

A propos Office Plast

Créée en 2006, la société Office Plast est spécialisée dans la fabrication de fournitures bureautiques et scolaires ainsi que la fabrication d'articles en matière plastique à partir des feuilles en PVC et plus spécialement la maroquinerie en plastique.

Les produits offerts par Office Plast sont classés en quatre grandes familles:

- Fournitures scolaires
- Fournitures de bureau
- Produits personnalisés
- Produits de collection

60% du chiffre d'affaires de la société est réalisé à l'export, principalement sur le marché français et marocain, avec des contributions en points de pourcentage respectives de 49% et 24%.

Considérée comme une référence incontournable sur le marché de la papeterie, Office Plast a réussi à conserver sa place en tant que leader sur le marché Tunisien, avec une part de marché aux alentours de 40%.

La société continue de renforcer la chaîne de distribution de ses produits. En effet, après l'exploitation en franchise de la marque française "Bureau Vallée", la société lance sa propre marque "PURPLE" dont le premier magasin a ouvert ses portes en 2023 à Charguia I.

Recommandation

Depuis son introduction en bourse, la société Office Plast a réussi à maintenir un rythme ascendant de ses revenus avec un TCAM2015-2022 de 15,15%. S'agissant de l'efficacité opérationnelle, la société est parvenue à améliorer ses marges, et ce malgré la hausse du prix des matières premières et le renchérissement du coût du transport. La marge d'EBIT a augmenté de 6 points de pourcentage pour s'établir à 7% au terme de l'exercice 2022. Par ailleurs, la rentabilité financière de la société a été impactée par la hausse de ses charges financières. Cette hausse est justifiée par l'augmentation du TMM ainsi que la hausse des dettes à court terme suite à l'évolution du BFR de la période. Consciente de la fragilité du contexte économique, Office Plast s'engage à renforcer ses efforts commerciaux et améliorer son équilibre financier ainsi que sa trésorerie. La société continue dans le schéma de la création de nouvelles filiales en Europe afin d'optimiser son processus commercial. Dans une optique de diversification, la société compte se lancer dans un nouveau projet, à savoir "Une ligne de Film PP". Compte tenu de la perpétuelle croissance de ses revenus d'une part, et l'aptitude de l'entreprise à mobiliser des ressources pour transformer à son avantage les conditions de son environnement et améliorer son efficacité d'autre part, il est important de prêter une attention particulière aux réalisations futures de la société. Nous recommandons ainsi « d'acheter » le titre Office Plast.

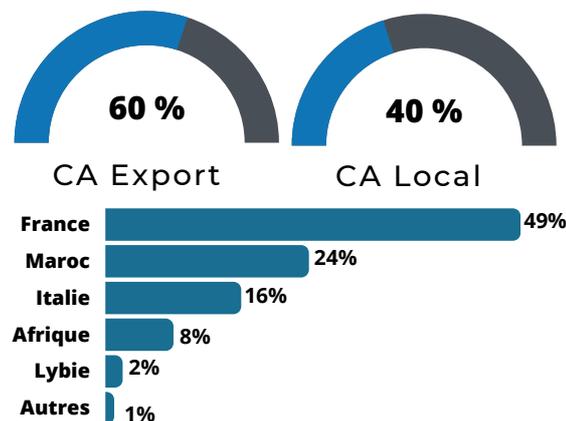
Valeur Nominale: 1 DT
Cours au 26-09-2023: 1,11 DT
Capitalisation boursière: 16,28 MDT

Secteur d'activité: [Fourniture scolaire et bureautique](#)

