



# Réunion annuelle d'information

du 23 juin 2017

---

Paris, 8h30



# Réunion annuelle d'information du 23 juin 2017

## Ordre du jour :

- Présentation générale de l'entreprise
- Activité 2016
- Résultats financiers 2016
- Perspectives 2017 - 2019
- Questions



### TIPIAK, une longue histoire

Née en 1967 de la fusion de deux entreprises familiales centenaires.

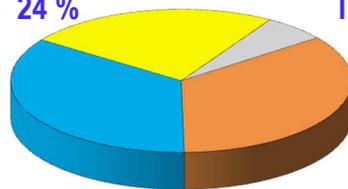


### Un actionnariat stable

(depuis l'origine de Tipiak)

Autres actionnaires 24 %

Tipiak 6 % (autocontrôle)



Groult 35 %

Billard 35 %



### 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

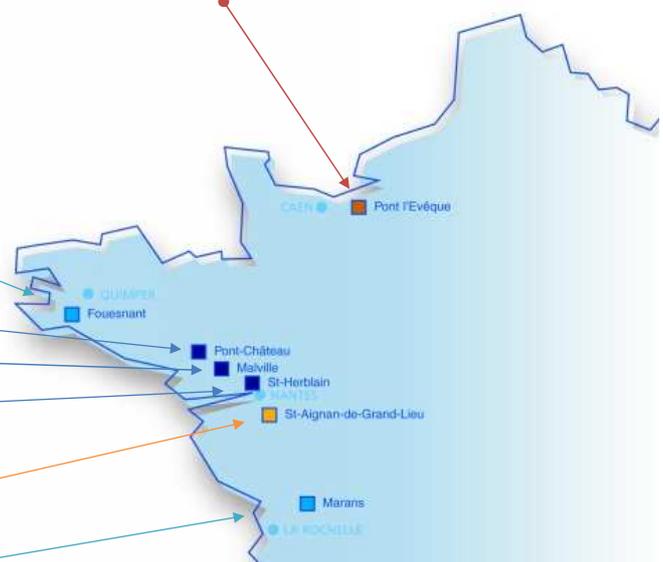
Mini-pâtisseries

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
- Inspirés d'une cuisine accessible, créative, ouverte sur le monde
- Emblématiques de l'art culinaire à la française



### La marque Tipiak

#### Une notoriété et un capital confiance élevés

- 25 ans d'existence seulement
- 59 % du chiffre d'affaires
- Notoriété : 98 %
- Capital confiance : 85 %



### La marque Tipiak

#### Une forte pénétration dans les foyers

- Taux de pénétration : 64 % des foyers français
- 15<sup>ème</sup> position en France (tous marchés de grande conso.)
- Gain de 500 000 foyers / an
- 57 millions d'actes d'achat / an (+ 7 % par an)
- 36<sup>ème</sup> position en France (gain de 3 places en 1 an)



# Présentation Générale

## Animation de la marque



- ✓ Un soutien publicitaire intensif : 7 campagnes TV en 2016

- ✓ Mise en valeur des recettes sur des sites de recettes et conseils culinaires
- ✓ 1,2 million de connections pour une recette sur marmiton.org



