RAPPORT D'ACTIVITE DU 1er TRIMESTRE 2019

I. TABLEAUX D'ACTIVITE ET DE RESULTAT AU 31.03.2019

Les tableaux d'activité et de résultat vous sont présentés ci-dessous avec un rappel de la période identique de l'année 2018.

En milliers de FCFA	31/03/2019	31/03/2018	Variation	%
Chiffres d'affaires	13 787 205	15 989 405	-2 202 201	-14%
Résultat d'exploitation	428 038	155 859	272 178	175%
Résultat financier	-702 478	-2 695 715	1 993 238	-74%
Résultat HAO	16 094	6 746	9 347	139%
Impôt	-8 750	-8 750	0	0%
Résultat Net	**-267 096**	**-2 541 860**	**2 274 764**	**-89%**

I. COMMENTAIRES DE LA DIRECTION

Activité Générale

Unilever Côte d'Ivoire est une entreprise de droit ivoirien spécialisée dans la production et la commercialisation de produits de consommation organisés comme ci-dessous :

- La gamme de produits de soins corporels et bucco-dentaires : dont les dentifrices Close-Up & Signal, ainsi que les savons de toilette Lux, Belivoir et Rexona
- La catégorie des produits d'entretien ménagers essentiellement constitué des savons de Marseille tes que BF, Maximousse, Fanico, Ideal plus mais aussi des poudres à laver qui sont OMO et Sunlight.
- La gamme de produits alimentaires et composée du thé Lipton et de la mayonnaise Calvé.

Unilever Côte d'Ivoire a aussi vu le lancement d'innovations telles que le BF Kita en fin Mars ainsi qu'une redynamisation du volet campagnes publicitaires sur nos produits clés.

En termes de changement organisationnel, le comité de direction est passé de 11 à 8 personnes entre Décembre 2018 et Mars 2019 à travers plusieurs initiatives. En effet, le département Marketing a connu une transformation avec dorénavant un Directeur Marketing au lieu de 3 directeurs mais aussi la double casquette du Directeur Financier et Directeur Général.

Unilever Côte d'Ivoire s'est engagée depuis 2018 dans un processus de recapitalisation de l'entreprise. En Mars 2019, le dossier de recapitalisation qui contient la stratégie à court et moyen terme a été soumis à l'approbation du Conseil Régional de l'Epargne Publique et des Marchés Financiers (CREPMF).

La direction met tout en œuvre pour un dénouement favorable au plus tôt de cette requête qui permettra de reconstituer les fonds propres d'Unilever Côte d'Ivoire.

Chiffres d'affaires

Le 1er trimestre 2019 est marqué par une baisse du chiffre d'affaires réalisé (-14%) par rapport au premier trimestre de l'exercice précédent.

Cette baisse du chiffre d'affaires s'explique principalement par l'impact de la cession de l'activité de margarinerie intervenue au cours du second semestre 2018 dont les principales marques sont Blue Band & Rama. Les activités de la margarinerie représentaient 8.9% du chiffre d'affaire réalisé au 31 Mars 2018 qui n'apparaissent plus dans le chiffre d'affaires de Unilever CI au 31 Mars 2019.

De plus, afin de redynamiser notre compétitivité auprès de nos distributeurs, un réaménagement des volumes de ristournes a été initié sur le début de cette année, ce qui a impacte les ventes au démarrage de l'activité.

Cependant, certaines décisions de révision de prix sur notre portefeuille produits nous ont permis de tripler quelques volumes de production, essentiellement sur la savonnerie.

Le résultat

Au 31 Mars 2019, Unilever-Cote d'Ivoire a enregistré une perte nette de 267 millions de Francs CFA contre une perte de 2,541 millions en 2018. Bien que le résultat soit négatif au cours de ce trimestre, il est important de noter une amélioration de 89% par rapport à 2018.

L'entreprise s'est engagée dans une politique d'optimisation opérationnelle qui a contribué à une meilleure maitrise du cycle d'exploitation avec un niveau général de charges en baisse de 17% d'où l'amélioration du résultat d'exploitation.

Les faits marquants du progrès sur les charges d'exploitation sont énumérés ci-après :

- Nous avons amélioré de 11% nos coûts d'achats de matières premières et de marchandises grâce à des meilleures négociations des prix auprès des fournisseurs.
- De plus, l'optimisation des cadences de production et de certains postes administratifs a permis de réduire les charges du personnel de 20%.

Aussi, la situation des charges financières s'améliore-t-elle de 71% passant de 2.719 millions de FCFA au premier trimestre 2018 à 782 millions en 2019.L'année 2018 a vu s'enregistrer une régularisation sur les frais de garanties bancaires concernant 2017. Cette opération a eu un impact significatif sur le premier trimestre 2018 ; d'où la variation de -71%.

II. EVOLUTION POSSIBLE JUSQU'AU 31 DECEMBRE 2019

Notre stratégie pour un début de renouement avec la croissance, sera axée sur les points suivants :

- La révision de notre portefeuille de produits avec une stratégie de prix compétitifs et répondants plus aux attentes du consommateur ;

  L'optimisation de notre structure organisationnelle à travers des renforcements de capacité, plus d'automatisation et une culture d'entreprise plus forte

- Le renforcement de notre système de distribution permettant une présence aussi bien sur le marché ivoirien que sur le marché régional ;

- La réduction des coûts de l'entreprise aussi bien de production que des coûts de structure ; afin d'accroître et préserver notre profitabilité ;

- Le perfectionnement des contrôles internes à travers la digitalisation et l'automatisation.

De plus, nous espérons voir s'achever l'opération de recapitalisation de 45,917,000,000 FCFA qui devrait trouver son point d'achèvement d'ici mi-2019.