



**Réunion annuelle**

**du 27 juin 2012**

---



## Réunion annuelle du 27 juin 2012

### Ordre du jour :

- Présentation générale de l'entreprise
- Activité 2011
- Résultats financiers 2011
- Perspectives 2012-2014
- Questions

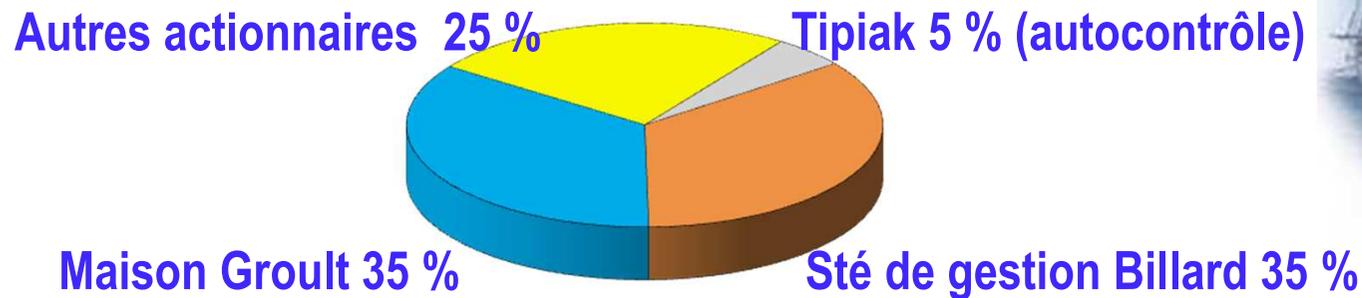


## TIPIAK, une longue histoire

Née en 1967 de la fusion de deux entreprises familiales centenaires

## Un actionnariat stable

(depuis l'origine de Tipiak)





## 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”**



## Une organisation au service d'une ambition



### Epicerie

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

### Secteur Sec

### 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

Crouçons, feuilletés prêts à garnir

Plats cuisinés, crêpes, galettes et sauces surgelés

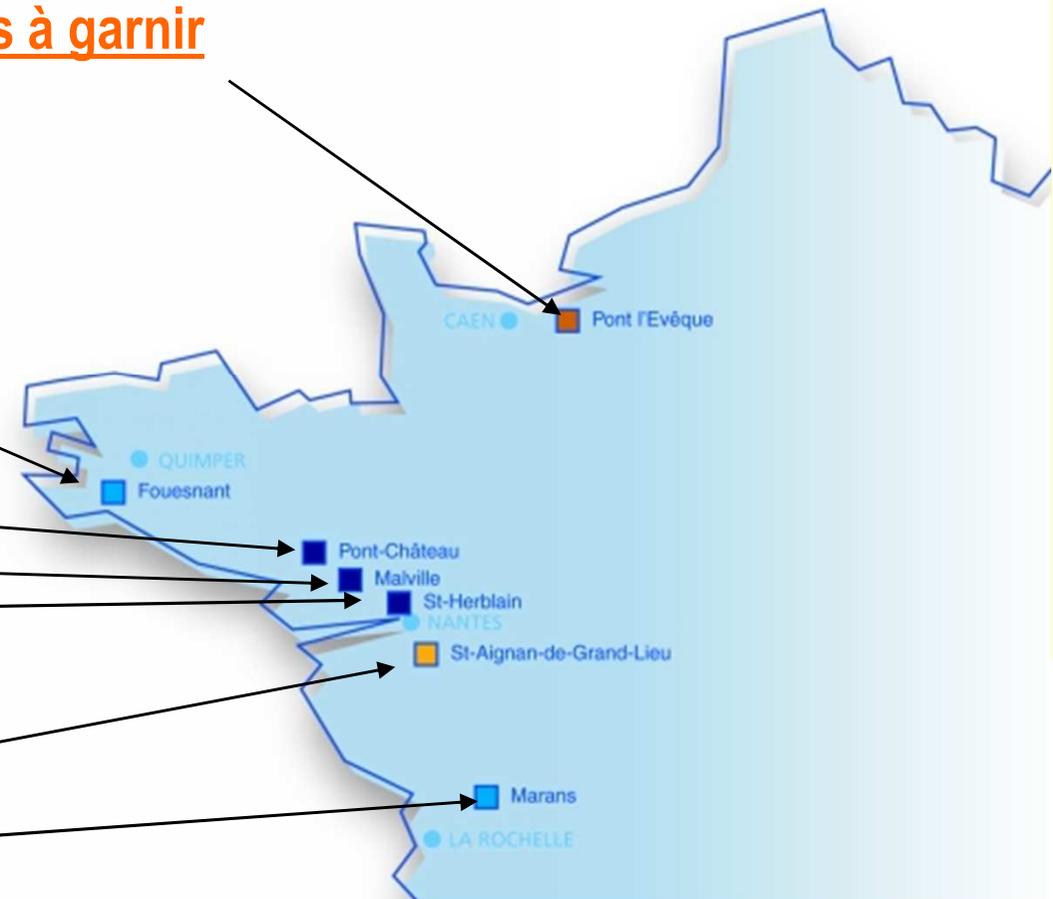
Mini-pâtisseries

Canapés

Pains surprise

Aides pour cuisiner, couscous, céréales

Entrées et plats de la mer surgelés





# Présentation Générale

## La marque Tipiak





## 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 :

- Tradition culinaire et innovation
- 20 ans d'existence
- 48 % du Chiffre d'affaires
- Notoriété : 96 %
- Capital confiance : 85 % 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
- Une supériorité gustative validée régulièrement sur tous les produits leaders



## Animation de la marque

- Poursuite de la publicité TV : 4 campagnes en 2011



- Nouveau site internet [tipiak.fr](http://tipiak.fr) orienté consommateurs avec plus de 200 recettes disponibles





## Tipiak classé au Palmarès Employeur 2011\*

**2<sup>e</sup> entreprise la plus attractive du Grand Ouest  
sur 3 000 entreprises citées tous secteurs confondus**



- 26<sup>e</sup> position parmi 14 300 entreprises citées au plan national (panel de 9 300 personnes)
- Sur cinq grands critères :
  - ❖ Développement personnel
  - ❖ Performance économique
  - ❖ Responsabilité sociale et environnementale
  - ❖ Qualité managériale
  - ❖ Fierté d'appartenance

\* sources :



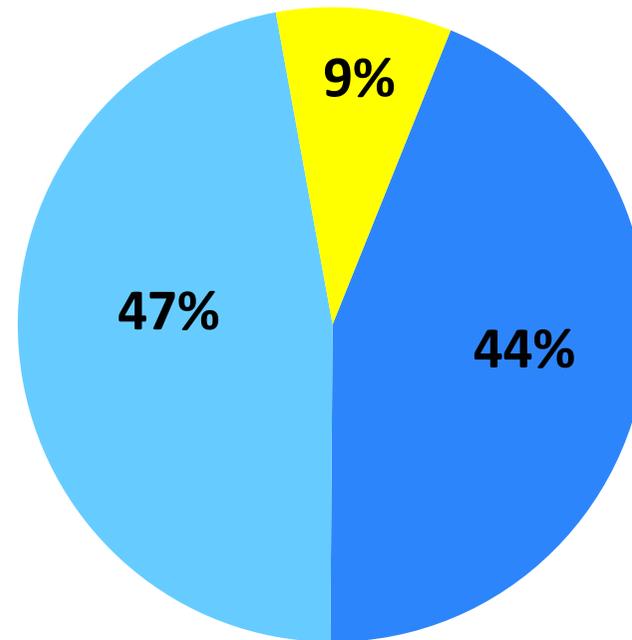
Activité 2011

# L'activité de Tipiak en 2011

---



## La structure du chiffre d'affaires par circuit reste stable



-  Grandes et moyennes surfaces (GMS) – France dont marque Tipiak 35%
-  Circuits spécialisés surgelés - Industrie – RHD France
-  International