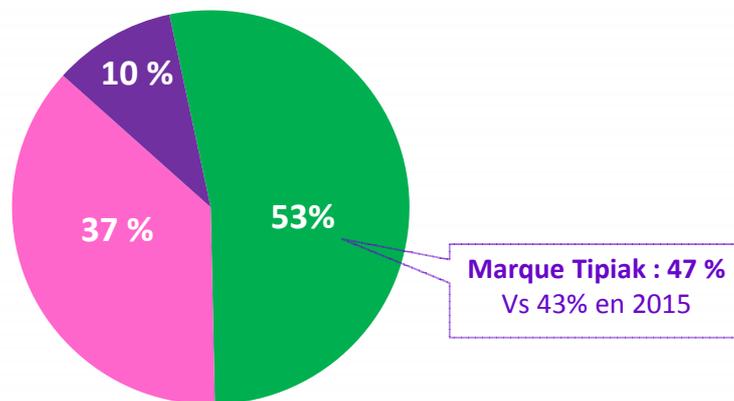
# Activité 2016

## L'activité de Tipiak en 2016



## Activité 2016

### Chiffre d'affaires par circuit + 4 pts en GMS France Marque Tipiak



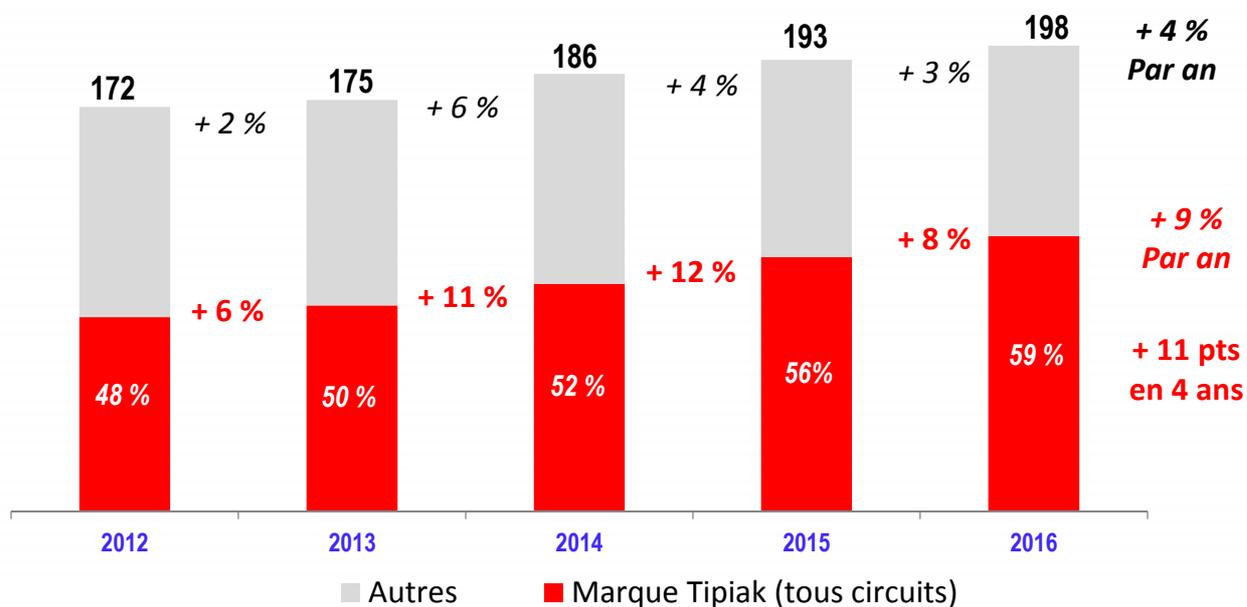
- Grandes et moyennes surfaces (GMS) – France
- Circuits spécialisés surgelés - Industrie – RHD France
- International



## Activité 2016

### Croissance dynamique des ventes à la marque Tipiak

(en millions d'€)

