

Lesieur Cristal : record à l'export en 2015



Samir Oudghiri, directeur général de Lesieur Cristal, lors de la présentation des résultats lundi 4 avril à Casablanca. Ph. Saouri

Lesieur Cristal a vu encore une fois son chiffre d'affaires diminuer en raison des baisses des cours des matières premières. Mais l'activité de l'entreprise a largement compensé cette baisse, selon le top management. Lesieur se renforce aussi à l'export, notamment sur l'huile d'olive.

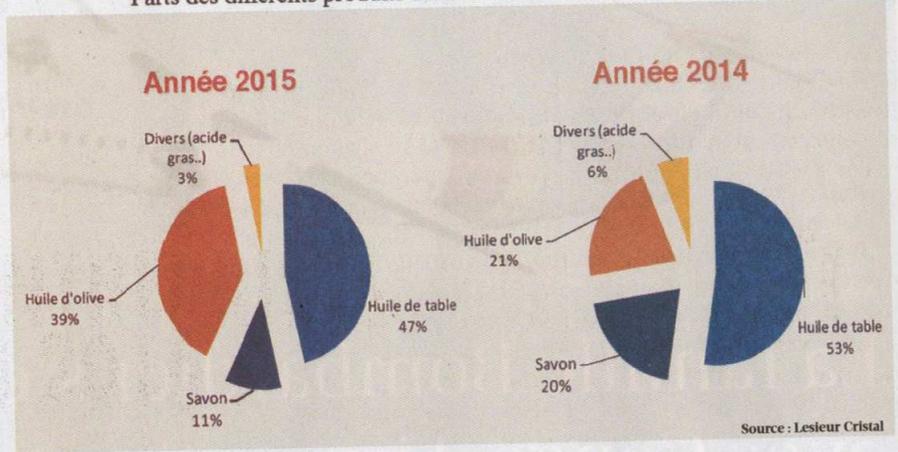
Lesieur Cristal a réalisé un record à l'export en 2015. Les ventes à l'étranger du leader national des huiles ont totalisé 566 millions de DH. Soit un peu plus de 14% du chiffre d'affaires global. La part de l'huile dans les revenus réalisés à l'export est montée à 39% l'année dernière,

contre 21% en 2014. Cette progression a été favorisée par la remontée des cours de l'huile d'olive à l'international et la bonne campagne marocaine (120.000 tonnes en 2015). L'huile de table reste le principal produit exporté par Lesieur (47% en 2015, contre 53% en 2014), selon Samir Oudghiri,

En 2014, l'export a pesé 10% dans le chiffre d'affaires de Lesieur. Ce dernier ambitionne de doubler cette part à l'horizon 2018.

directeur général de l'entreprise, qui présentait, le 4 avril à Casablanca, les résultats annuels du groupe. Rappelons qu'en 2014, l'export a pesé 10% dans le chiffre d'affaires de Lesieur. Le groupe ambitionne de doubler cette part à l'horizon 2018. Les revenus globaux de l'opérateur sont toutefois en retrait. La baisse des prix des matières premières sur le marché mondial des huiles s'est poursuivie en 2015 pour la troisième année consécutive. «Les prix ont baissé de 20% entre 2013-2014 et de 16% en 2014-2015», souligne Samir Oudghiri. Mais ils se sont stabilisés vers fin 2015. «Depuis début 2016, nous assistons à une remontée des prix. Ils vont certainement repartir à la hausse cette année», espère le DG de Lesieur Cristal. Si la baisse des prix des matières premières sur le marché mondial a continué à profiter au consommateur marocain en 2015, elle a, en revanche, impacté le chiffre d'affaires du leader national des huiles de table. L'évolution du chiffre d'affaires (social) «ne reflète pas l'activité de la société», fait remarquer Samir Oudghiri. «Nous l'avons toujours souligné : quand les prix de la matière première baissent

Parts des différents produits dans le chiffre d'affaires réalisé à l'export



sur le marché international, notre chiffre d'affaires baisse automatiquement». Le CA consolidé ressort à 3,98 milliards de DH, contre 3,81 milliards une année auparavant. L'industriel a vu en revanche son résultat net social régresser de 10,2% à 164 millions de DH. Cette baisse est expliquée par l'intégration d'un résultat non courant «lié à une plus-value sur une cession d'actif». Retraité de l'impact de la cession du terrain de Salé en 2014, la progression du résultat net serait de 10% entre 2014 et 2015. Le résultat net consolidé est lui en hausse, à 200 millions de DH (contre 195 millions en 2014).

À noter que, globalement, le marché des huiles de table a été marqué par une très légère croissance de 0,7% en 2015 par rapport à 2014. Lesieur a stabilisé ses parts de marché sur ce segment à 59% l'année écoulée. Quant au marché des savons durs, il a enregistré un recul de 1%, du fait notamment des changements des habitudes de consommation. Les consommateurs favorisent plutôt le savon liquide, le gel douche et la pâte, segment sur lequel Lesieur renforce son positionnement depuis 2013. ■