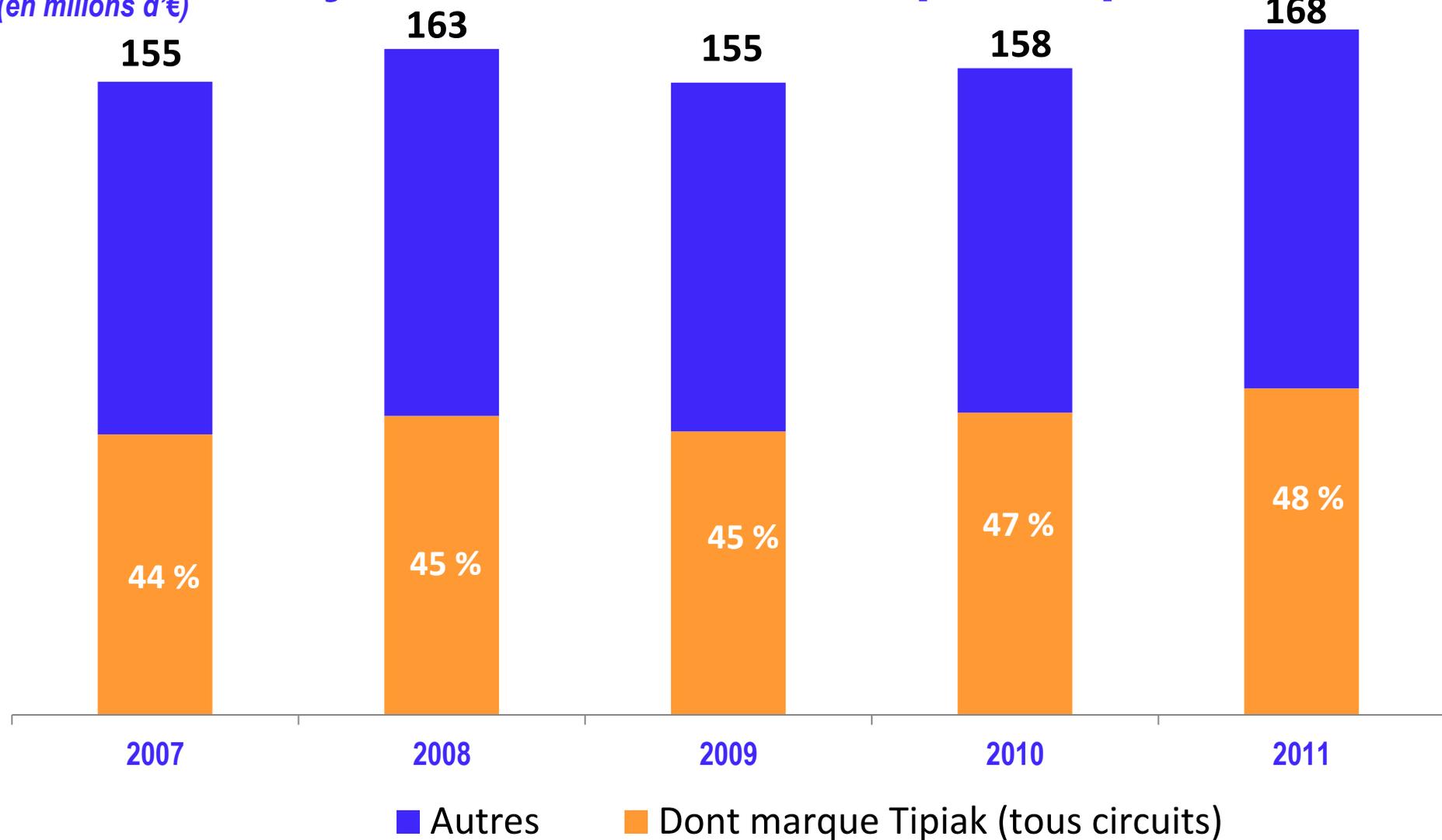


# Activité 2011

Poursuite de la croissance : + 6 %

Dynamisme de la marque "Tipiak" : + 8 %

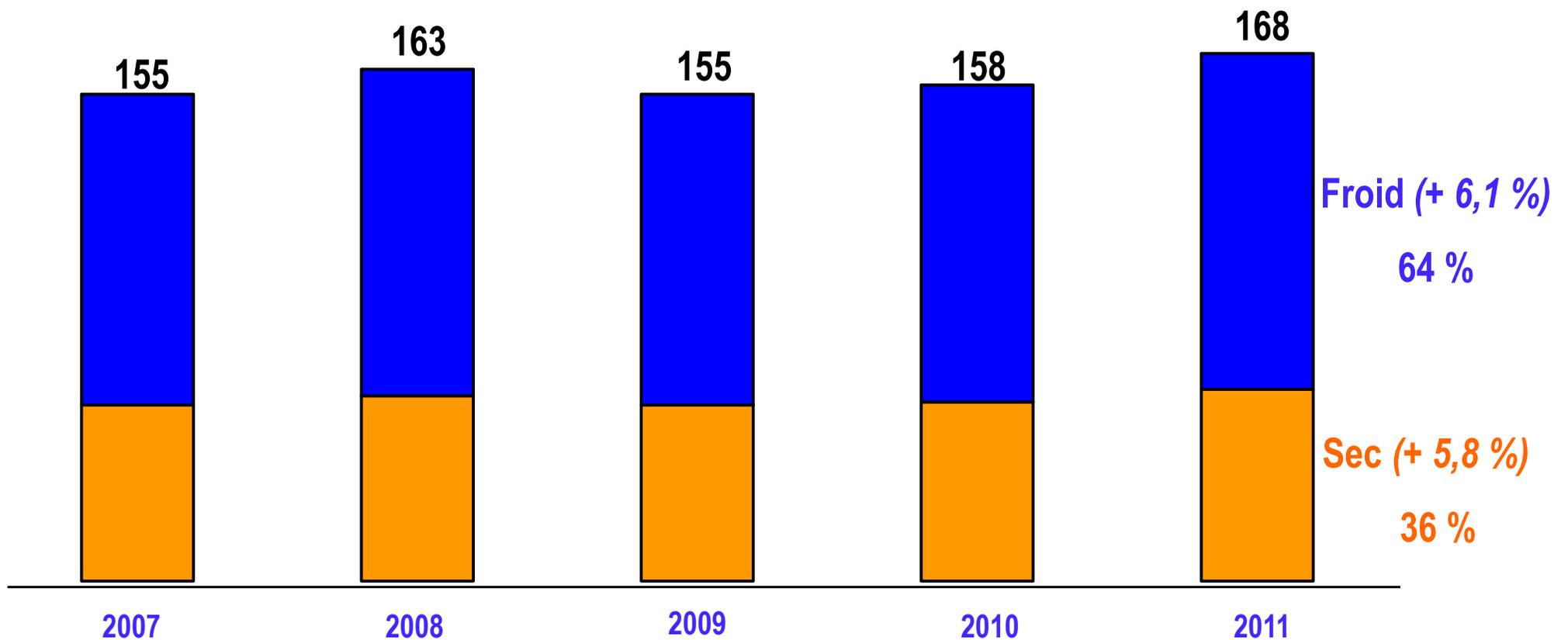
(en millions d'€)