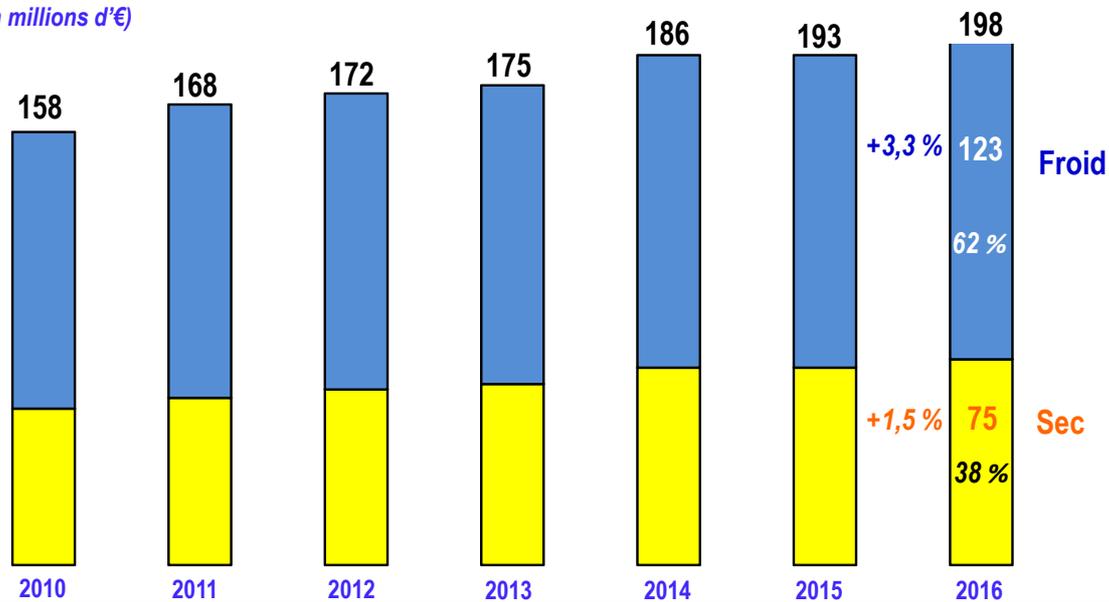




## Activité 2016

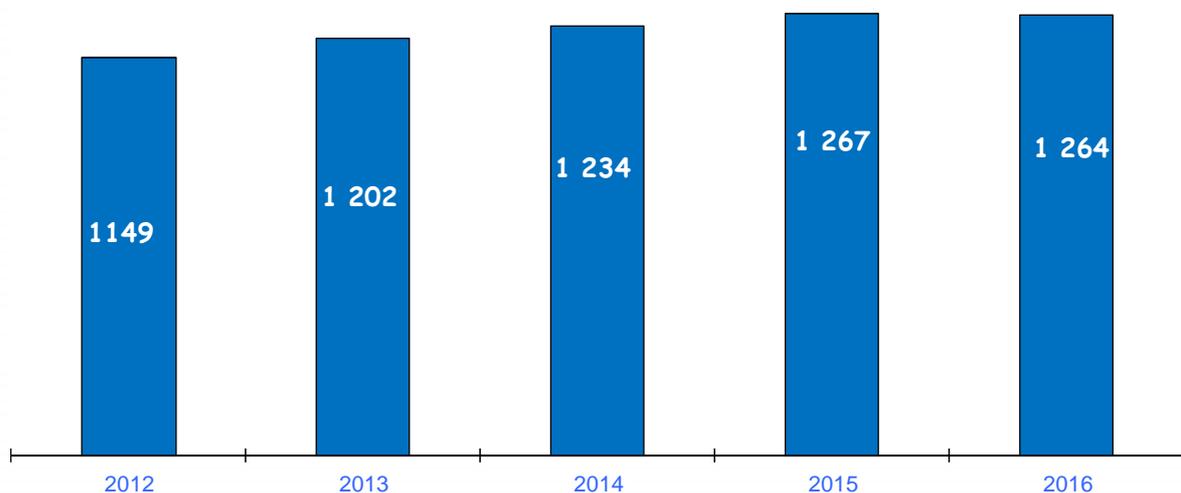
7<sup>e</sup> année de croissance des ventes  
portée par les 2 secteurs

(en millions d'€)



## Activité 2016

Effectifs moyens (ETP) stables

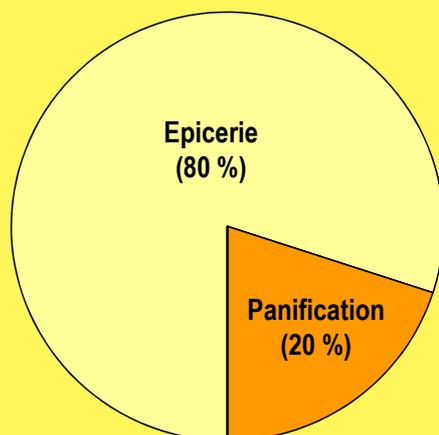




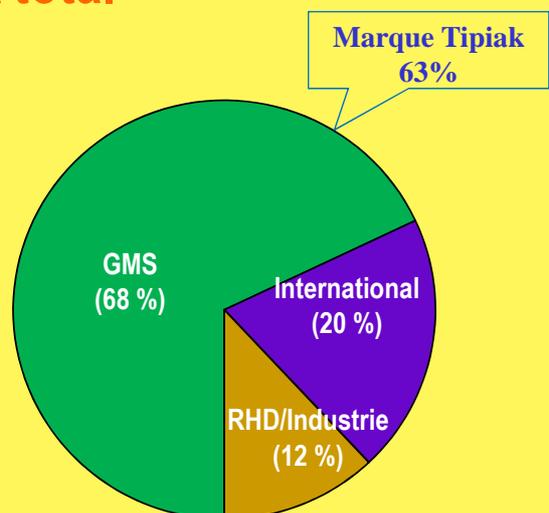
## Le secteur « sec »



Chiffre d'affaires : 75 M€  
38% du CA total



Par métier



Par circuit



## Secteur "sec" Activité 2016

### Progression du chiffre d'affaires : + 1,5 %

- ✓ Croissance des ventes en GMS France à marque Tipiak : + 4,6 %
- ✓ Erosion des ventes dans les autres circuits



## Secteur "sec" Activité 2016

### Investissements : 1,8 M€

- ✓ Ligne de conditionnement / Saint-Aignan
- ✓ Nouvelle friteuse / Pont-L'évêque



Site de Pont-L'évêque (14)



Site de Saint-Aignan (44)



## L'Épicerie



Chiffre d'affaires : 60 M€

Effectifs : 184

1 site : St Aignan de Grand Lieu (44)



## Épicerie 2016

### Des positions fortes sur deux marchés :

- ✓ **Aides pour cuisiner** **28 %** **N° 2**  
(N° 1 : tapioca, chapelure, perles Japon, féculé)



- ✓ **Plats céréaliers et légumes secs** **33 %** **N° 1**





## Épicerie 2016

### ✓ Innovations en 2016 :

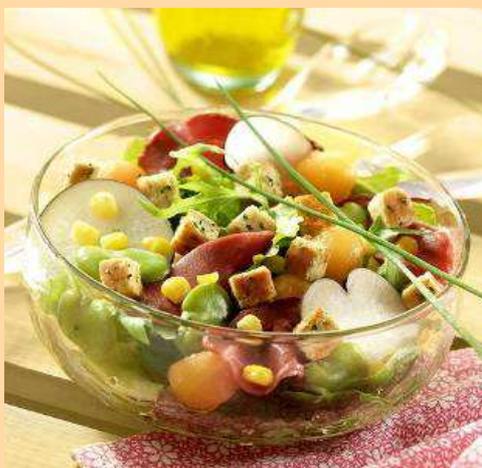
Plats céréaliers



### ✓ Fort soutien publicitaire avec 5 campagnes TV en 2016



## Panification



Chiffre d'affaires : 15 M€

Effectifs : 110

1 site : Pont L'Evêque (14)



