

Lesieur Cristal: La baisse des cours pèse sur l'activité

• Le chiffre d'affaires en recul à 3,8 milliards de DH

• L'huile d'olive et le savon soutiennent l'activité

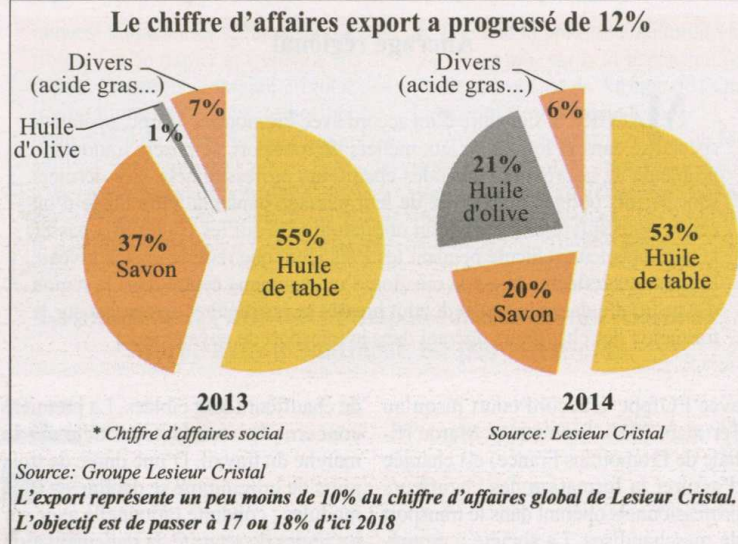
• L'export de l'huile d'olive explose

C'EST sur un chiffre d'affaires en repli que le géant de l'oléiculture a clôturé ses comptes sociaux et consolidés en 2014 : 3,8 milliards contre 4,1 milliards de dirhams à fin 2013. Cette contraction est principalement justifiée par une rétraction significative des prix de vente sur l'un des segments d'activité phare du groupe, l'huile de table. «L'activité est restée soutenue dans sa globalité. Le chiffre d'affaires a été directement affecté par la baisse des prix sur ce segment, en répercussion de la tendance baissière des cours internationaux de l'huile de soja», relativise d'emblée Samir Oudghiri, directeur général de Lesieur Cristal. A -11% en 2013, ce repli des cours s'est accentué en 2014 en s'établissant à 20% à moins

dans les activités de l'industriel avec 13% du chiffre d'affaires réalisés à partir

1 à 21%. Quant au positionnement sur le marché local de l'huile d'olive, les

sécurisation de l'amont industriel à travers les activités de ses deux filiales d'exploitation oléicole. La société d'exploitation d'olive (SEO) a finalisé une augmentation de capital de 16 millions de dirhams ainsi que la construction de nouvelles installations de trituration. Pour les Domaines de Jawhara (Meknès), 2014 a été marquée par la finalisation des travaux d'installation du réseau d'irrigation et du bassin de stockage, ainsi que l'achèvement des travaux de plantation des 425 hectares. Les études sont bouclées pour la 3ème ferme de 120 ha, pour un démarrage des plantations en cours d'année. En perspective, le groupe compte surtout miser sur la consolidation de ses marques, l'optimisation des charges et coûts, ainsi que la croissance commerciale à l'export. □



de ce marché. «Le segment du savon corporel a enregistré une croissance de 15%, principalement tirée par les progressions des segments gel de douche et savon liquide », explique Samir Oudghiri.

La diversification de l'offre produit entamée par l'industriel en 2013 commence à donner des résultats. Taous

responsables du groupe l'estiment à une part de marché d'un peu plus de 50%.

Le groupe poursuit sa politique de

Safall FALL

Pour réagir à cet article:
courrier@leconomiste.com

Un redressement de 10 à 15 millions de DH

L'INDUSTRIEL a tout de même connu un redressement fiscal de 10 à 15 millions de dirhams suite à un contrôle qui s'est opéré sur une période à cheval de l'avant et après-SNI. Si Samir Oudghiri, DG de Lesieur Cristal, assure que cette opération n'a rien à voir directement ou indirectement avec la sortie de SNI du capital, l'industriel est sollicité par le fisc sur la récupération de droits de timbres. « Nous sommes en discussions avec la DGI à ce propos », explique le DG de Lesieur Cristal. Ceci étant, l'agroindustriel affiche un résultat d'exploitation en progression de 5% à fin 2014, s'établissant à 270 millions de dirhams. Le résultat net du groupe est aussi passé de 173 millions de dirhams en 2013, pour se fixer à 183 millions de dirhams. En consolidation, le résultat d'exploitation courant du groupe est passé à 255 millions de dirhams, en repli par rapport aux 262 millions de dirhams relevés en 2013. Quant au résultat net consolidé, il maintient sa progression, s'établissant à 195 millions de dirhams. □

de 7.000 DH la tonne (Cours CBOT, à 9.078 dollars). Dans le détail, l'huile de table continue de porter l'activité avec 77% du chiffre d'affaires de l'industriel. Cette contribution était à 81% sur le précédent exercice. Ces performances se placent dans un contexte marqué par un marché en progression de 1% par rapport à 2013 et principalement tiré par l'entrée de gamme. Le groupe se revendique une part de marché de près de 58%, se positionnant ainsi en leader sur le segment.

A défaut de maîtriser les instabilités des cours, Lesieur a tout de même consolidé ses activités sur d'autres segments. Celui du savon, en l'occurrence, continue d'occuper une bonne place

Liquide (40% de part de marché) et El Kef pâte multi-usage (23% de part de marché), ont bien entamé leur cycle de produit. L'huile d'olive est le troisième marché phare du groupe. Là aussi, la croissance est au rendez-vous avec une part sur le chiffre d'affaires global qui passe de 5 à 7% en glissement annuel. Sur ce créneau, c'est surtout sur les marchés à l'export que l'essentiel de l'activité s'est fait. «Le niveau de la production oléicole (Ndlr: 90.000 tonnes) et la remontée des cours d'huile d'olive à l'international nous ont permis de reprendre l'activité à l'export», soutient le management. La contribution du segment au chiffre d'affaires export du groupe a fait un bond exceptionnel de