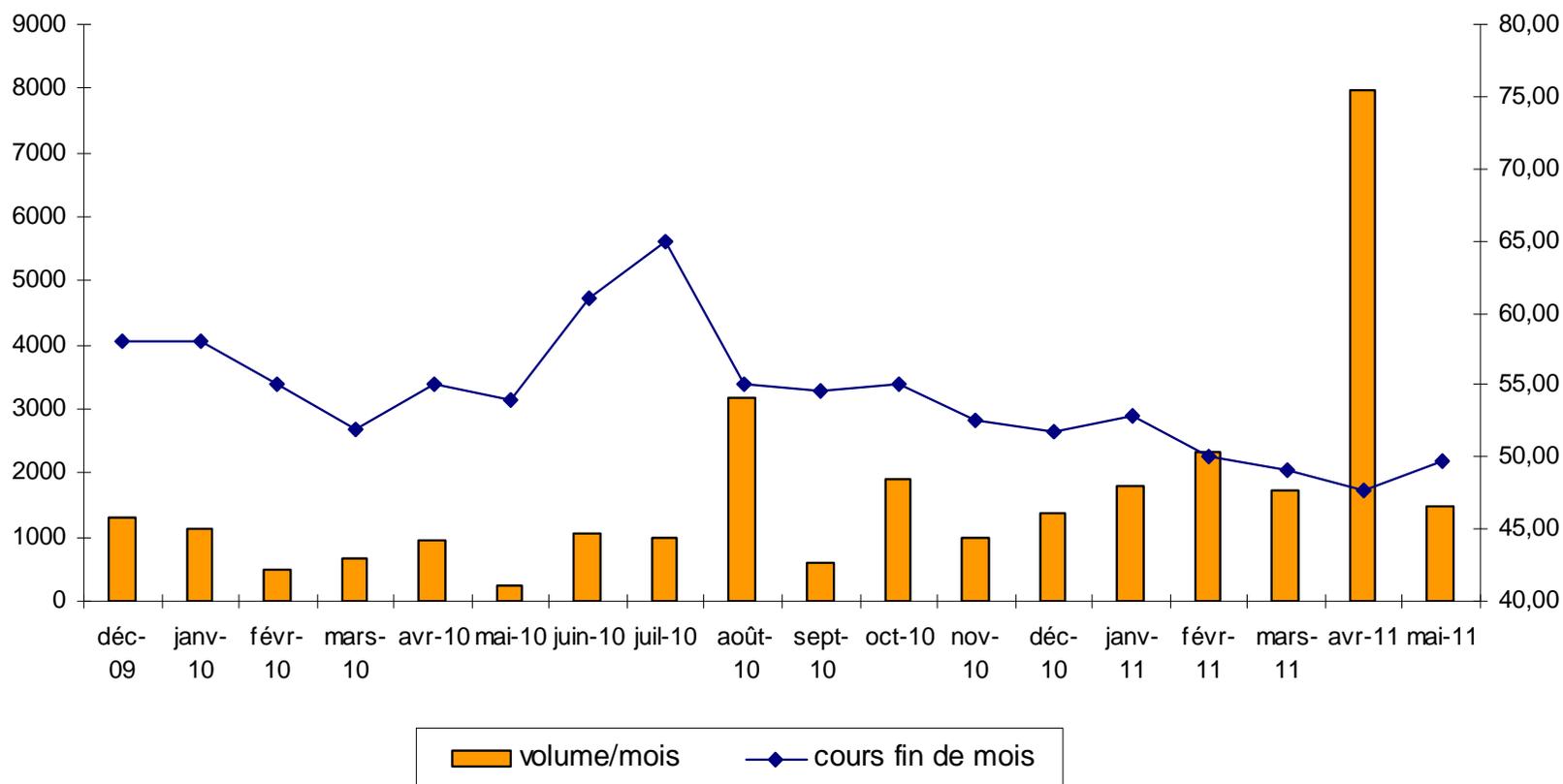
BFR annuel moyen	2008	2009 *	2010
➤ en M€	24	19	20
➤ en nombre de jours de CA	53 j	45 j	47 j
➤ en % du CA	15 %	12 %	13 %