## Panification 2016

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

Croûtons	37 %	N° 1
Feuilletés	16 %	N° 2



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



## Activité 2016

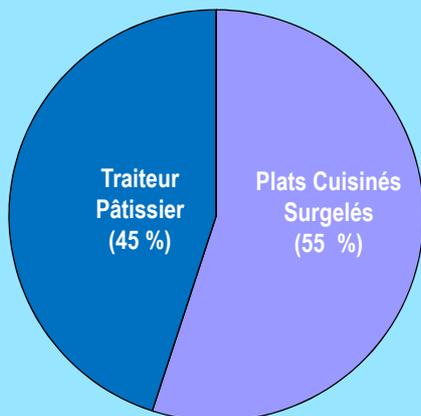
**Le secteur « froid »**

---

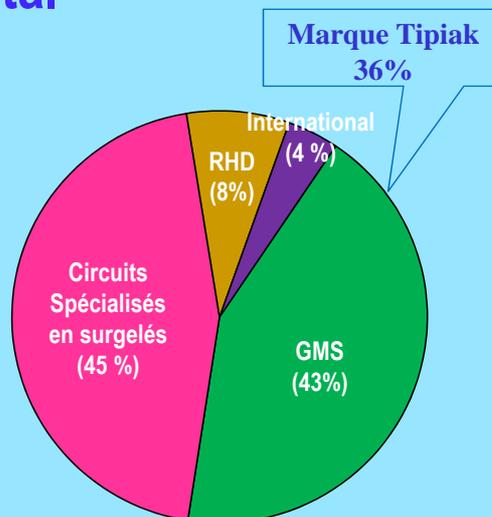


## Secteur "froid" Activité 2016

Secteur « Froid » : 123 M€  
62% du CA total



Par métier



Par circuit



## Secteur "froid" Activité 2016

**Progression des ventes : + 3,3 %**

- ✓ Poursuite de la croissance très dynamique des ventes à marque Tipiak en GMS France : + 17,0 %
- ✓ Stabilité des ventes aux Distributeurs Spécialisés en Surgelés
- ✓ Erosion des ventes dans les autres circuits de distribution



## Secteur "froid" Activité 2016

### Investissements : 5,0 M€

- ✓ Dépose Noix Saint-Jacques & Operculeuse / Fouesnant
- ✓ Ligne Coquilles Saint-Jacques / Marans
- ✓ Ligne macarons / Pont-Château
- ✓ Amélioration des flux / Malville
- ✓ Migration Système d'information SAP : 3<sup>ème</sup> phase réussie



Site de Pont-Château (44)



Site de Fouesnant (29)



## Les Plats Cuisinés Surgelés



Chiffre d'affaires : 69 M€

Effectifs : 321

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



# Plats Cuisinés Surgelés

2016

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

Structure de l'offre  
par instant de consommation :



# Plats Cuisinés Surgelés

2016

Une marque très dynamique au rayon GMS surgelés :  
+ 64 % en 4 ans

Positions dominantes de la marque sur 4 segments stratégiques :

- ✓ Entrées fruits de mer : 46 % N° 1
- ✓ Sauces : 93 % N° 1
- ✓ Galettes : 72 % N° 1
- ✓ Brandades : 71 % N° 1



# Plats Cuisinés Surgelés 2016

## Nombreuses innovations à marque Tiptiak



## Traiteur-Pâtissier



Chiffre d'affaires : 54 M€

Effectifs : 612

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



## Traiteur-Pâtissier 2016

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

Structure de l'offre par instant de consommation :



## Traiteur-Pâtissier 2016

### Tipiak anime l'offre apéritif "premium" en GMS

+ 25 % de croissance

23 % de part de marché (+ 3 pts vs 2015)

Les 2 produits leaders :



"12 mini-croustillants"



"8 mini-coquilles Saint-Jacques"

(\*) en ventes moyennes mensuelles en unités = indicateur de demande consommateurs issu des sorties caisses magasins



Traiteur-Pâtissier 2016

## Diversification de l'offre apéritif et cocktail "premium" à marque Tipiak



## Résultats financiers 2016

---



## Résultats 2016

### Faits marquants

- ✓ Une 7<sup>e</sup> année consécutive de croissance des ventes : + 2,6 % vs 2015
- ✓ Progression des ventes dans les 2 secteurs
- ✓ Croissance très dynamique en GMS France à marque Tipiak
- ✓ Soutien publicitaire soutenu : 7 campagnes
- ✓ Consolidation des résultats économiques
- ✓ Programme d'investissements significatif : 8,9 M€
- ✓ Endettement total moyen en hausse (augmentation des stocks des matières stratégiques)