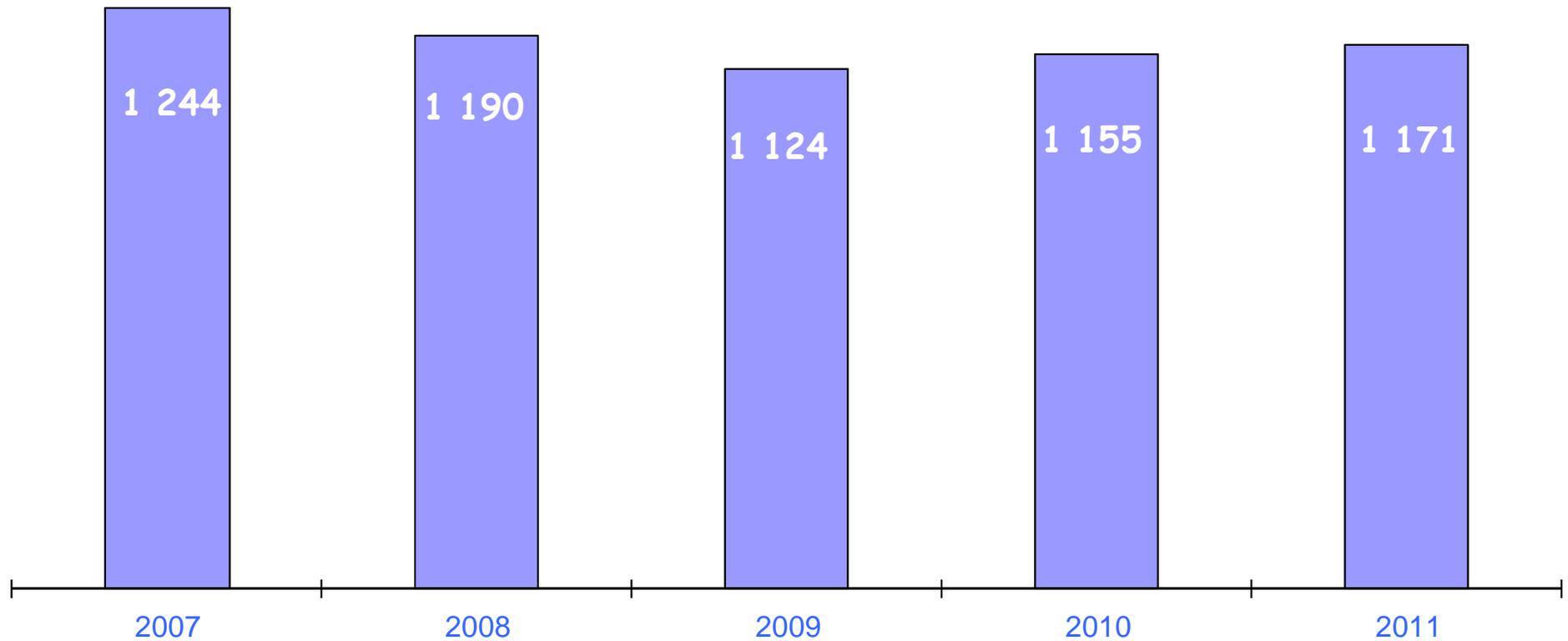
## Même taux de croissance pour les deux secteurs

(en millions d'€)





## Évolution des effectifs \* : + 1,4 %



(\* ) en équivalent temps plein dont intérimaires



## Le secteur « sec »

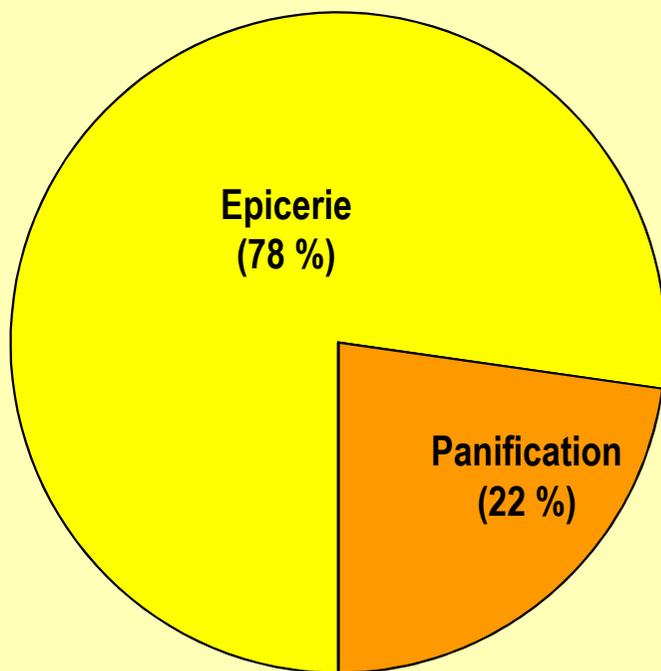
---



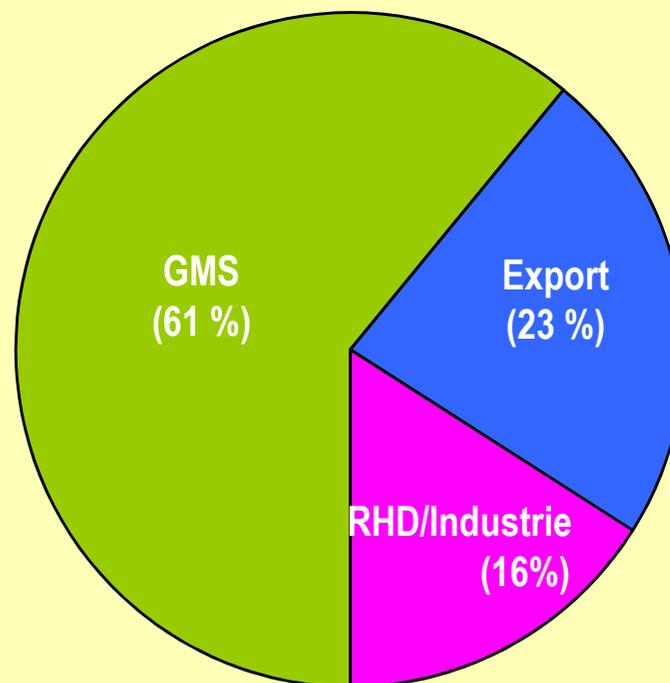
# Secteur "sec"

## Activité 2011

Chiffre d'affaires en croissance : + 5,8 %



Par métier



Par circuit



# L'Épicerie



**Chiffre d'affaires : 47,3 M€  
(28 % du CA total de Tipiak)**

**Effectifs : 158**

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



## Progression du chiffre d'affaires : + 7,7%

- **Dynamisme des ventes à marque Tipiak en GMS et à l'international,**
- **Ralentissement des ventes dans le circuit RHD et la GMS  
Marques Distributeurs**



## Des positions fortes sur deux marchés :

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



- **Plats céréaliers**      **36 %**      **N° 1**





# Épicerie 2011

## ➤ Innovations en 2011 :

### Plats céréaliers

### Aides pour cuisiner



Circuit RHD

- ## ➤ Soutien publicitaire avec 3 campagnes TV :
- *Céréales gourmandes (avril)*
  - *Méli Mélo gourmand (juillet)*
  - *Couscous parfumés (juillet-août)*





## Principaux investissements (3,1 M€) :

- Rénovation de l'outil industriel : ligne tapioca et atelier de mélanges de céréales
- Rénovation de la toiture du site de Saint-Aignan de Gd Lieu



Site de Tipiak Epicerie  
à Saint-Aignan (44)



# Panification



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

**Effectifs : 100**

**1 site : Pont L'Evêque (14)**



## Une activité stable

➤ **Après une forte croissance en 2010 (+ 16 %), l'activité ne progresse pas en 2011**

- Seuls les circuits Industrie et RHD poursuivent leur croissance,
- Les ventes aux distributeurs sont stables en GMS : effet de surstockage des Distributeurs fin 2010, poursuite de la croissance des ventes aux consommateurs.



