



Malgré un chiffre d'affaires en baisse, les résultats sont au rendez-vous grâce à la force de nos marques et l'expertise de nos équipes. Notre objectif est d'engager une stratégie transformationnelle qui nous permettra d'atteindre nos nouveaux challenges de développement du chiffre d'affaires et du résultat.

M. Driss BENCHEIKH Président Directeur Général

Le Conseil d'Administration de LESIEUR CRISTAL, réuni le 16 mars 2011 sous la présidence de Monsieur Driss BENCHEIKH, a arrêté les comptes sociaux au 31 décembre 2010 comme suit :

COMPTES SOCIAUX

(En millions de dirhams)	31/12/2010 Réel	31/12/2009 Réel	Variation Réel	31/12/2009 proforma*	Variation proforma*
Chiffre d'affaires	3 440	3 986	-14%	3 539	-3%
Résultat d'exploitation	231	308	-25%	302	-23%
EBE	314	385	-18%	379	-17%
Résultat net	153	278	-45%	198	-23%

Comparabilité des performances

Lesieur Cristal a enregistré durant l'année 2010 des changements dans ses activités et dans ses participations par rapport à l'exercice 2009.

Ainsi, pour assurer la comparabilité des performances, les agrégats de l'année 2009 ont été retraités de l'impact des deux événements majeurs suivants :

- L'arrêt pour la « graine de soja » de l'activité trituration dont la rentabilité est pénalisée par le démantèlement douanier sur les tourteaux de soja. Cette activité a généré en 2009 un chiffre d'affaires de 447 MDH et a occasionné une dépréciation d'actifs de 22 MDH.
- La cession de CMB Plastique, dont les dividendes, la plus value et les opérations liées ont impacté positivement le résultat net 2009 d'environ 106 MDH.

Environnement général

Lesieur Cristal a évolué dans un marché perturbé par :

- La disponibilité en grande quantité de l'huile d'olive en vrac à des prix historiquement bas, favorisant le transfert de la consommation de l'huile de table vers l'huile d'olive ;
- Les intempéries qui ont prévalu en début et en fin d'année ;
- L'envolée - faiblement répercutée sur les prix de vente - des cours des huiles brutes sur le dernier trimestre, qui ont augmenté de plus de 30% par rapport au début de l'année.

Ces facteurs ont contribué au recul de la consommation de l'huile de table (-10%) et au déplacement occasionnel de la demande vers les produits à premier prix.

Réalisations

Dans ce contexte difficile, Lesieur Cristal a maintenu sa part de marché à hauteur de 60% et a réalisé un niveau de marge satisfaisant et qui s'est apprécié significativement au second semestre 2010, grâce :

- Au développement des ventes aux industriels et aux évolutions significatives des volumes à l'export ;

- A la maîtrise réussie des coûts et à l'optimisation des charges d'exploitation, atténuant ainsi l'impact de la contraction des volumes d'huile de table en petit emballage.

Cette année a également connu :

- L'achèvement de la restructuration industrielle entamée fin 2009 ;
- La mise en oeuvre des projets de certification ISO 14001 relative à l'environnement et OHSAS 18001 relative à la santé et à la sécurité au travail.

COMPTES CONSOLIDÉS EN NORMES IFRS

(En millions de dirhams)	31/12/2010	31/12/2009	Variations	Principales filiales
Total Bilan	2 863,1	2 907,0	-2%	RAFFINERIE AFRICAINE
Capitaux propres consolidés (dont part du groupe)	1 492,7 1 492,4	1 595,6 1 595,2	-6% -6%	CRISTAL-TUNISIE
Chiffre d'Affaires	3 451,6	3 994,0	-14%	HAY AL HABAIB
Résultat Net Consolidé (dont part du groupe)	158,2 158,2	291,6 291,6	-46% -46%	SOCIÉTÉ D'EXPLOITATION DE L'OLIVE

PERSPECTIVES

Dans un contexte de forte volatilité des cours des matières premières et de grande disponibilité de l'huile d'olive en vrac, Lesieur Cristal oriente sa stratégie autour :

- Du renforcement de ses atouts compétitifs et de son business model permettant de pérenniser son leadership ;
- De l'amélioration de la marge opérationnelle à travers notamment la poursuite de l'optimisation des coûts et de la productivité ;
- De la réalisation d'un plan de développement ambitieux et créateur de valeur dans la durée assis sur :
 - L'extension de son offre commerciale en capitalisant sur la force et la notoriété de ses marques phares ;
 - La conquête d'une part de marché significative sur le marché de l'huile d'olive ;
 - La dynamisation des ventes à l'export particulièrement vers les marchés à fort potentiel de croissance ;
 - L'exploration d'opportunités dans l'amont agricole, et notamment la promotion des filières olive et tournesol ;
- La gestion dynamique et performante de ses couvertures matières premières

DIVIDENDES

Le conseil d'administration propose à la prochaine assemblée générale, la distribution d'un dividende de 5,5 dh par action.