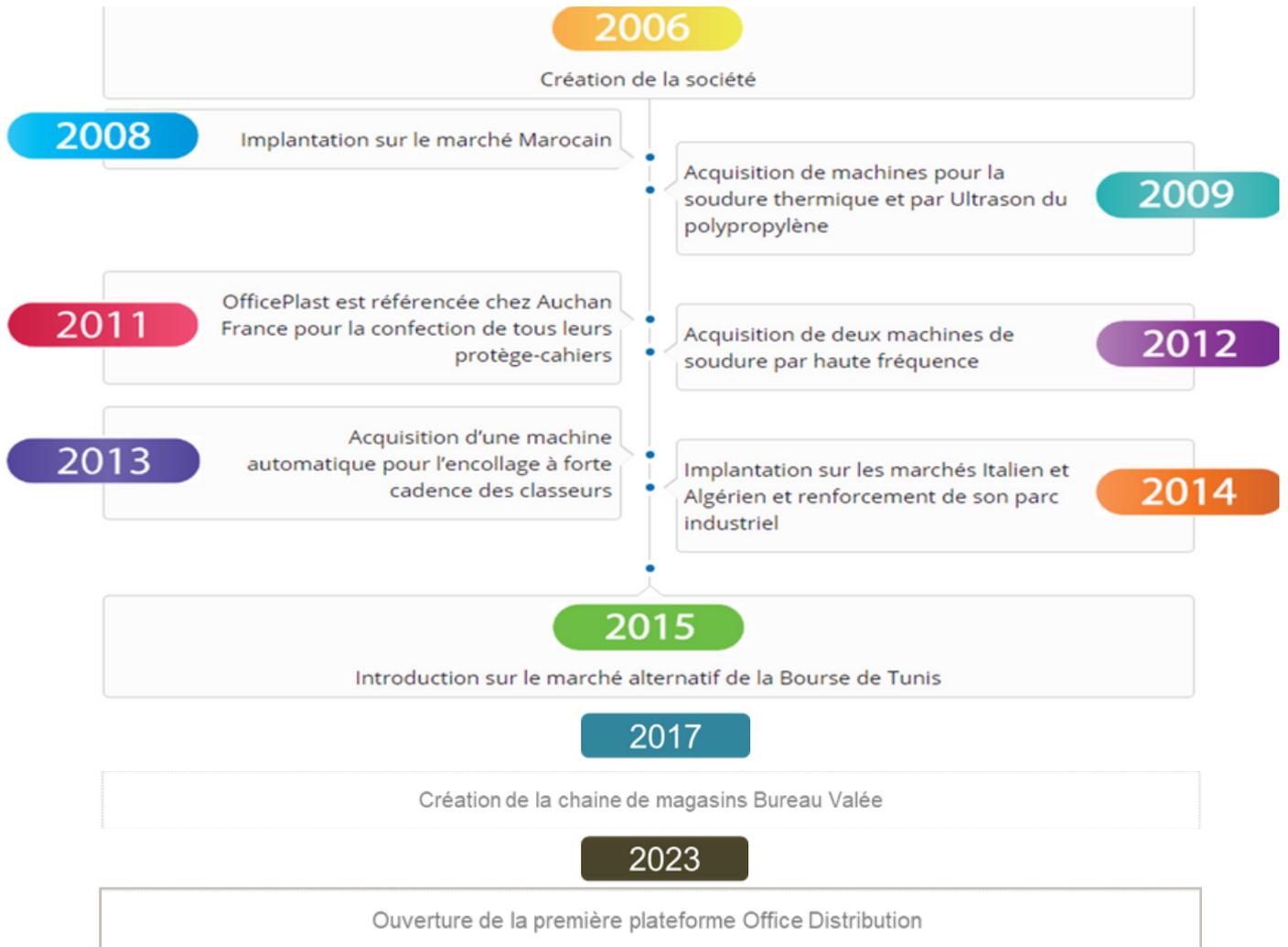
ACTIONNARIAT

ATD SICAR	28%
ABID YASSINE	21%
Autres Personnes Physiques	11%
Autres Personnes Morales	40%

Répartition du chiffre d'affaires par marché

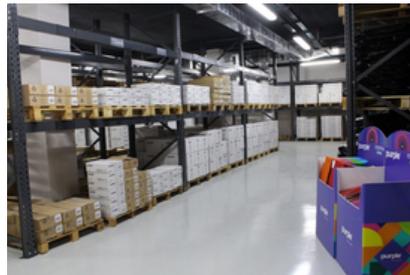


LES DATES CLÉS



purple[®]

Conformément à la stratégie de développement qu'elle s'est fixée, Office Plast vient d'inaugurer la première plateforme de sa filiale Office Distribution, à Charguia 1, de vente en gros de fournitures de bureaux et scolaires sous la marque «Purple » qui est la nouvelle marque propre de la société Office Plast.