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

Croûtons	32 %	N° 1
Feuilletés	10 %	Challenger

- Poursuite de l'innovation
- Optimisation des recettes et des packagings





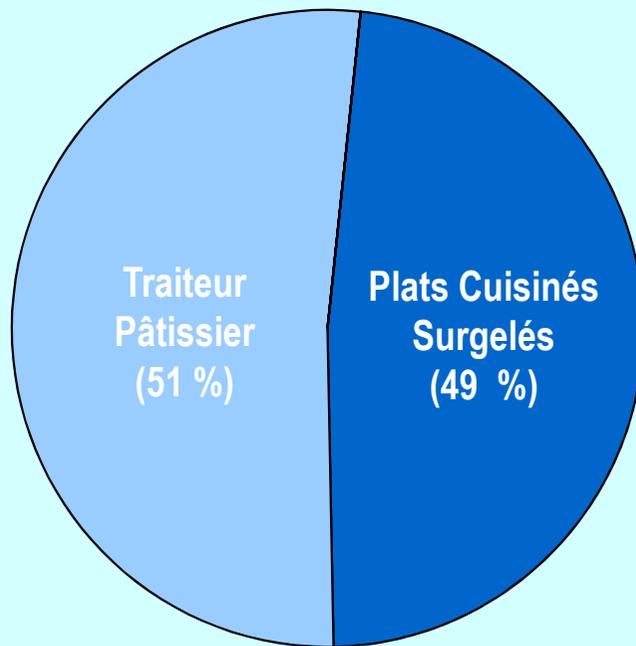
## Le secteur « froid »

---

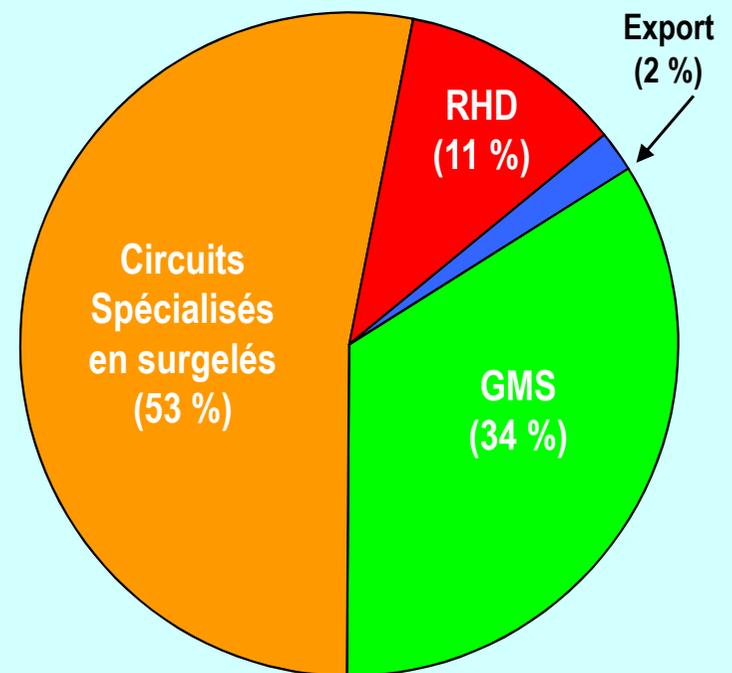


# Secteur "froid" Activité 2011

Secteur « Froid » en croissance : + 6,1 %



Par métier



Par circuit



## Les Plats Cuisinés Surgelés



Chiffre d'affaires : 52,3 M€  
(31 % du CA total de Tipiak)

Effectifs : 293

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

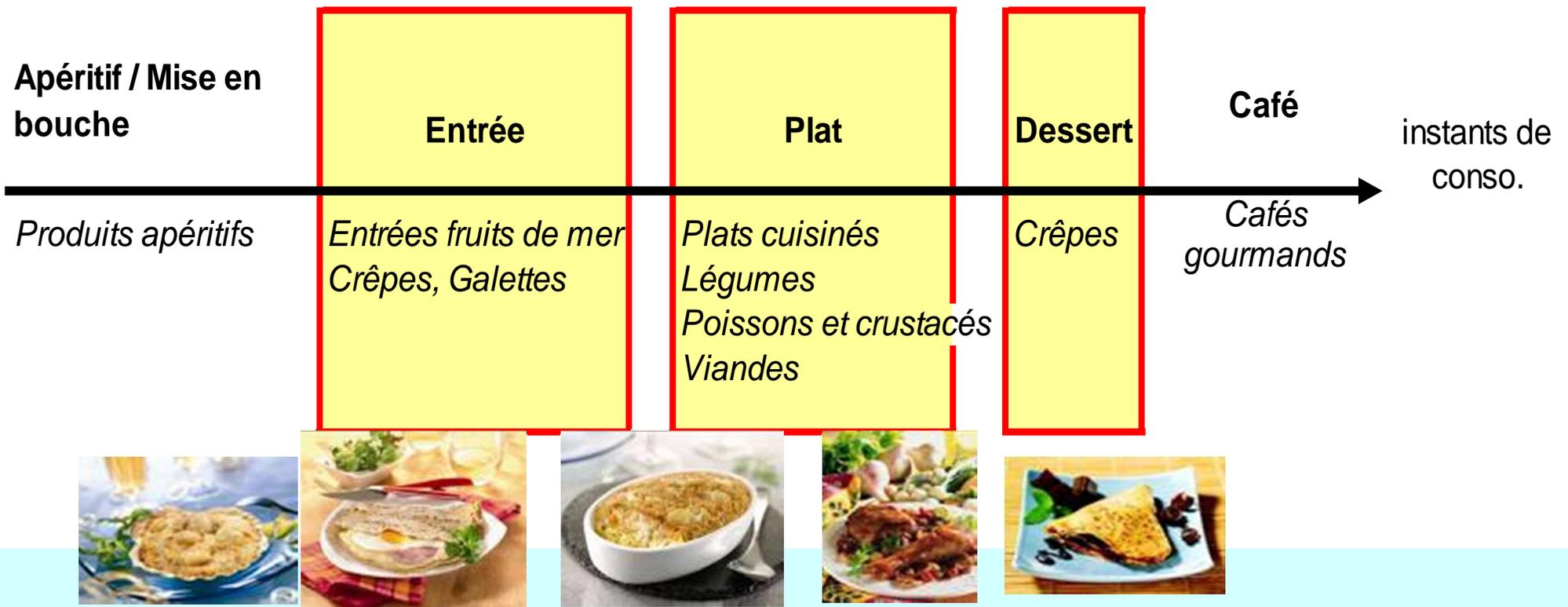


# Plats Cuisinés Surgelés

2011

## Les « savoir-faire » de Tipiak Plats Cuisinés Surgelés

Structure de l'offre  
par instants de consommation :





**Activité en forte progression : + 10 %**

**Évolution contrastée des ventes :**

- **Retrait dans le circuit GMS Marques Distributeurs**
- **Progression des circuits spécialisés surgelés**
- **Excellente performance de la marque Tipiak en GMS : + 18 %**



# Plats Cuisinés Surgelés

2011

Pour la 3<sup>e</sup> année consécutive, Tipiak est la première marque nationale pour le taux de croissance sur le marché des entrées et des plats cuisinés surgelés.