## Résultats 2016

### Poursuite de la consolidation des résultats

	2016		2015	2014	2013	2012	2011
	en millions d'€	% / chiffre d'affaires	en millions d'€				
<i>Chiffre d'affaires</i>	<b>197,6</b>	<b>100 %</b>	<b>192,6</b>	<b>185,9</b>	<b>175,3</b>	<b>172,0</b>	<b>167,6</b>
<i>Marge brute</i>	<b>115,2</b>	<b>58,3 %</b>	<b>112,5</b>	<b>110,7</b>	<b>106,0</b>	<b>100,9</b>	<b>98,5</b>
<i>Excéd. Brut Expl.</i>	<b>15,9</b>	<b>8,1 %</b>	<b>15,6</b>	<b>15,8</b>	<b>16,1</b>	<b>16,0</b>	<b>15,6</b>
<i>Résultat Opérat.</i>	<b>7,8</b>	<b>3,9 %</b>	<b>8,1</b>	<b>7,9</b>	<b>7,7</b>	<b>8,0</b>	<b>7,4</b>
<i>Résultat Net</i>	<b>5,1</b>	<b>2,6 %</b>	<b>4,6</b>	<b>4,5</b>	<b>4,0</b>	<b>3,6</b>	<b>3,2</b>



## Données Financières

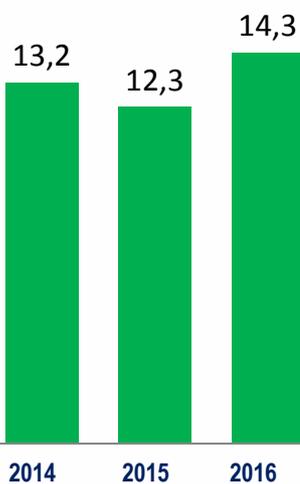
### Besoin en fonds de roulement (BFR) Augmentation liée à la hausse de stocks stratégiques

BFR annuel moyen	2014	2015	2016
▪ en M€	26	35	42
▪ en nombre de jours de CA	51 j	65 j	77 j

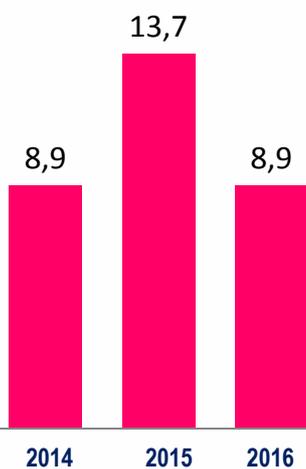


## Données Financières

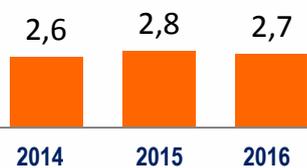
### Capacité d'autofinancement



### Investissements



### Dividendes

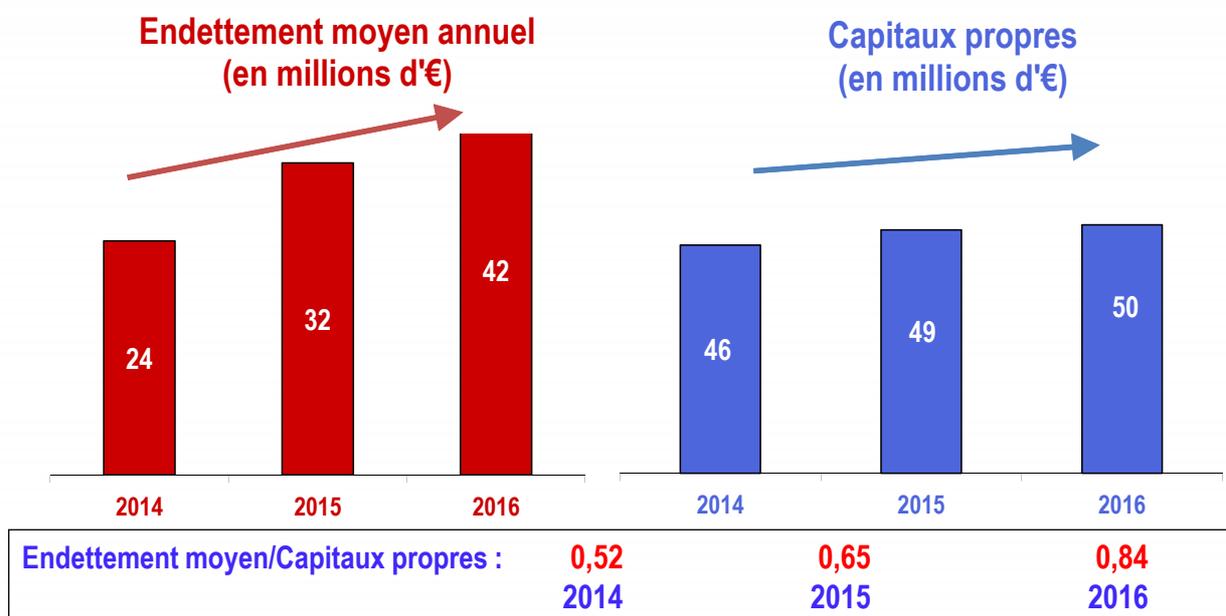


( en millions d'€ )



