

Citruma obtient un prêt de la Berd

• Près de 40 millions de DH pour moderniser les lignes de production

• Lancement des jus «Marrakech» en petit format

LE premier fabricant et fournisseur de jus d'orange pur et concentré au Maroc, Citruma, déploie de grands moyens. La filiale du Groupe Delassus vient en effet d'annoncer l'obtention d'un financement de la Banque européenne pour la reconstruction et le développement (Berd). Il s'agit d'un crédit mezzanine (un mode de financement situé entre le crédit et la prise de participation) de 3,6 millions d'euros (près de 40 millions de DH). Ce financement s'inscrit dans le cadre d'un programme d'investissement d'environ 60 millions de DH sur plusieurs années. «Cette opération sera un catalyseur pour l'entreprise et ses actionnaires car elle permettra la mise en œuvre du programme de développement de Citruma et la réalisation de ses objectifs de croissance», a déclaré Fodil Cherif, co-fondateur et DG de

Success story

EN 2013, Citruma a vendu 14 millions de litres de jus, détenant ainsi 80% des parts de marché sur le segment pur jus et 17% sur le segment nectars. L'entreprise a investi, en mai 2013, dans la reprise en propre de sa distribution sur l'ensemble du territoire. «Marrakech», c'est aussi une marque qui se vend très bien à l'export. La marque est en effet présente en Russie, en Europe, en Amérique du Nord, dans l'ensemble du Maghreb et dans 16 pays africains. L'export représente 25% du chiffre d'affaires de l'entreprise, soit une croissance de 80% en seulement 5 ans! □

Citruma. Ce prêt, qui s'accompagnera d'un apport en fonds propres de la part des actionnaires de Citruma, permettra à la société de moderniser son outil de production et de sécuriser un fonds de roulement supplémentaire pour soutenir son développement. Il lui permettra également d'élargir la gamme de produits de sa marque «Marrakech» et de renforcer ses capacités en matière de distribution.

L'annonce de cette opération a d'ailleurs été accompagnée par le lancement hier, lundi 3 février, du nouveau format des jus Marrakech, un segment sur lequel Citruma n'était pas présente. Il s'agit du 200 ml, un format jugé «pratique et facile à transporter» par ses concepteurs. «Ce nouveau produit s'adresse principalement aux jeunes qui représentent les plus gros consommateurs des

jus de fruits emballés (60%)», affirme pour sa part Farah Hida, marketing manager de Citruma. Baptisés «Mini-Kech», ces nouveaux formats seront écoulés à 4 DH (100% pur jus) et 3 DH (nectars), assure la responsable marketing.

Selon Hida, l'objectif est d'atteindre les foyers qui n'ont pas les moyens d'accéder à ce produit. D'autant plus que les Marocains ne sont pas de grands consommateurs

de jus en comparaison avec leurs voisins. En effet, la moyenne annuelle ne dépasse pas les 5 litres par habitant, contre 17 litres pour l'Algérie et 33 litres en Libye. Les Marocains préfèrent certainement les jus frais, faits maison.

Par ailleurs, ce lancement a nécessité un investissement global de près de 20 millions de DH, dont 15 millions de DH pour l'investissement industriel. Le reste étant dédié

au recrutement et la formation de la force de vente. Celle-ci constitue en effet le fer de lance de la stratégie de distribution directe adoptée par le producteur, ciblant plus de 30.000 points de vente à travers le Maroc. Pour accompagner ce développement, le spécialiste des jus a plus que doublé ses effectifs, passant de 60 à 200 salariés en l'espace d'une année. □

Aziza EL AFFAS