Positions dominantes de la marque sur 4 segments stratégiques :

- Entrées fruits de mer : 32 % N° 1
- Sauces : 97 % N° 1
- Galettes : 69 % N° 1
- Brandades : 60 % N° 1



# Plats Cuisinés Surgelés

## 2011

### Nombreuses innovations à marque Tipiak





# Plats Cuisinés Surgelés

2011

Principaux investissements (près d'1 M€) :

- **Automatisation de ligne de production (conditionnement Fouesnant),**
- **Optimisation de lignes (Marans).**



*Cuisine à Fouesnant (29)*



## Traiteur-Pâtissier



**Chiffre d'affaires : 54,8 M€  
(33 % du CA total de Tipiak)**

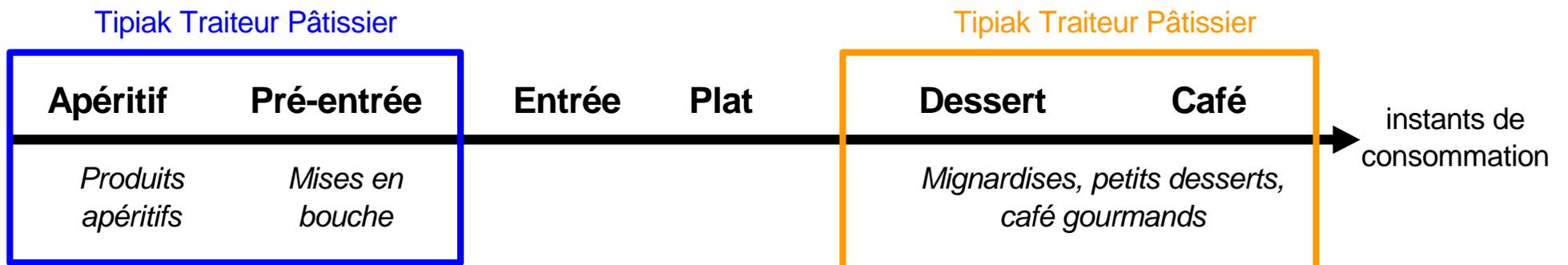
**Effectifs : 579**

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



## Les « savoir-faire » de Tipiak Traiteur-Pâtissier

Structure de l'offre par instants de consommation :

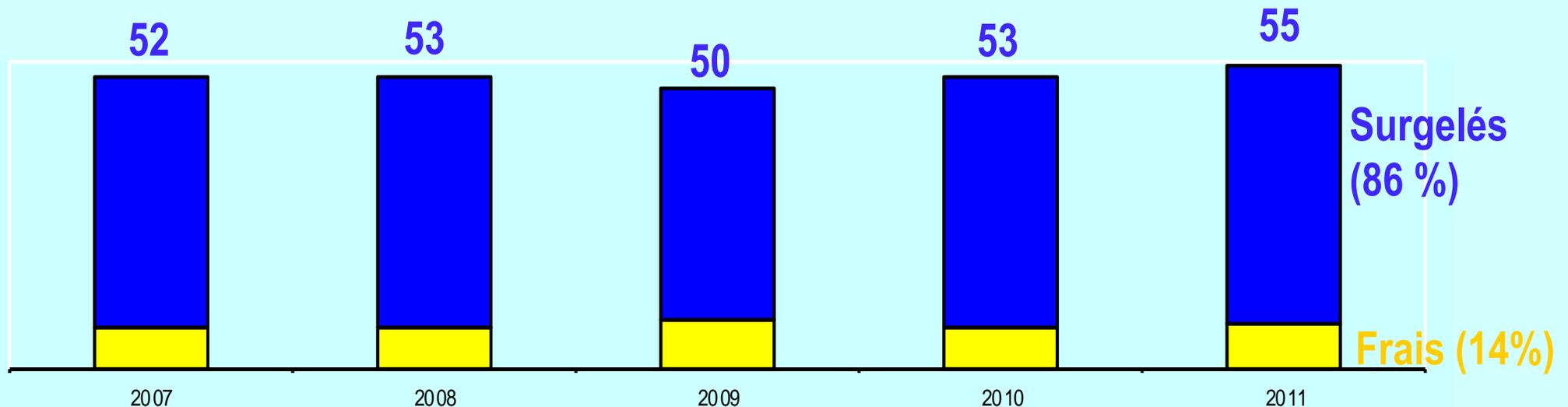




Poursuite de la croissance des ventes : **+ 2,4 %**

- Progression des ventes dans les circuits de distribution spécialisés, en RHD et à l'international
- Léger recul des ventes en GMS surgelés & frais

(en millions d'€)





# Traiteur-Pâtissier 2011

## Diversification de l'offre de produits apéritifs qualitatifs

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





**Tipiak est la marque nationale leader  
du segment apéritif “premium” :**

**23 % des parts de marché sur la saison 2011**



**“12 mini-croustillants”**



**“ 8 mini-coquilles Saint-Jacques”**



## Principaux investissements (2,4 M€) :

- Optimisation des lignes de fabrication et de conditionnement
- Renouvellement et adaptation des outillages
- Environnement : traitement des eaux



*Ligne dressage canapés  
à Malville (44)*



# Résultats financiers

2011

---



## Les faits marquants de la période

- Reprise pour la 2<sup>e</sup> année de la croissance des ventes du Groupe,
- Fortes hausses des prix d'achat de matières 1<sup>ères</sup> stratégiques (blé dur, noix de Saint-Jacques),
- Recul des résultats économiques lié à la baisse du taux de marge brute,
- Maintien de la capacité d'auto financement et du ratio d'endettement.