Inauguration Plateforme de distribution

ANALAYSE SWOT

S

STRENGTHS

- Une position de Leader sur le marché local.
- Une forte présence internationale avec 60% de la production destinée à l'export.
- Lancement de sa propre marque "purple" (Ouverture de la première plateforme de Office Distribution à CHARGUIA 1).
- Une capacité de production optimale avec un parc de production équipé de technologies de pointe, moderne et polyvalent.
- Ressources humaines qualifiées et compétentes.
- Un portefeuille produits compétitifs et personnalisés en fonction des exigences de chaque client.
- Circuit de distribution maîtrisé, tant sur le plan local qu'à l'export.
- Une forte relation partenariale avec des entreprises étrangères de renom qui jouent un rôle très important dans l'avenir pour le développement et l'innovation.

W

WEAKNESSES

- Difficulté à augmenter les prix de vente à l'export (faible élasticité et forte concurrence).
- Taux de déchet relativement élevé.
- Manque d'actions marketing.
- Insuffisance de l'espace de stockage.

O

OPPORTUNITIES

- Des perspectives de développement intéressantes des marchés à l'export, notamment les pays de l'Afrique.
- Diminution des prix de revient grâce à l'intégration verticale de la production de certaines matières premières.
- Consolidation de son positionnement sur le marché local via l'ouverture de ses propres points de vente.
- Modernisation de l'équipement industriel en vue d'améliorer le processus de production et la qualité des produits.
- Le développement et l'intégration de nouveaux produits.

T

THREATS

- Concurrence étrangère assez rude.
- Changement des habitudes de consommation et l'émergence des produits de substitution.
- Forte exposition au risque de change.
- Conjoncture économique actuelle délicate qui peut booster la disparition de certains clients.

LES REVENUS OFFICE PLAST EN 2022

Les revenus de la société suivent un trend haussier depuis son introduction en bourse, soit un TCAM2015-2022 de 15,15%.

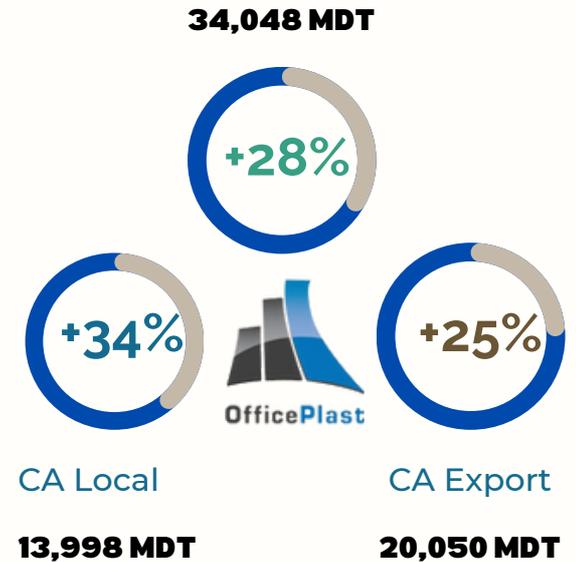
Le chiffre d'affaires de la société est en tendance haussière continue depuis son introduction en bourse pour frôler les 34 MDT en 2022, soit une progression de 28% par rapport à 2021. Cette évolution est attribuable à la hausse du chiffre d'affaires export de 34% et celle du chiffre d'affaires local de 25%.

Le chiffre d'affaires à l'export est généré à hauteur de 49% par les ventes sur le marché français, soit un total de 9,822 MDT en hausse de 24% par rapport à 2021. En deuxième place, vient le Maroc avec un chiffre d'affaires de 4,863 MDT, soit une progression de 66%.

