

RESULTATS SEMESTRIELS 2011

Jeudi 28 Juillet 2011



LA VENTE À DISTANCE ET LA LIVRAISON À DOMICILE DE PRODUITS ALIMENTAIRES



Sommaire

- Le plan stratégique "Cap 2013"
- Les actions 2011
- Les résultats semestriels consolidés 2011
- Les perspectives 2011

Résultats

semestriels 2011

LE PLAN STRATEGIQUE CAP 2013



Stratégie Cap 2013

Le concept magasin

- 🍏 **Une organisation de la vente** -> une équipe de 3 à 6 télévendeurs dédiée à un territoire stable
- 🍏 **Une organisation de la livraison** -> une équipe de 4 à 7 ASC dédiée au même territoire qu'une équipe de vente
- 🍏 **Une amélioration de l'offre de service aux clients** -> fréquence et plages horaires de livraison adaptées

Stratégie Cap 2013

Le concept magasin

30 juin 2011

68 magasins

été 2011

90 magasins

Début 2012

170 magasins

Stratégie Cap 2013

L'offre "multi-canal"

- ✓ Commande par téléphone ou Internet
 - Télévente (34 agences)
 - Numéro téléphonique 30 40
 - Chiffre d'affaires 2010 : 6.7 M€
 - Chiffre d'affaires 1^{er} semestre 2011 : 3.7 M€ (+51 %)
 - Site e-commerce toupargel.fr (lancé en mars 2010)
 - Chiffre d'affaires 2010 : 2,4 M€
 - Chiffre d'affaires 1^{er} sem. 2011 : 1.7 M€ (+184 %)
 - Panier moyen HT : 58 €
 - Campagnes promotionnelles exclusives



Stratégie Cap 2013

L'offre "multi-produits"

- ✓ Proposer l'offre produits de l'enseigne Place du Marché (frais et épicerie)
 - 7 500 clients communs Toupargel / Place du Marché
 - Vente de produits Place du Marché par Toupargel (50 références)
 - Livraisons mixtes de produits Toupargel et Place du Marché avec des camions bi-températures

Résultats

semestriels 2011

LES ACTIONS 2011

Les actions 2011

Fidéliser la clientèle traditionnelle

- ✓ Refonte du catalogue
- ✓ Adaptation des offres et du discours commercial aux types de clients
- ✓ Gamme de produits :
 - Développement de produits à marque propre (+50 références)
 - Extension de la gamme de produits bruts, terroir
- ✓ Qualification du fichier clients (emails, portable, anniversaires...)
- ✓ Améliorer l'offre de service (fréquence de passage, plages horaires)



Les actions 2011

Recruter et fidéliser de nouveaux clients

- ✓ Recrutement d'un directeur du développement (décembre 2010)
- ✓ Diversification de la téléprospection
- ✓ Accompagnement des nouveaux clients
- ✓ Campagne TV
- ✓ Gamme de produits :
 - Développement des gammes santé, bio, halal
 - Démarche de naturalité
 - Produits snacking, enfants



Les actions 2011

Recruter et fidéliser de nouveaux clients

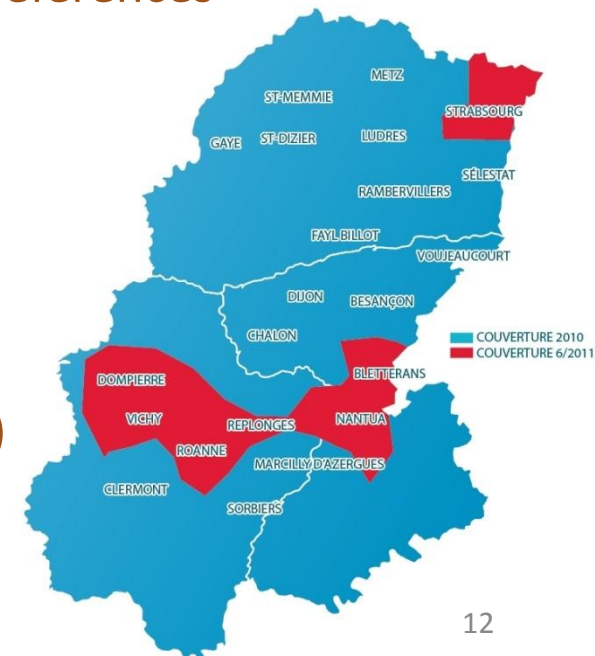
- ✓ Livraison le soir et le samedi
- ✓ Gamme de produits :
 - Développement de conditionnements adaptés
 - Extension de la gamme avec des produits pratiques, micro-ondables, premium, ethniques...



Les actions 2011

Elargissement de l'offre produits

- ✓ Unification des réseaux de livraison Place du Marché/Toupargel
- ✓ Extension de la zone de chalandise au S1 2011 (+7 agences de livraison)
- ✓ Elargissement de la gamme produits de 4 000 à 4 500 références
- ✓ Prospection focalisée sur les clients Toupargel
- ✓ Montée en puissance du site e-commerce
 - Chiffre d'affaires 2010 : 0.7 M€ (3 % du CA global)
 - Chiffre d'affaires 1^{er} sem. 2011 : 0.4 M€ (+12.6 %)
 - Panier moyen : 129 € (+4.3 % vs 1^{er} semestre 2010)