* Mise en place de la LME - Réduction des délais de paiement



L'action Tipiak : Le cours de bourse

- **Stabilité du cours dans un contexte boursier fluctuant**



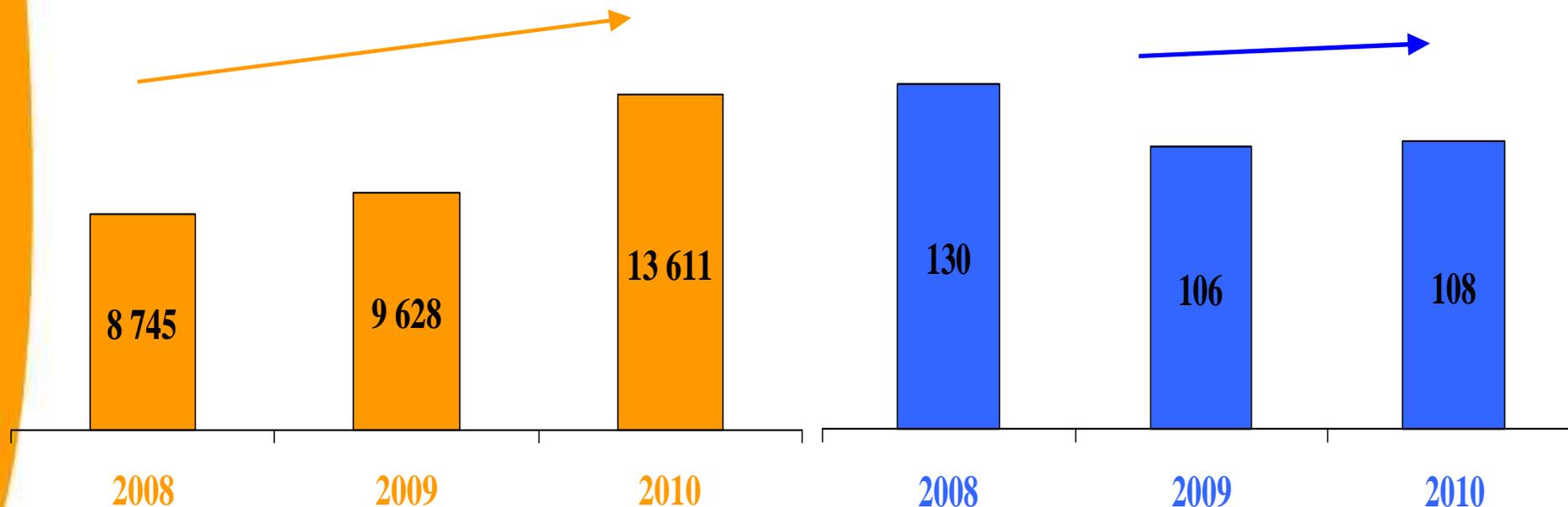


L'action Tipiak : Le cours de bourse

➤ Volume d'échange en forte progression

Nbre de titres échangés

Nbre de jours de cotation
avec 1 titre échangé

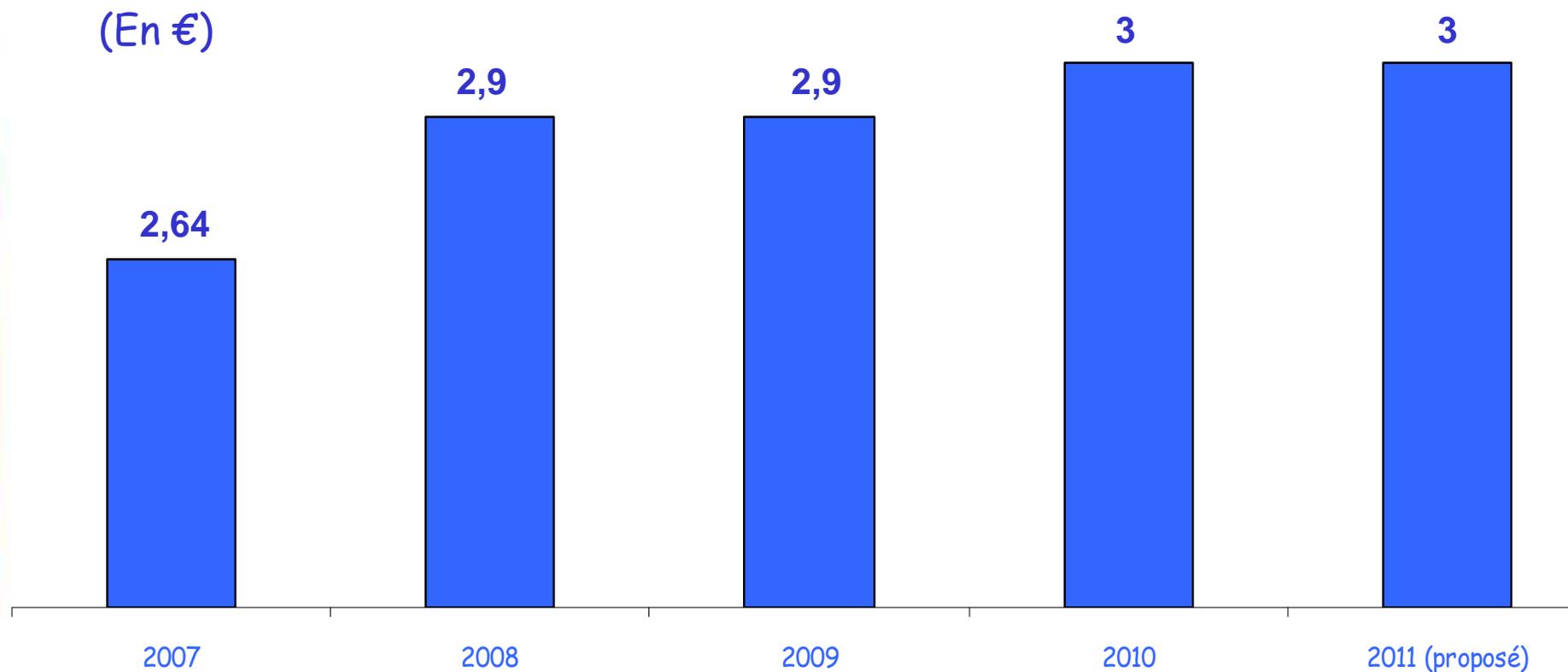




L'action Tipiak : Le dividende

- Dividende par action versé en 2011 = **3 €**
offrant un rendement de **5,8 %**

(En €)



(année de versement)



Orientations stratégiques et perspectives



Orientations stratégiques

- 2011-2013: Reprise progressive de la croissance des ventes et des résultats
 - Intensification de la politique d'innovation et des soutiens publicitaires,
 - Adaptation des Ressources humaines et des organisations,
 - Réalisation du programme ambitieux des investissements,
 - Maîtrise de l'endettement



Activité du *1^{er} semestre 2011*

- Accélération de la croissance du chiffre d'affaires (+ 5 à 6 %), notamment à marque "Tipiak"
 - Poursuite des campagnes publicitaires
 - Lancements de nouveaux produits

- Résultat opérationnel négatif
 - Hausses des matières premières
 - Impacts partiels des hausses de tarifs



Perspectives 2ème semestre 2011

- Poursuite de la croissance des ventes, notamment à marque "Tipiak"
- Reprise d'une croissance du résultat opérationnel
 - Gains de productivité (investissements, organisation et maîtrise des coûts fixes)
 - Impacts des hausses de tarifs

Rappel : 60 % des ventes sont réalisés au 2e semestre et les résultats annuels sont concentrés sur le dernier quadrimestre



Perspectives année 2011

➤ Poursuite de l'innovation produits "Secteur sec"

Plats céréaliers



Aides pour cuisiner



Croûtons





Perspectives année 2011

➤ Poursuite de l'innovation produits "Secteur froid"

Plats cuisinés surgelés





Perspectives année 2011

➤ Poursuite de l'innovation produits "Secteur froid"

Produits cocktail





Animation de la marque

- Poursuite de la publicité (5 campagnes TV)



- Mise en ligne du nouveau site internet orienté consommateurs