

Résultats 1^{er} semestre 2019

COMMUNIQUÉ FINANCIER

Lesieur Cristal regagne des parts de marché tout en maintenant son résultat consolidé dans un environnement volatil

Le Conseil d'Administration de Lesieur Cristal s'est réuni le 04 Septembre 2019 sous la présidence de Monsieur Khalid Cheddadi, en vue d'examiner l'activité du Groupe et d'arrêter les comptes sociaux et consolidés semestriels au 30 Juin 2019.

La conjoncture qui prévalait en fin d'année 2018 s'est poursuivie durant ce premier semestre, avec :

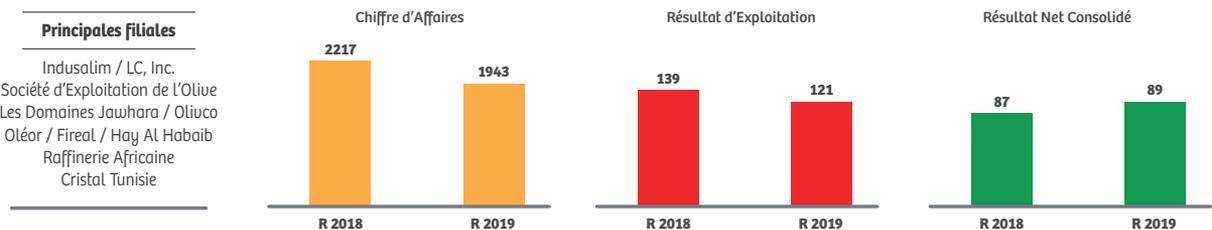
- Une tendance baissière des cours des huiles brutes, répercutée sur les prix de vente et entraînant une intensification de la concurrence.
- Une grande disponibilité de l'huile d'olive et une baisse des prix consécutives au niveau record de la campagne 2018-2019.

Dans ce contexte, Lesieur Cristal a mis en œuvre un plan d'action ambitieux pour :

- Regagner des parts de marché en particulier sur la marque Lesieur, grâce à l'opération promotionnelle de grande envergure «Chahria».
- Continuer à réduire ses coûts afin d'améliorer sa compétitivité.
- Augmenter l'efficacité commerciale et renforcer la synergie groupe par la création de « Tawjii Lesieur Cristal », société dédiée à la distribution de la margarine de la filiale Indusalim et des nouveaux produits de Lesieur Cristal.

L'effet conjugué des différents leviers de ce plan a permis de maintenir le niveau du résultat net consolidé part groupe.

Comptes consolidés en norme IFRS (en millions de dirhams) :



Le chiffre d'affaires semestriel affiche une baisse de -12%, en liaison notamment avec la baisse des prix de vente en répercussion de la détente des cours d'achat des huiles.

Le résultat d'exploitation s'établit à 121 MDH en retrait de -13% par rapport à 2018, suite au recul des exportations d'huile de table et à la baisse de la marge de l'huile d'olive.

Le résultat net consolidé part groupe ressort à 89 MDH en augmentation de +3% par rapport à 2018.

Perspectives :

Durant le deuxième semestre, Lesieur Cristal poursuivra sa stratégie visant la consolidation de ses marques, l'amélioration de la distribution et la réduction des coûts.