# Résultats financiers 2011 : opérationnels

## Recul des résultats économiques et financiers

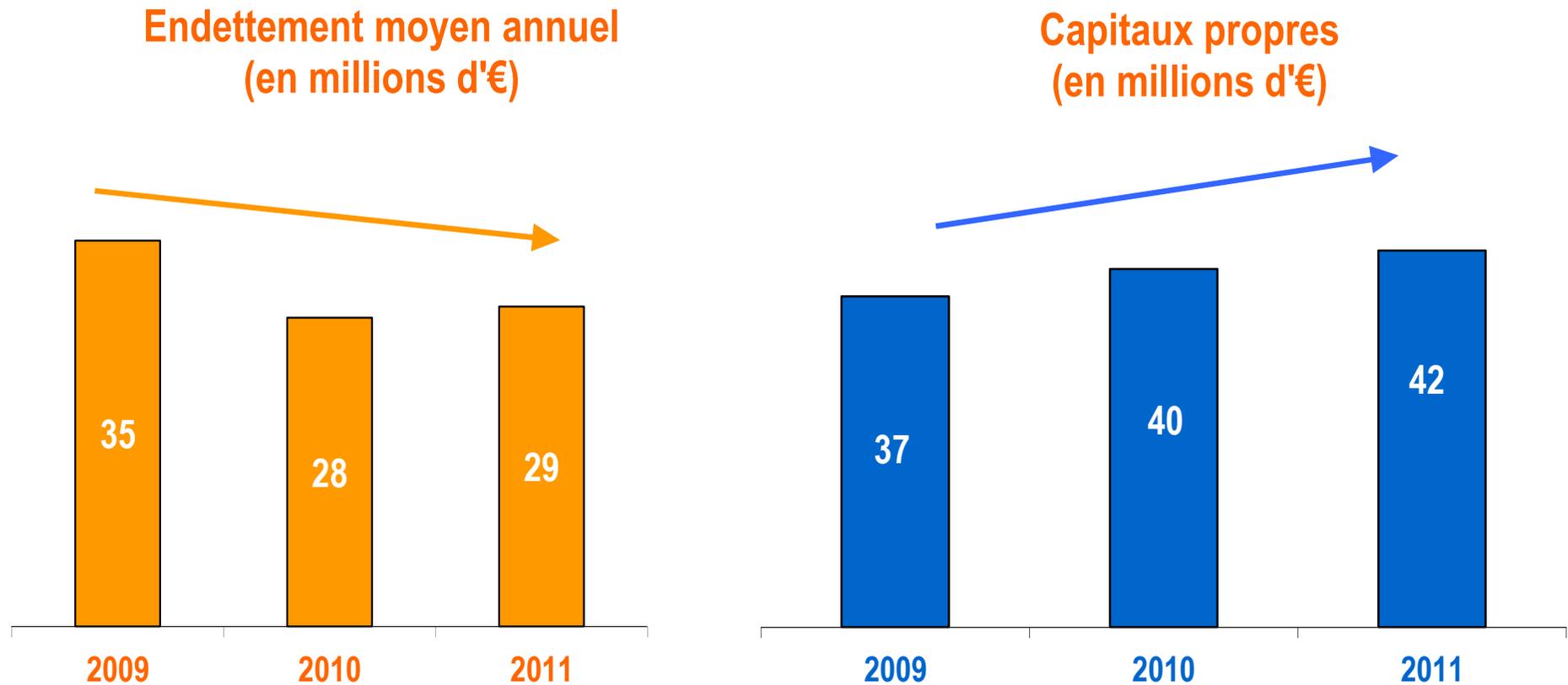
	2011		2010		Δ 2011/2010
	en millions d'€	% / chiffre d'affaires	en millions d'€	% / chiffre d'affaires	
<i>Chiffre d'affaires net</i>	<b>167,6</b>	<b>100</b>	<b>158,1</b>	<b>100</b>	<b>+ 6,0 %</b>
<i>Marge brute</i>	<b>98,5</b>	<b>58,8</b>	<b>97,6</b>	<b>61,7</b>	<b>+ 1,0 %</b>
<i>Excédent brut d'exploitation</i>	<b>15,6</b>	<b>9,3</b>	<b>16,9</b>	<b>10,7</b>	<b>- 7,6 %</b>
<i>Résultat opérationnel</i>	<b>7,4</b>	<b>4,4</b>	<b>9,7</b>	<b>6,1</b>	<b>- 24 %</b>
<i>Résultat net consolidé</i>	<b>3,2</b>	<b>1,9</b>	<b>4,5</b>	<b>2,8</b>	<b>- 28,3 %</b>



# Résultats financiers 2011

## Structure financière

➤ En 2011, maintien du ratio d'endettement



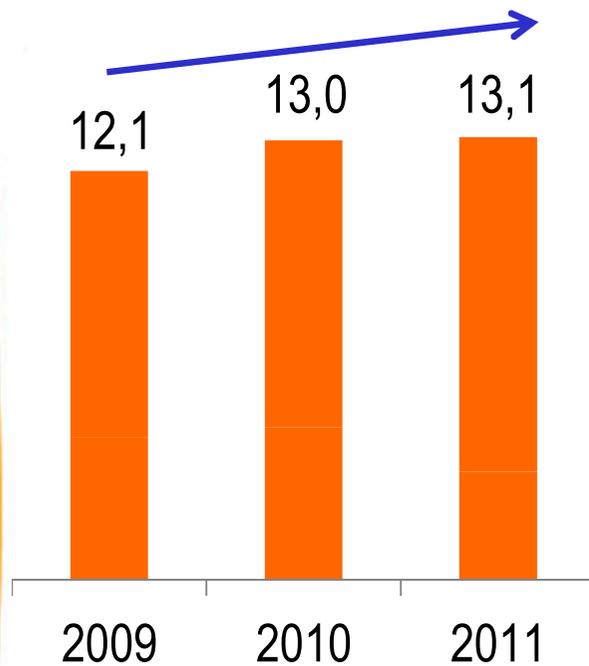
Endettement moyen/Capitaux propres :	0,9	0,7	0,7
	2009	2010	2011



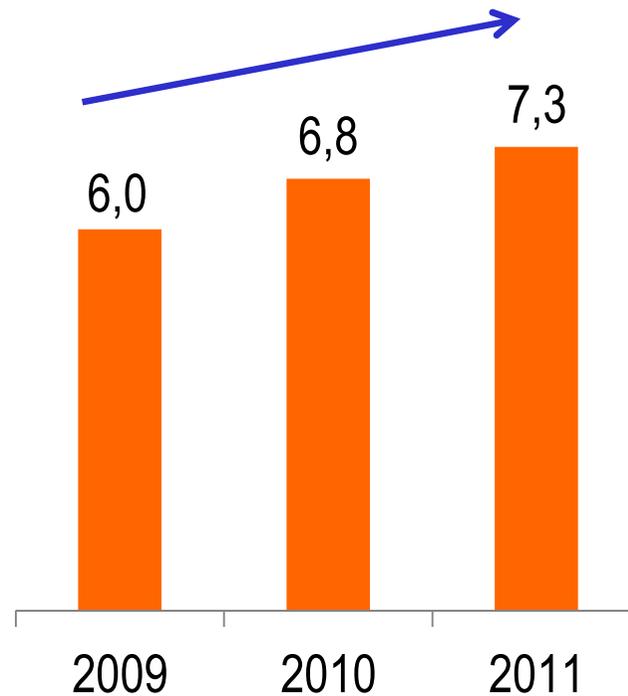
# Résultats financiers 2011

## Structure financière

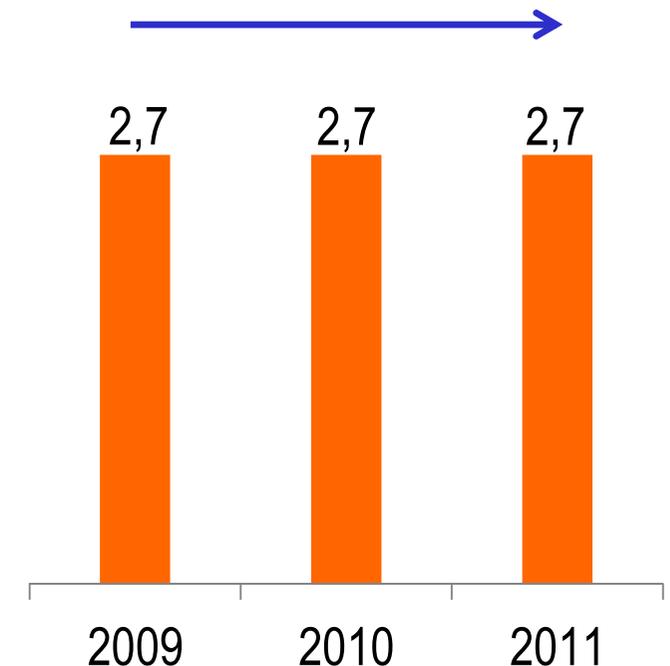
Progression de la  
capacité  
d'autofinancement



Renforcement des  
investissements



Maintien des  
dividendes distribués



( en millions d'€ )