## Structure Financière

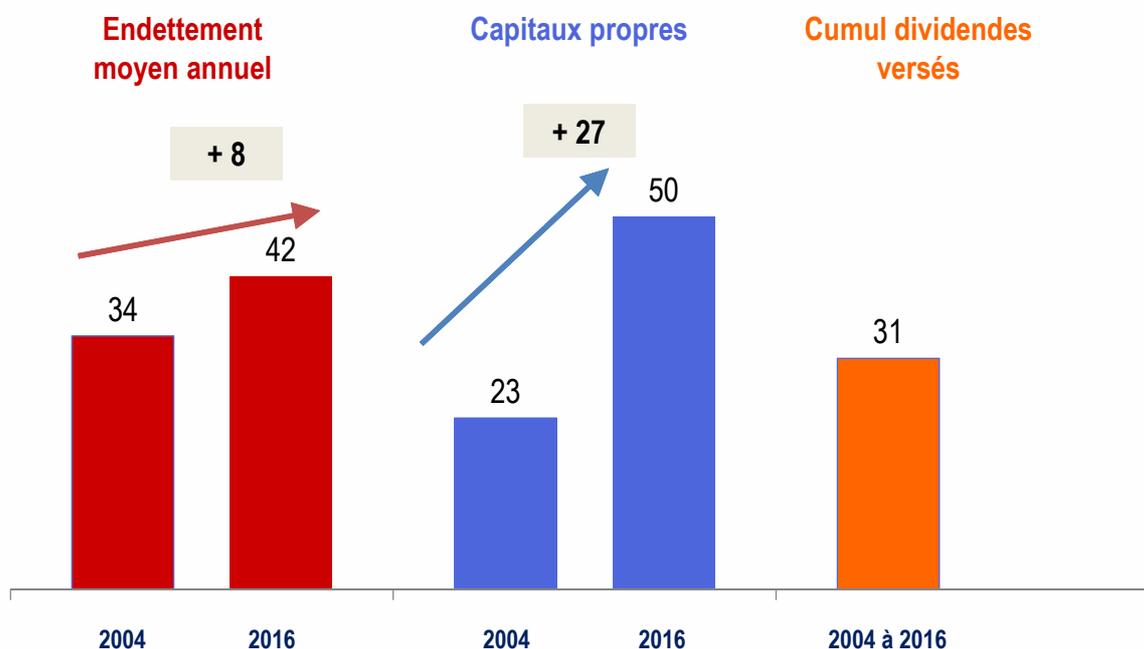
Augmentation de l'endettement moyen  
Progression des fonds propres



## Structure Financière

Evolution de la structure de 2004 à 2016

( en M€ )

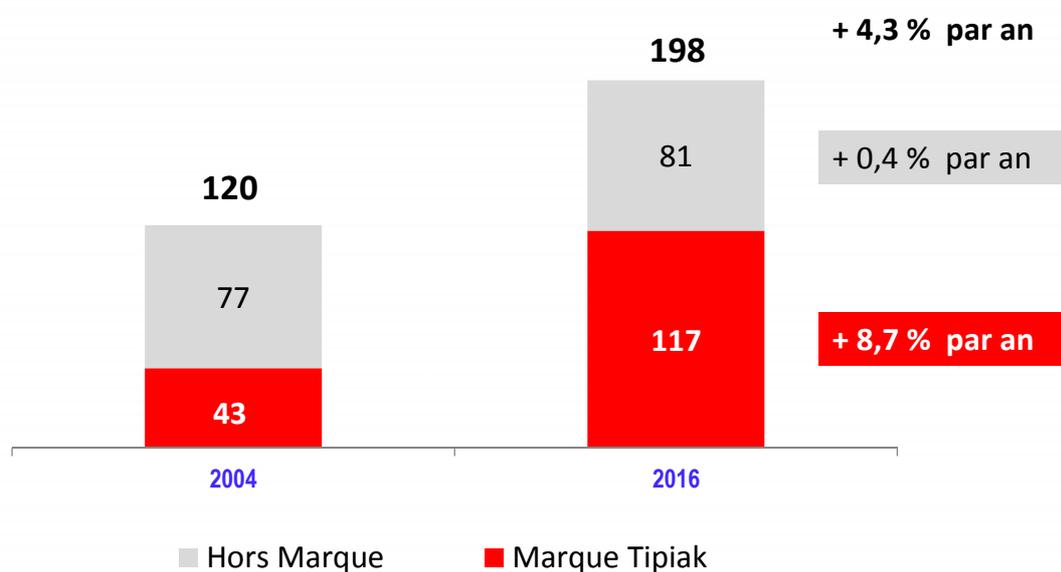




## Evolution de l'activité

### Evolution du Chiffre d'Affaires de 2004 à 2016

(en M€)