Répartition du chiffre d'affaires par produit



Chiffre d'affaires Total en 2022



Les ventes des protège-cahiers ont enregistré une évolution de 27%, représentant 30% du total du chiffre d'affaires en 2022.

De son côté, le chiffre d'affaires relatif aux protèges-documents, au 31-12-2022, a connu une amélioration de 25% en glissement annuel, contribuant à hauteur de 24% du CA global.

Office Plast propose une large palette de produits, permettant de satisfaire au mieux ses clients. En 2022, la société a lancé 28 nouveautés contre 8 seulement en 2021.

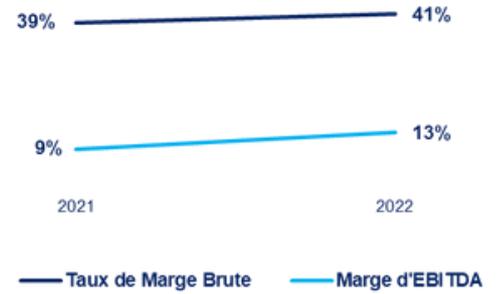
En MDT	2021	2022	Var 2021-2022
Marge Brute	10,263	14,065	37%
EBITDA	2,371	4,294	81%
EBIT	0,146	2,270	1454%
Résultat Net	-1,292	0,132	-

MARGE BRUTE

Office Plast fait face aux défis et tire ses marges vers le haut

A l'instar de la plupart des entreprises de la place, Office Plast a été touchée de plein fouet par la hausse des prix des matières premières et les difficultés d'approvisionnement. Néanmoins, la société a réussi à améliorer sa marge brute par rapport à 2021 (+37%), s'établissant à 14,065 MDT en 2022, soit un taux de marge brute de 41% contre 39% en 2021.

Evolution du Taux de Marge Brute et de la Marge d'EBITDA



EBITDA & RÉSULTAT D'EXPLOITATION

La marge opérationnelle fait preuve de résilience

Outre la flambée des prix des matières premières, l'année 2022 s'est caractérisée par la hausse du coût du transport. Les charges de personnel ont augmenté de 19% par rapport à 2021 mais elles restent bien maîtrisées, soit 8% du total du CA.

Dans ce contexte, l'EBITDA de la société s'est inscrit en progression significative, passant de 2,371 MDT à 4,294 MDT entre 2021 et 2022. La marge d'EBITDA a gagné ainsi 4 points de pourcentage pour se situer à 13% en 2022.

Suivant la même dynamique, le résultat d'exploitation s'est envolé en 2022 à 2,270 MDT contre 0,146 MDT une année auparavant. La marge opérationnelle s'est hissée ainsi à 7% en 2022 contre 1% en 2021.

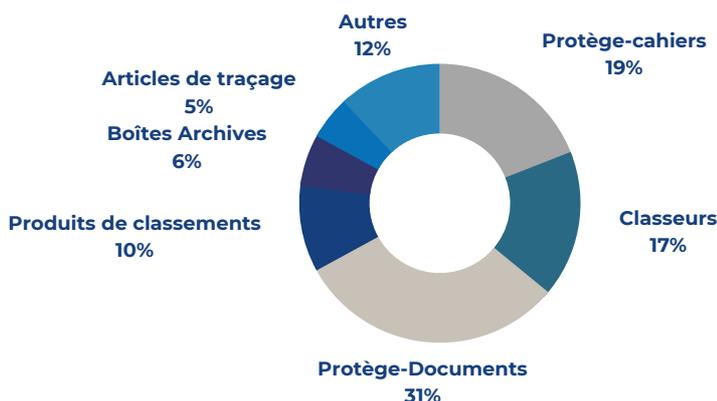
Le Résultat Net bascule en territoire positif en 2022

En raison de l'environnement inflationniste, le Besoin en Fonds de Roulement (BFR) de la société a augmenté de l'équivalent de 12 jours du chiffre d'affaires. Cela a fait augmenter l'endettement total de la société et par conséquent, une hausse importante des charges financières nettes a été constatée en 2022, soit +40%. en dépit de cette hausse, le résultat net de la société arrive à quitter le rouge, affichant, ainsi, un solde positif de 132 mDT en 2022 contre une perte de 1,292 MDT accusée en 2021.