# Résultats financiers 2011

## Structure financière

- Evolution maîtrisée du Besoin en fonds de roulement (BFR)  
(hausse des stocks en fin d'année)

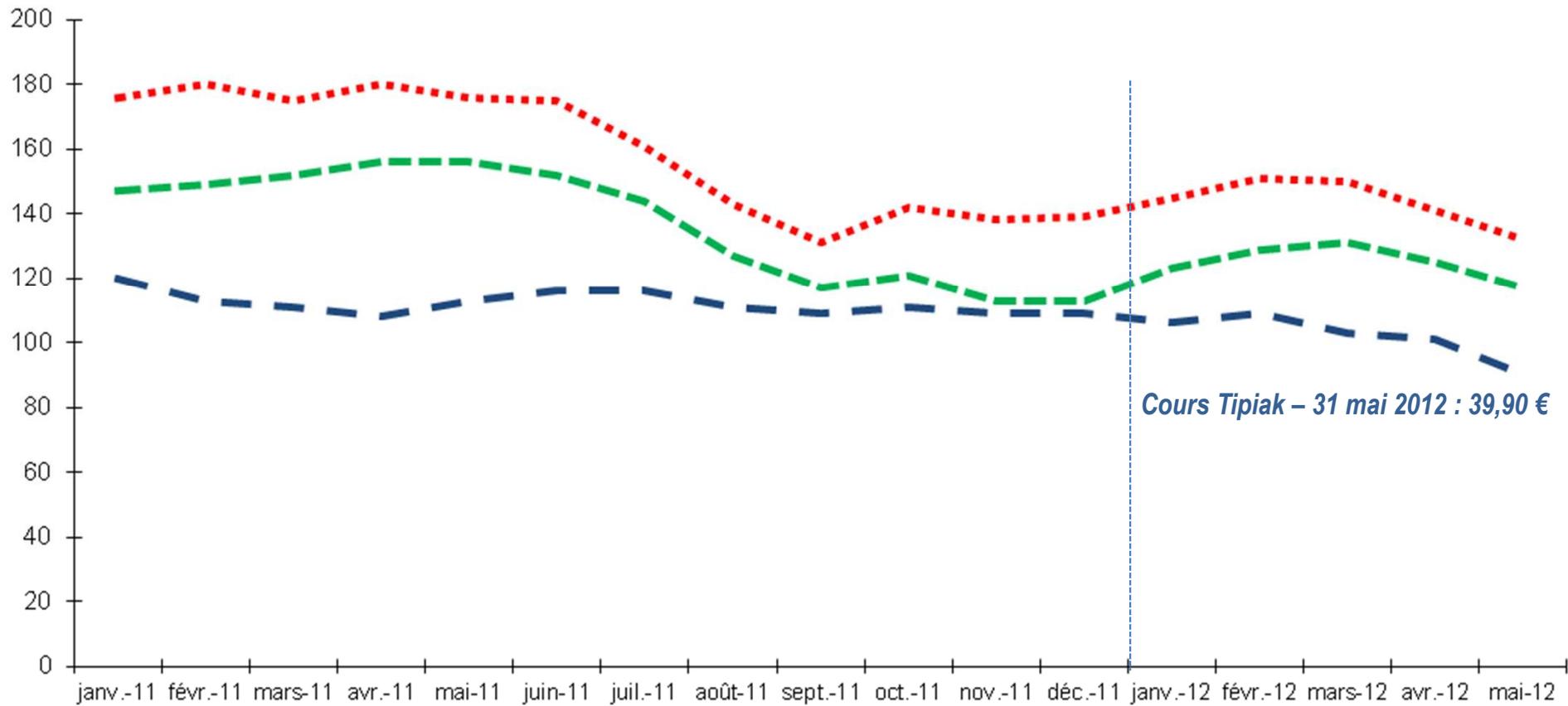
BFR annuel moyen	2009	2010	2011
➤ en M€	19	20	22
➤ en nombre de jours de CA	45 j	47 j	48 j