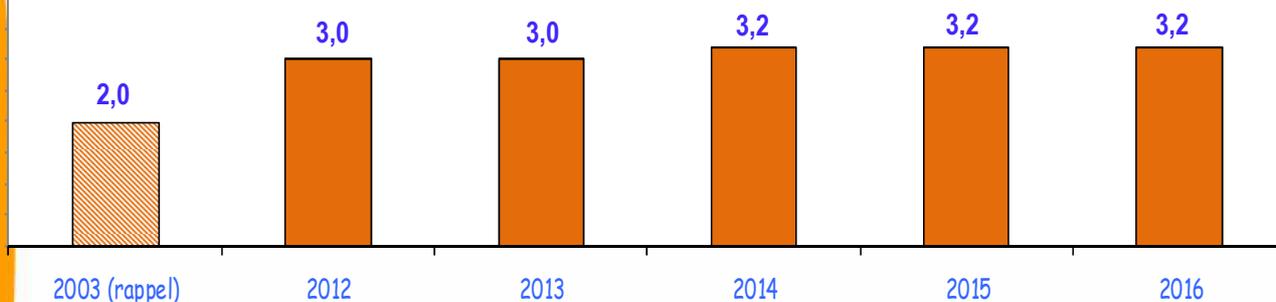


## Dividende

Dividende par action proposé pour 2017 = **3,2 €**

Rendement de **3,6 %**

(En €)



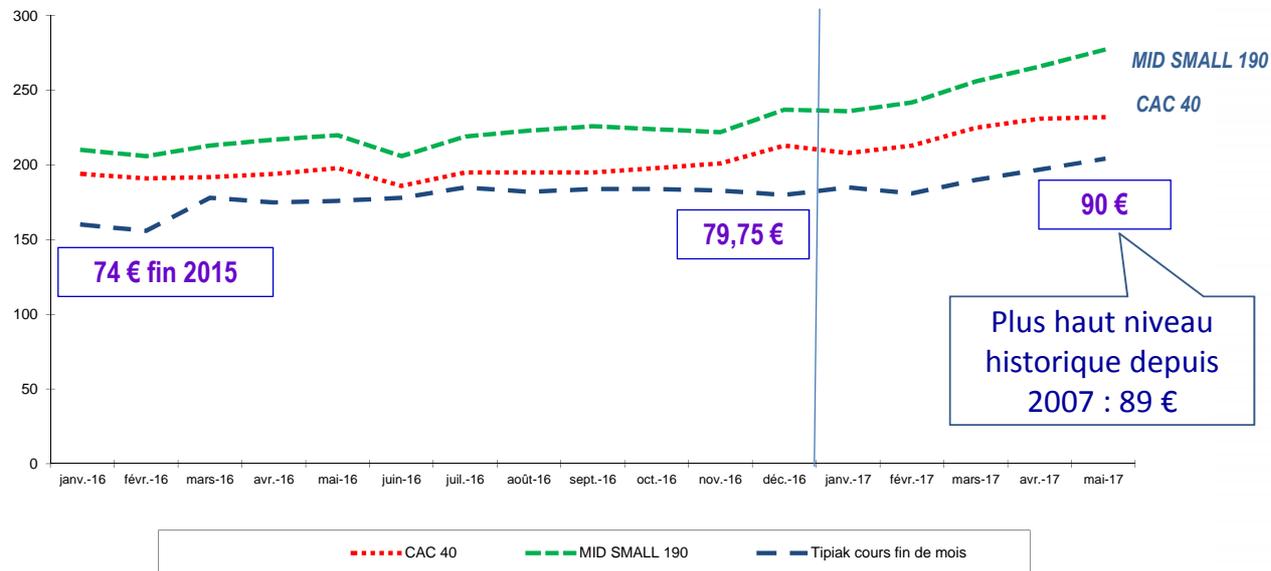
(année de versement)