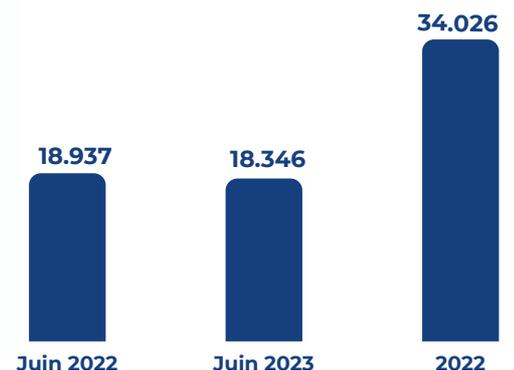
RÉSULTAT NET

LA SITUATION DE LA SOCIÉTÉ AU 30 JUIN 2023

Répartition du chiffre d'affaires par produit au 30-06-2023



Evolution du chiffre d'affaires en MDT



Au terme du premier semestre 2023, le chiffre d'affaires de la société OFFICE PLAST s'est établi à 18,346 MDT, en léger recul de 3% par rapport au 30-06-2022.

Cette baisse est due essentiellement à la diminution de 40% des ventes des protège-cahiers, (le produit le plus vendu par la société, soit 13 355 020 articles au 30-06-2023 contre 22 192 998 au 30-06-2022), représentant, ainsi, 19% du CA semestriel 2023 contre 31% au 30-06-2022.

Par ailleurs, les ventes des protège-Documents ont gagné une place par rapport au 30-06-2022, représentant ainsi 31% du chiffre d'affaires généré au premier semestre 2023 contre 25% au 30-06-2022.

En troisième place, viennent les classeurs qui contribuent à hauteur de 17% du chiffre d'affaires, soit un total revenu de 3,091 MDT en hausse de 1% par rapport au 30-06-2022.

Sur le marché local, les ventes, au 30-06-2023, ont connu une hausse importante de 32% par rapport au 30-06-2022. En terme de volume, la société a vendu 16 848 386 articles, soit une progression de 50% par rapport au 30-06-2022.

En revanche, le chiffre d'affaires export a affiché une baisse de 16%, passant de 13,683 MDT à 11, 535 MDT entre Juin 2022 et Juin 2023. Cette diminution est justifiée principalement par la fermeture du marché marocain pour les protège-cahiers.

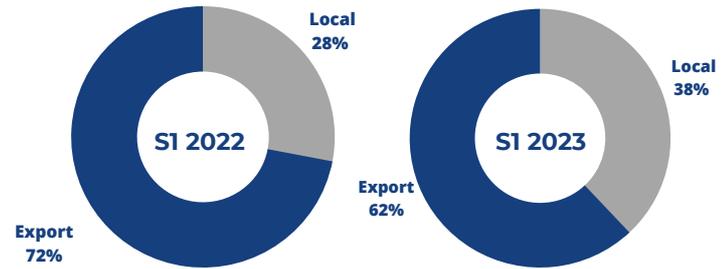
D'un autre côté, les ventes sur le marché français ont enregistré une progression de 13% pour s'établir à 7,443 MDT au 30-06-2023 contre 6,567 MDT au 30-06-2022. Pareillement, le chiffre d'affaires sur les marchés maltais et africain ont affiché des améliorations respectives de 37% et 19%.

