



MONOPRIX : LA SOCIÉTÉ POURSUIT SON PLAN DE TRANSFORMATION ENTAMÉ EN 2016

Les actionnaires de SNMVT Monoprix ont pris part, le 23 mai, à l'AGO de la société, organisée au siège de l'IACE, et présidée par Mohamed Mounir Ben Miled, accompagné du directeur général Rafik Kanoun. La séance était consacrée à l'exercice 2018 qui marque une nouvelle étape dans le plan de redressement présenté par le management.

Pour présenter le rapport de gestion, le DG a procédé à une revue des principaux éléments qui ont marqué l'exercice 2018. Comme les années précédente, la société a évolué dans un climat difficile, avec une conjoncture nationale défavorable, une baisse du pouvoir d'achat (-40 depuis 2014, selon les données INS), un recul de la classe moyenne et la montée persistante du commerce parallèle. D'autre part, l'année a connu une poursuite du glissement du dinars (19,2% en 2018), et une hausse des prix à la production de plusieurs denrées de base, comme la viande bovine (+15,1%), les œufs (+31,6%), la viande ovine (+13,9%), et lait et dérivés (+11,2%), le tout dans un environnement fortement concurrentiel.

A ce niveau justement, la société a été confrontée au rythme soutenu d'ouverture de nouveaux points de vente par ses concurrents habituels, (contre 2 nouveaux magasins ouverts et 2 rénovés pour Monoprix), la montée en puissance d'enseignes comme Aziza, dont le budget Medias a égalé celui de Magasin Général, et représente une fois et demi celui de Monoprix. La société a également noté l'apparition de nouvelles chaînes au niveau régional. Parallèlement, Monoprix a longtemps souffert, d'une mauvaise perception, considérée comme la plus chère dans le secteur de la grande distribution, une idée reçue selon Kanoun, qui assure que globalement, Monoprix est dans la moyenne du secteur sur 75% des produits, moins chère sur 10% et plus chère sur 15%, selon les constatations sur le terrain réalisées par la société.

Toujours est il que des efforts ont été mené, notamment sur le plan de la communication, pour améliorer son image, qui ont finit par payer, assure le Directeur Général. Le chiffre d'affaires TTC de Monoprix s'est amélioré de 6% en 2018, le résultat net a toutefois reculé de 27,2% comparé à 2017, avec une baisse du résultat d'exploitation, de 6,2 à 4,8 MD, principalement en raison de l'augmentation des charges de personnels et surtout des achats d'approvisionnement consommés, de 23,25%.

S'agissant de l'endettement, le DG a indiqué que la société est à des niveaux ordinaires, les coûts ont toutefois fortement évolué avec la flambée du TMM. La forte hausse des concours bancaires, de 14,5 à 38,2 MD, correspond à un décalage de certains paiements revenant à l'exercice 2017 et supporté par l'exercice 2018, les travaux au niveau du système d'exploitation ayant provoqué quelques confusions.

concernant Land'Or, l'affaire est toujours en cours, selon le management, qui considère que Monoprix est dans son droit, et n'a eu recours à aucune pratique anticoncurrentielles prohibées, le refus d'achat n'est interdit qu'en cas de dépendance économique, ou pour les société dominantes sur le marché, ce qui n'est pas le cas de Monoprix, ni même de la grande distribution qui reste largement minoritaire dans le commerce en Tunisie. Le tout est une question de politiques d'achat propre à Monoprix, qui ne traite qu'avec des fournisseurs qui y adhèrent.

Interrogé sur les prévisions, le DG s'est gardé de donner des chiffres, les revenus devraient dépasser ceux de 2018 à superficie égale, selon lui, et le résultat net sera également en hausse. La société a ouvert deux nouveaux magasins en 2019, un autres est en cours de réalisations, outre des travaux de rénovations sur certains points de ventes. MONOPRIX poursuivra le développement de sa plateforme vente en ligne après un premier magasin ouvert à Carthage en 2018, avec l'ouverture de nouveaux magasins à Tunis et Sousse.

Source : Tustex