# Action Tipiak

## Hausse du cours en 2016 : + 7,8 %

Indice 100 – déc 1993

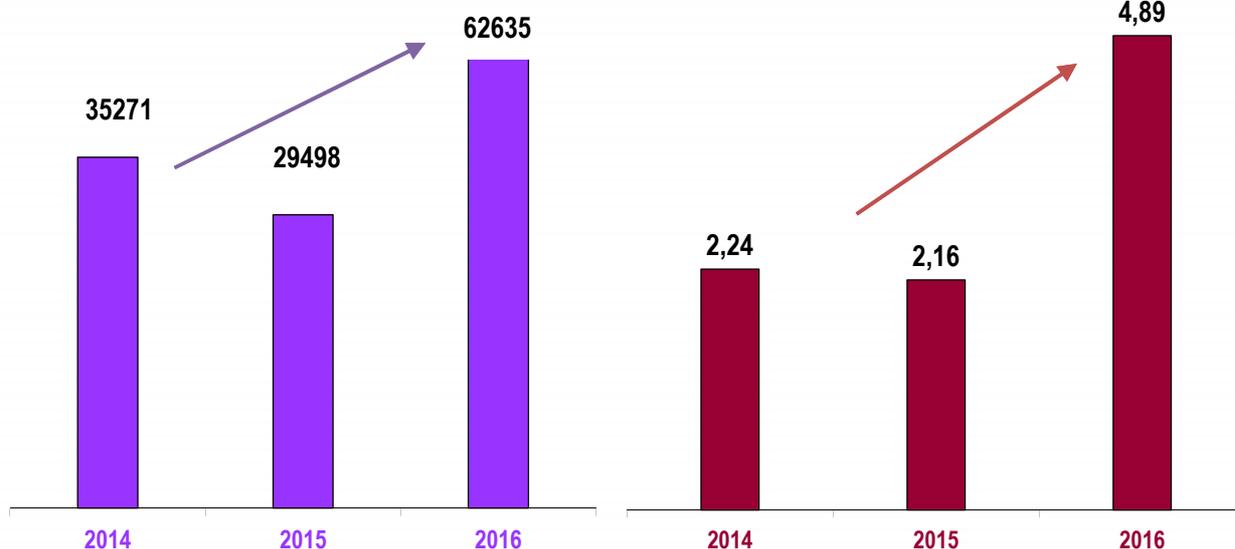


# Action Tipiak

## Volume de titres échangés en forte hausse

Nombre de titres échangés

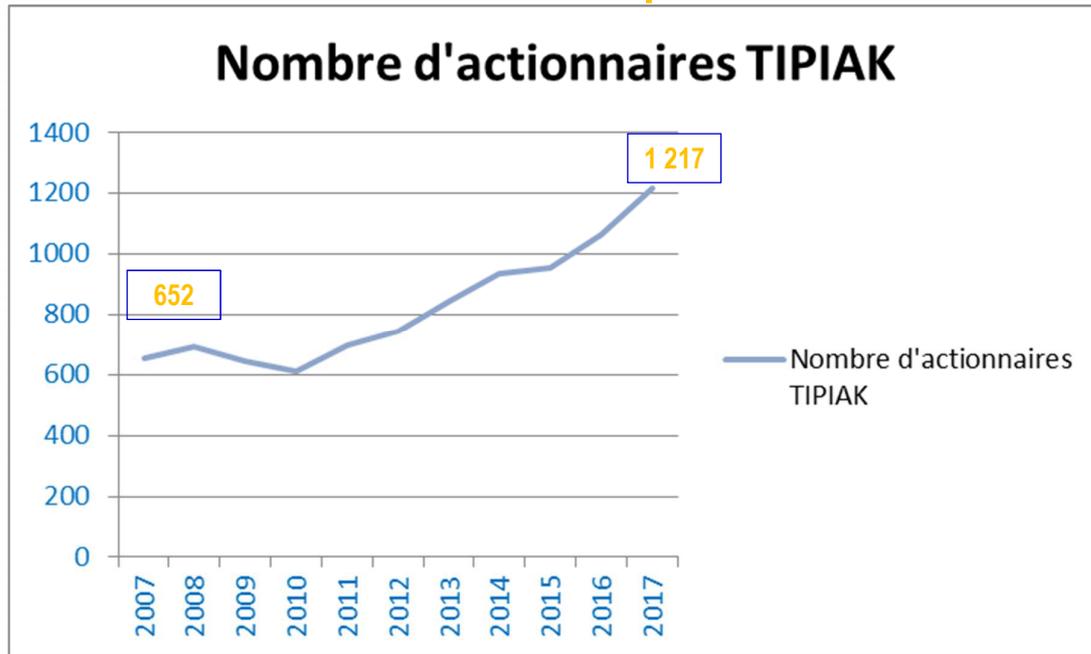
Capitaux échangés (en M€)



Source : Portzamparc



## Augmentation du nombre de « petits actionnaires » Doublement depuis 2010



## Orientations stratégiques et perspectives

---



## Orientations stratégiques 2017-2019

- ✓ Assurer une croissance valorisée des ventes tirée par la marque Tipiak en GMS France et à l'International
- ✓ Poursuivre et intensifier la politique d'innovation et de soutien publicitaire de la marque Tipiak
- ✓ Réussir le programme ambitieux d'investissements (13,2 M€ / an en moyenne)
- ✓ Maîtriser l'endettement : ratio dette / fonds propres < 1



## Perspectives 2017

### Activité du 1<sup>er</sup> semestre 2017

- ✓ Stabilité des ventes totales groupe ;  
la marque Tipiak en GMS France reste dynamique
  - Forte présence publicitaire
  - Lancement de nouveaux produits
- ✓ Résultat économique semestriel non significatif compte-tenu de la forte saisonnalité de l'activité



## Perspectives de l'année 2017

- ✓ Poursuite de la croissance des ventes portée par la marque Tipiak
- ✓ Poursuite de la consolidation des résultats en maintenant une pression publicitaire soutenue
- ✓ Rappel : près de 50 % des ventes sont réalisés sur les 4 derniers mois et les résultats annuels se concentrent sur cette période



## Poursuite de l'innovation produits

### “Secteur sec”

Plats céréaliers



Croûtons





Perspectives 2017

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

Plats cuisinés surgelés



Perspectives 2017

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

Produits apéritifs et cocktails





**Merci de votre attention**

---