S'agissant de l'efficacité opérationnelle, la société arrive à améliorer sa marge sur coût matière qui s'est établie à 43% au 30-06-2023 contre 40% au 30-06-2022 et 42% au 31-12-2022. Cette évolution est favorisée par:

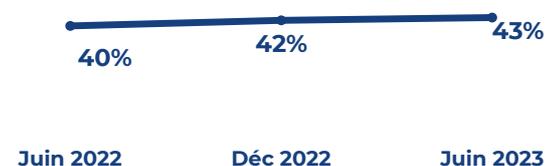
- Une sélection des marchés étrangers en terme de rentabilité.
- Une réduction du taux de déchets par rapport au 31-12-2022.
- Un suivi rigoureux des achats de matières premières.

De son côté, la marge brute a atteint 6,624 MDT au 30-06-2023, contre 7,303 une année auparavant, soit un recul de 9%.

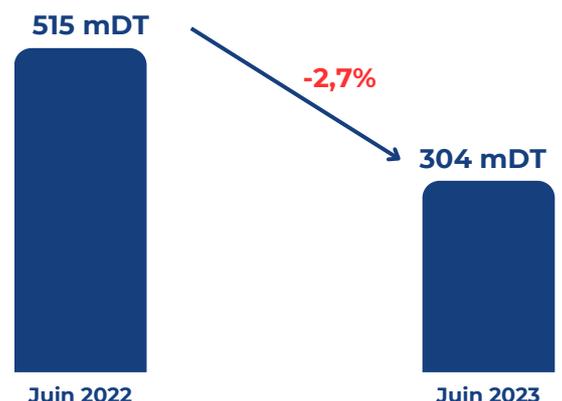
Répartition du chiffre d'affaires par destination



Evolution de la marge / coût Matière



Evolution des prix de transport à l'export



Le premier semestre de l'année 2023 a été caractérisé par une maîtrise des charges d'exploitation. Elles sont passées de 17,883 MDT, au 30-06-2022, à 17,262 MDT au 30-06-2023.

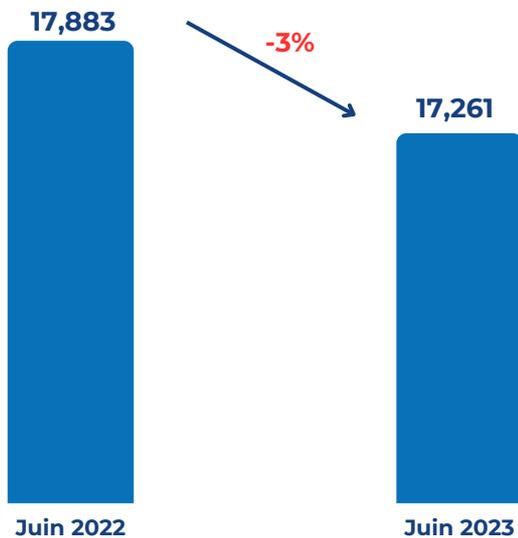
En effet, les charges de personnel ont enregistré une baisse de 16%, s'établissant à 1,182 MDT au 30-06-2023 contre 1,407 MDT une année auparavant.

En outre, les dotations aux amortissements et aux provisions ont diminué de 3,69% pour s'établir à 0,987 MDT au 30-06-2023 contre 1,025 MDT au 30-06-2022.

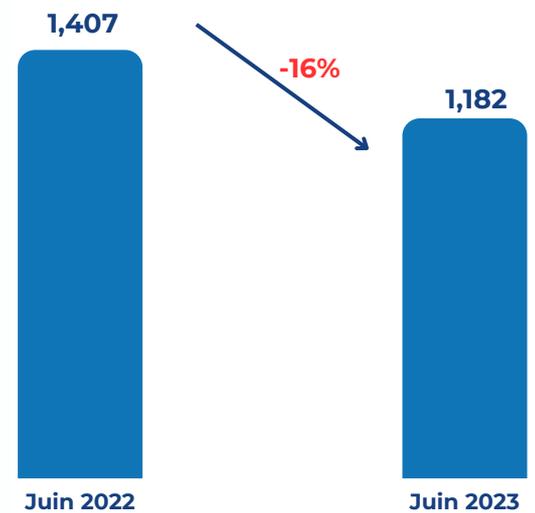
Au 30-06-2023, les charges financières ont baissé de 13% par rapport au 30-06-2022 et de 59% par rapport au 31-12-2022, pour atteindre 841 mDT.

