

Chiffre d'affaires et résultats semestriels 2016. Croissance dynamique pour la marque Tipiak

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 **05 septembre** (après bourse) :
Chiffre d'affaires 2^e trimestre 2016

Prochaine publication :

le **20 octobre** (après bourse) :
Chiffre d'affaires 3^e trimestre 2016

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

Contact Tipiak :

emmanuelle.pavard@tipiak.fr

www.tipiak.fr

(en millions d'€)	1 ^{er} semestre 2016	1 ^{er} semestre 2015	Variation 2016/2015	année 2015 Rappel
Chiffre d'affaires semestriel	84,5	80,8	+ 4,6 %	192,6
Excédent brut d'exploitation	1,8	2,3	- 21,7 %	15,6
Résultat opérationnel	- 1,7	- 1,1	NS	8,1
Résultat net	- 1,4	- 1,2	NS	4,6

Activité du 1^{er} semestre

Le chiffre d'affaires consolidé du 1^{er} semestre 2016 s'élève à 84,5 M€, en progression de 4,6 % par rapport à celui du premier semestre 2015. Les secteurs « Sec » et « Froid » affichent tous deux une croissance de leurs ventes (respectivement + 6,1 % et + 3,3 %).

Le chiffre d'affaires en GMS à marque Tipiak a enregistré une progression particulièrement dynamique sur le semestre (+ 17 %) grâce notamment au soutien publicitaire et à des actions promotionnelles intenses.

Les dépenses publicitaires (5 campagnes TV) sont en augmentation de 0,5 M€ par rapport au 1^{er} semestre 2015.

Il est rappelé que le résultat du 1^{er} semestre est peu significatif, l'essentiel du résultat annuel étant réalisé au 2^e semestre en raison de la forte saisonnalité structurelle de l'activité.

Perspectives 2016

Dans un environnement encore incertain, Tipiak, s'appuyant sur ses atouts stratégiques, maintiendra sa politique de renforcement de ses parts de marché et de soutien au développement de l'activité et visera la poursuite de la consolidation de ses résultats.

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^e semestre et par l'évolution des prix d'achat des principales matières premières.

Tipiak, tout est dans la recette