



Communiqué du 29 janvier 2019

Chiffre d'affaires annuel 2018 : croissance de la marque ; baisse des ventes totales

(en millions d'euros)

Chiffre d'affaires	2018 (*)	2017	Variation
Secteur « Sec »			
2 ^{ème} Semestre	36,7	35,8	+ 2,5 %
Cumul annuel	73,1	73,4	- 0,4 %
Secteur « Froid »			
2 ^{ème} Semestre	75,8	80,2	- 5,5 %
Cumul annuel	119,9	124,7	- 3,8 %
Total Groupe			
2 ^{ème} Semestre	112,5	116,0	- 3,0 %
Cumul annuel	193,0	198,1	- 2,6 %

(*) Les chiffres ne sont pas audités

Avec

- . un actionnariat familial stable depuis la création de l'entreprise en 1967,
- . une marque forte,
- . des produits leaders,
- . près de 1 300 personnes,
- . 7 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.

Agenda :

Dernière publication :

> 29 septembre 2018 :
Chiffre d'affaires et résultats
semestriels 2018

Prochaine publication :

> 15 mars 2019 :
Résultats annuels 2018

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

Contact Tipiak :

emmanuelle.pavard@tipiak.fr

www.tipiak.fr

Après 8 années consécutives de croissance, le chiffre d'affaires net annuel s'établit en 2018 à 193 M€, en retrait de 2,6 %. Les ventes du secteur Sec sont quasiment stables sur l'année après un 2^{ème} semestre en progression de 2,5 %. Dans le secteur Froid, les ventes sont en recul de 3,8 % sur l'année, la baisse des ventes s'accroissant au 2^{ème} semestre (- 5,5 %) et particulièrement sur le mois de Décembre (- 11,6 %). Les ventes à la marque Tipiak tous circuits affichent une croissance de 3,3 % sur l'année, portant leur part dans le chiffre d'affaires total groupe à 63 %, soit + 4 points par rapport à 2017.

Les ventes à l'International ont connu une progression très dynamique (+ 29 %) et représentent désormais 13 % du chiffre d'affaires total (soit + 3 points vs 2017).

La marque Tipiak a consolidé ses parts de marché sur la plupart de ses segments stratégiques grâce à un accroissement de ses dépenses publicitaires (8 campagnes TV en 2018) et au lancement de nombreux produits.

Approche des résultats 2018

L'année 2018 a été marquée par une faible évolution de la consommation alimentaire en France et une forte pression concurrentielle sur nos marchés. Dans ce contexte, le Groupe a engagé des actions pour soutenir le développement de la marque Tipiak en France et à l'International et maintenir un niveau important d'investissements (9,6 M€ en 2018). Néanmoins la baisse des ventes totales en volume, l'évolution défavorable du mix produits et un montant important de charges non récurrentes affecteront négativement l'excédent brut d'exploitation du groupe qui devrait afficher un recul d'environ 15 % par rapport à 2017.

Le Conseil d'administration, sous la présidence d'Hubert GROUËS, se réunira le 15 mars 2019 pour arrêter les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2018.

Perspectives 2019

Dans un environnement toujours très incertain, Tipiak, s'appuyant sur ses atouts stratégiques, maintiendra sa politique de renforcement de ses parts de marché et de soutien à la croissance de l'activité grâce notamment à un niveau élevé de dépenses publicitaires et à un ambitieux programme d'investissements industriels. Le Groupe envisage la reprise de la progression de ses ventes et de ses résultats économiques en 2019. Mais ces perspectives restent conditionnées par le niveau de la consommation en France, l'évolution des prix de vente aux clients et des prix d'achat des matières premières stratégiques.

Tipiak, tout est dans la recette