A cet effet, le résultat net semestriel 2023 ressort positif de 160 mDT contre 60 mDT au 30 Juin 2022, soit une progression de 166%.

Evolution des charges d'exploitation en MDT



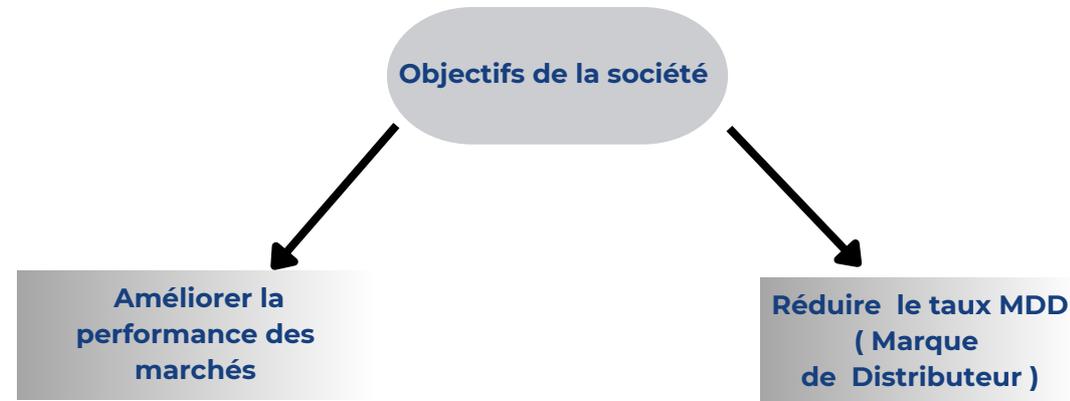
Evolution des frais de personnel en MDT



En MDT	Juin-2023	Juin-2022	31-12-2022	Var S12022-S12023
Marge Brute	6,624	7,303	14,065	-9%
EBITDA	2,114	2,100	4,294	1%
EBIT	1,127	1,075	2,270	5%
Résultat net	0,161	0,060	0,132	166%

Défis clés de la société

La société continue d'exploiter ses forces en libérant ses points forts et de travailler également sur ses points faibles.



- Améliorer le Taux de satisfaction Client.
- Augmenter le Taux de marge sur coût matière.
- Restreindre les Marchés / aller vers les marchés les plus performants.

Pour atteindre les objectifs fixés, la société va se focaliser sur ces trois axes de développement :

Lancement d'une propre marque: PurPle	Développement Produit	Développement commercial
<ul style="list-style-type: none"> • La société a développé sa propre marque d'une envergure internationale. • Développer la notoriété dans les marchés cibles. • Améliorer la présence de la marque dans les espaces des ventes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Adaptation des produits selon les marchés cibles. • Développement des compléments des produits. • Développement d'un sourcing des produits négoce. • Standardisation du catalogue selon les différents marchés. • Projet d'acquisition d'une ligne d'extrusion de Film. 	<p>LOCAL :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Assurer la proximité client (réseau de distribution). • Améliorer le service Client. <p>EXPORT</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cibler et optimiser les marchés cibles. • Assurer le développement de la marque propre dans les marchés cibles. • Structurer et organiser le développement MDD. • Office Plast continue d'avancer dans la création de filiales en Europe (France et Italie).

Projet d'acquisition d'une ligne d'extrusion de Film



Le management a évoqué la fermeture du marché marocain pour les protège-cahiers. Cette famille de produits va être remplacée par les pochettes perforées et les protège-documents. Plus loin, une nouvelle opportunité va se présenter, à savoir: l'acquisition d'une ligne de Film PP. L'entreprise fait face à un nouveau défi qui est le développement des produits autour d'une gamme bien construite ainsi que l'amélioration de ses performances.

