



Communiqué du 9 septembre 2015

## Chiffre d'affaires et résultats semestriels 2015. La marque Tipiak poursuit sa croissance dynamique

### Avec

- . un actionnariat familial stable depuis la création de l'entreprise en 1967,
- . une marque forte,
- . des produits leaders,
- . plus de 1 200 personnes,
- . sept sites de production,

Tipiak a su développer une offre originale et qualitative sur ses deux secteurs :

### secteur « froid » :

- . produits traiteurs pâtisseries,
- . plats cuisinés surgelés.

### secteur « sec » :

- . épicerie,
- . panification.

### Calendrier :

Dernière publication :

le 29 avril (après bourse) :  
Chiffre d'affaires 1<sup>er</sup> trimestre 2015

Prochaine publication :

le 16 octobre (après bourse) :  
Chiffre d'affaires 3<sup>e</sup> trimestre 2015

NYSE Euronext Paris -  
Compartiment C  
ISIN FR0000066482  
Reuters TIPK.PA  
Bloomberg TPK FP

Contact Tipiak :  
[emmanuelle.pavard@tipiak.fr](mailto:emmanuelle.pavard@tipiak.fr)

[www.tipiak.fr](http://www.tipiak.fr)

(en millions d'€)	1 <sup>er</sup> semestre 2015	1 <sup>er</sup> semestre 2014 (*)	Variation 2015/2014	année 2014 Rappel (*)
Chiffre d'affaires semestriel	80,8	76,2	+ 6,0 %	185,9
Excédent brut d'exploitation	2,3	3,3	- 30,3 %	15,8
Résultat opérationnel	- 1,1	- 0,4	NS	7,9
Résultat net	- 1,2	- 0,6	NS	4,5

(\*) comptes proforma, après application d'IFRIC 21 (voir note 3 des annexes du rapport semestriel 2015)

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

Le chiffre d'affaires net consolidé du 1<sup>er</sup> semestre 2015 s'établit à 80,8 M€, en progression de 6 % par rapport à celui du premier semestre 2014. Sur l'ensemble du semestre, les deux secteurs affichent une croissance de leurs ventes : + 3,4 % dans le « Sec » et + 8,2 % dans le « Froid », secteur particulièrement dynamique au second trimestre (+ 14,9 %).

La marque Tipiak en GMS, stimulée par plusieurs campagnes publicitaires et des actions promotionnelles ciblées, consolide ses parts de marché et poursuit sa croissance dynamique (+ 7%).

Il est rappelé que le résultat du 1<sup>er</sup> semestre est peu significatif, l'essentiel du résultat annuel étant réalisé au 2<sup>nd</sup> semestre en raison de la forte saisonnalité structurelle de l'activité.

Les dépenses publicitaires ont augmenté de 0,4 M€ par rapport au 1<sup>er</sup> semestre 2014.

L'application de la nouvelle norme IFRIC 21 a généré une augmentation des taxes de 0,6 M€ dans les résultats semestriels 2014 et 2015.

### Perspectives 2015

Le Groupe envisage pour l'ensemble de l'année 2015, une croissance soutenue des ventes et la consolidation de ses résultats. Le développement de la marque Tipiak sera poursuivi (campagnes publicitaires, actions promotionnelles, politique d'innovation produits). Les partenariats avec les enseignes qualitatives seront renforcés. Le programme ambitieux d'investissements destiné notamment à l'amélioration des performances industrielles sera maintenu.

Toutefois, compte tenu de la forte saisonnalité de l'activité du groupe, ces perspectives restent conditionnées essentiellement par le niveau de la consommation en France au 2<sup>e</sup> semestre et par l'évolution des prix d'achat des matières premières stratégiques.

*Tipiak, tout est dans la recette.*