Les chiffres clés

	Activité "Surgelés"		Activité "Frais et Epicerie"	
	1 ^{er} sem. 2010	1 ^{er} sem. 2011	1 ^{er} sem. 2010	1 ^{er} sem. 2011
Chiffre d'affaires HT en M€	164.8	158.2	10.0	10.3
Nombre de clients actifs	1 043 600	1 003 500	33 350	31 650
<i>dont nouveaux clients</i>	268 450	236 800	18 750	16 950
Nombre de commandes livrées	3 608 350	3 419 550	190 700	187 550
Fréquence de commandes	3.5	3.4	5.7	5.9
Panier moyen HT en €	45.8	46.3	52.6	54.8
Chiffre d'affaires / client en €	158	158	301	325

Résultats

semestriels 2011

Résultats semestriels consolidés 2011 (6 mois)



Compte de résultat consolidé

En M€	30 juin 2010	30 juin 2011	31 décembre 2010
Chiffre d'affaires	174.8	168.5	351.5
Marge commerciale	100.7	96.6	201.3
Résultat opérationnel	9.8	8.0	21.9
<i>Marge opérationnelle</i>	5.6 %	4.7 %	6.2 %
Coût financier net	(0.1)	0.5	(0.2)
Résultat net	5.6	4.8	12.9
<i>Marge nette</i>	3.2 %	2.8 %	3.7 %
Capacité d'autofinancement	9.3	9.3	21.2

Evolution des coûts opérationnels

En M€	30 juin 2010		30 juin 2011		31 décembre 2010	
	En M€	En %	En M€	En %	En M€	En %
Chiffre d'affaires	174.8	100.0 %	168.5	100.0 %	351.5	100.0 %
Marge commerciale	100.7	57.6 %	96.6	57.3 %	201.3	57.3 %
Frais des ventes	(25.5)	(14.6 %)	(24.7)	(14.7 %)	(51.7)	(14.7 %)
Frais de prospection	(9.9)	(5.7 %)	(9.9)	(5.9 %)	(18.7)	(5.3 %)
Frais de livraison	(32.4)	(18.6 %)	(32.1)	(19.0 %)	(64.1)	(18.2 %)
Frais logistiques	(11.2)	(6.4 %)	(11.4)	(6.8 %)	(22.1)	(6.3 %)
Frais communs/non récurrents	(11.9)	(6.7 %)	(10.5)	(6.2 %)	(22.8)	(6.5 %)
Résultat opérationnel	9.8	5.6 %	8.0	4.7 %	21.9	6.2 %

Etat consolidé de la situation financière

En M€	30 juin 2010	30 juin 2011	31 décembre 2010
Capitaux propres	73.7 (1)	79.9	80.7
Endettement net	28.0	17.5	12.3
Gearing	38 %	22 %	15 %
BFR	- 29.9	-30.5	-37.1
Capex	4.0	2.6	9.1

(1) Après distribution du dividende (au titre de 2010 : 5.6 M€ en espèces et émission de 280 025 actions nouvelles au prix de 15.27 €)

✓ **Activité Surgelés**

- Retour de la croissance au cours du 4^{ème} trimestre 2011

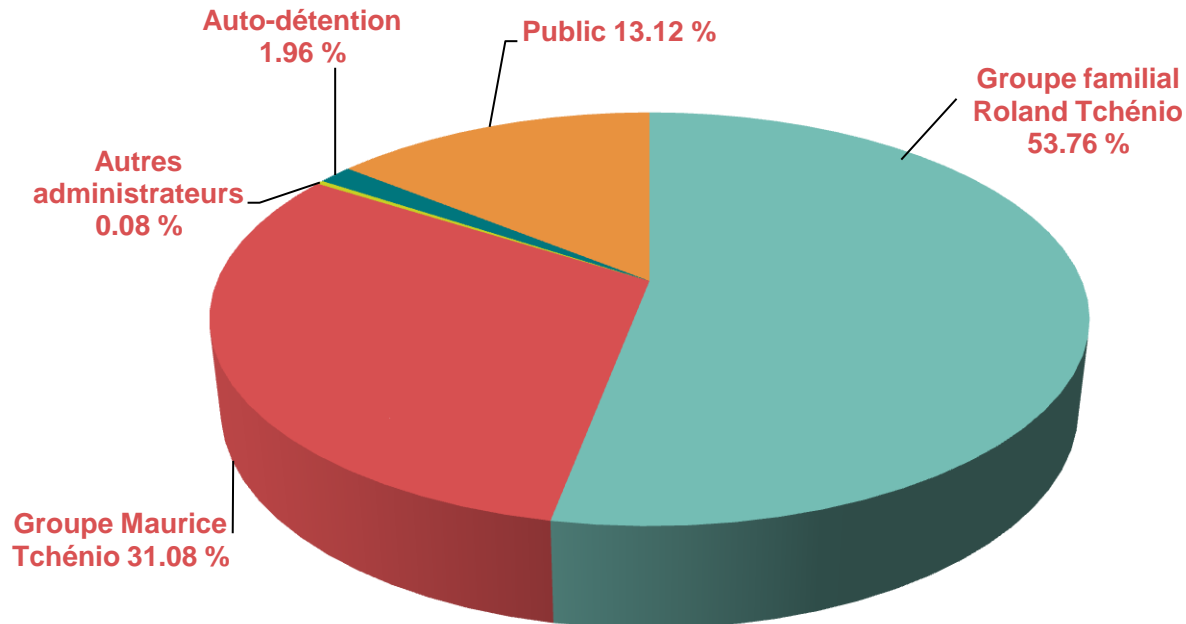
✓ **Activité Frais et Epicerie**

- Poursuite de la croissance (ouverture de nouvelles agences de livraison) et amélioration de la rentabilité

L'actionnariat

au 30 juin 2011

LE GROUPE TOUPARGEL



Questions - Réponses