# L'action Tipiak : Le cours de bourse

## ➤ Tendence baissière en ligne avec les indices boursiers

Indice 100 – déc 1993



Cours Tipiak – 31 mai 2012 : 39,90 €

..... CAC 40

----- MID SMALL 190

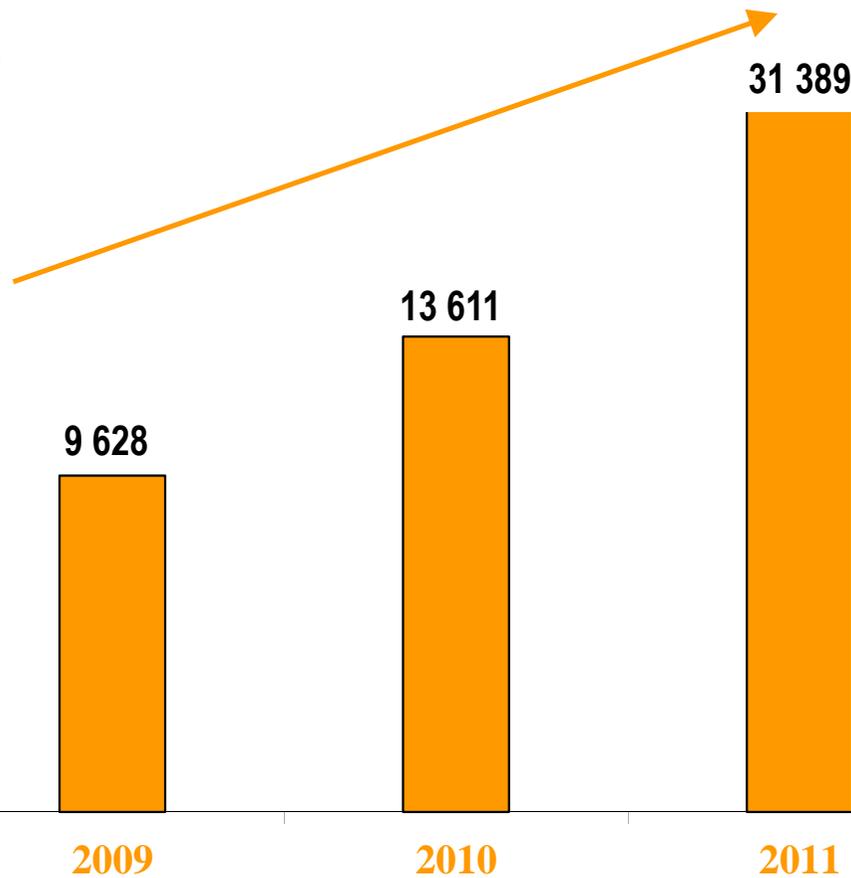
----- Tipiak cours fin de mois



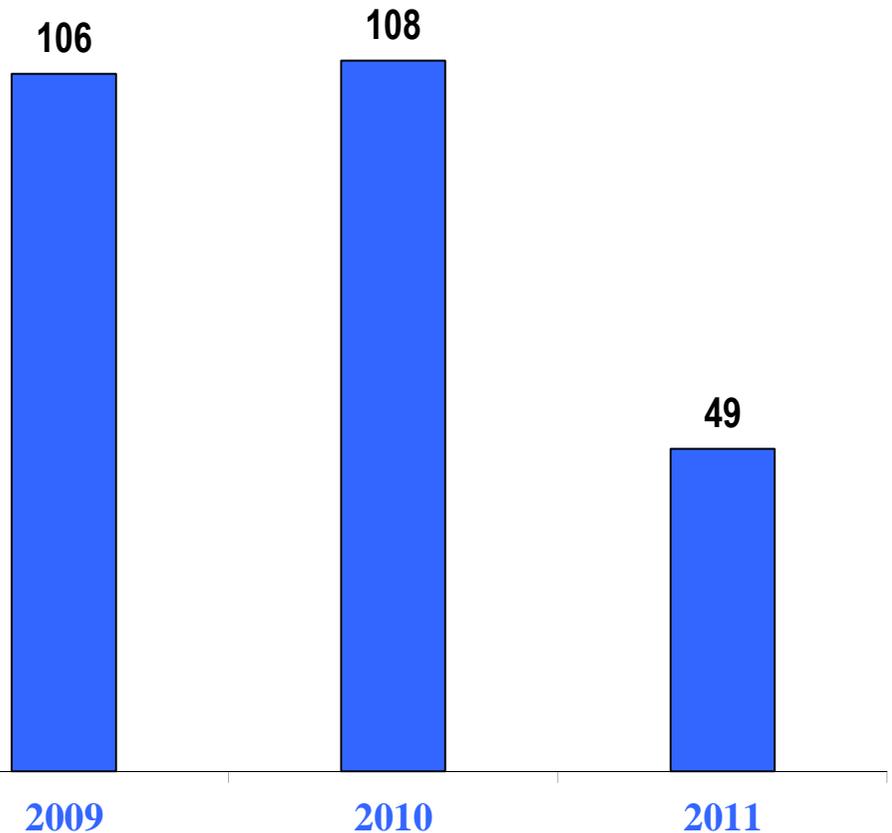
# L'action Tipiak : Le cours de bourse

## ➤ Volume d'échange en forte progression

Nombre de titres échangés



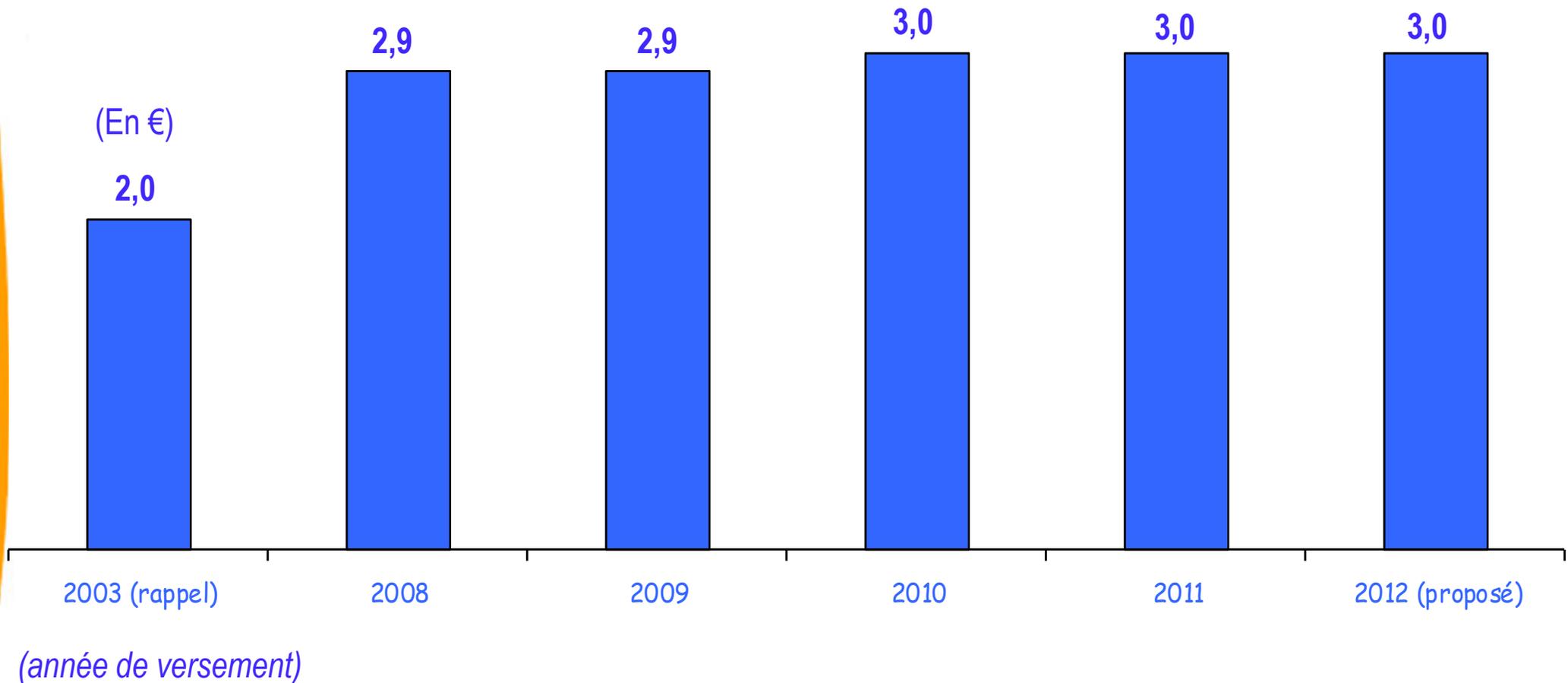
Nombre de jours de cotation  
avec 1 seul titre échangé





# L'action Tipiak : Le dividende

- Dividende par action versé en 2012 = 3 €
- Rendement de 7,5 % (cours : 40 €)





# **Orientations stratégiques et perspectives**

---



# Orientations stratégiques

- **2012-2014 : Maintien d'une croissance soutenue des ventes et reprise d'une progression des résultats économiques et financiers**
  - Intensification de la politique d'innovation et des soutiens publicitaires,
  - Adaptation des Ressources humaines et des organisations,
  - Réalisation du programme ambitieux des investissements (11 M€ / an en moyenne),
  - Maîtrise de l'endettement



## Activité du 1<sup>er</sup> semestre 2012

- Confirmation du dynamisme du chiffre d'affaires (+ 4 %), porté notamment par la marque "Tipiak".
  - Poursuite des campagnes publicitaires
  - Lancements de nouveaux produits
  
- Résultat opérationnel proche de l'équilibre.



## Perspectives *année 2012*

- **Croissance des ventes (+ 5 %), notamment à marque “Tipiak”.**
- **Amorce de reprise de la progression des résultats annuels.**
- **48 % des ventes sont réalisés sur les 4 derniers mois et les résultats annuels se concentrent sur cette période.**



# Perspectives 2012

## ➤ Poursuite de l'innovation produits

### “Secteur sec”

#### Plats céréaliers



#### Croûtons



Conditionnement en doypack

#### Aides pour cuisiner



Conditionnement en doypack

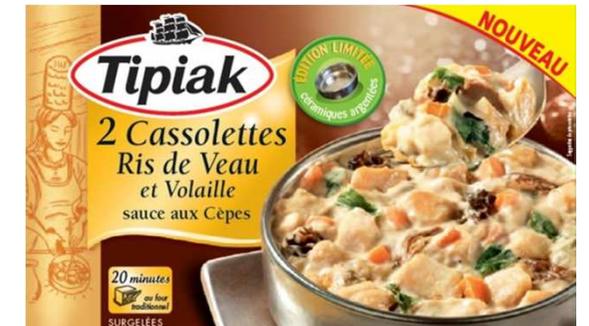


# Perspectives 2012

## ➤ Poursuite de l'innovation produits "Secteur froid"

Plats cuisinés surgelés

Produits de fin d'année





## ➤ Poursuite de l'innovation produits "Secteur froid"

Produits cocktail





**Merci de votre attention**

---