

Dénomination sociale	Atelier du Meuble interieurs SA.
Siège social	62 Rue de l'Or Zone industrielle Sidi Daoud 2046 Tunis - Tunisie
Téléphone	00 216 71 854666
Fax	00 216 71 854660
Forme juridique	Société Anonyme
Date de constitution	Octobre 1987
Objet Social	Production, Assemblage et Montage des meubles
Registre du commerce	B183981997
Exercice Social	Du 01 janvier au 31 décembre de chaque année.
Matricule fiscal	004757W/A/M/000

Rapport d'activité 2019

Présentation de la société

La Société Atelier du Meuble - Intérieurs « SAM » est une société anonyme de droit tunisien. Elle a pour objet principal la fabrication, montage, assemblage et commercialisation de tout genre de meubles et d'article de décoration.

Le capital social s'élève, au 31 décembre 2019, à D : 4.634.696 divisé en 4.634.696 actions de un dinar chacune.

La société Atelier du Meuble est leader en Tunisie du marché du meuble de bureau moyen et haut de gamme et est référencée auprès de plusieurs banques, ministères, hôpitaux et cliniques, espaces commerciaux, compagnies aériennes, ambassades, municipalités, offices, etc.

- **Gamme de produits**

Les meubles fabriqués par la société peuvent être classés en deux familles :

- ✓ les meubles fabriqués en série
- ✓ les meubles fabriqués sur mesure

Les meubles en série comprennent les chaises, les bureaux et les meubles de rangement.

Les meubles sur mesure comprennent les présentoirs de banques, l'aménagement des salles VIP des aéroports, les plates-formes des centres d'appels, etc. Ils font intervenir le bureau d'étude pour la conception et le suivi de la production. Le design joue un rôle très important dans les meubles sur mesure. La société offre à ses clients l'assistance de conception ainsi que l'assistance technique. Le montage final se fait généralement dans les locaux du client.

La notoriété de Meubles Intérieurs n'est pas le fruit du hasard mais le résultat d'un travail de plus d'un quart de siècle axé notamment sur la qualité.

« INTÉRIEURS » a toujours eu la volonté de diffuser un large choix de produits afin d'offrir de multiples possibilités d'aménagement à sa clientèle. La qualité, la fonctionnalité et l'ergonomie de l'ensemble de ses produits ont fortement contribué à faire la notoriété de la société.

Soucieux du bien-être que vous souhaitez instituer dans vos locaux, nous vous proposons des solutions clés en main grâce à notre bureau d'études formé d'architectes et de designers qui se chargent de la conception des plans d'aménagement jusqu'à la personnalisation de vos meubles en fonction de vos besoins et de vos envies.

- *Réalisation de plans en 2D et 3D.*
- *Bibliothèque de plus de 3000 articles en Autocad et 3ds.*
- *Réalisation de meubles sur mesures.*

Titres de participation

La société est la mère de trois filiales :

- Société le Mobilier Contemporain « SMC », société à responsabilité limitée de droit tunisien
- La société Bureau Plus est une société à responsabilité limitée de droit tunisien
- La société TALOS est une société à responsabilité limitée de droit tunisien
- La société « INTERIEURS COTE D'IVOIRE » est une société anonyme de droit Ivoirien. La Société Atelier du Meuble ne dispose pas du pouvoir de contrôle ni de la gestion financières et opérationnelles de la société, en vertu des statuts ou d'un contrat.

Les Titres de participation s'élèvent au 31 décembre 2019 à : 2 088 150 dont : 612 089DT provisions pour dépréciation des titres de participation "Intérieurs Côte d'Ivoire, et Société Talos.

Les titres de participation représentent le coût d'acquisition ou de la souscription des participations dans les sociétés filiales. Ils s'analysent comme suit :

Dénomination	capital social	Nombre de part	Coût d'acquisition / souscription	Montant total de la participation DT	% de détention	Provision
Société Bureau Plus	1 260 000 DT	12 599	100	1 259 900	99.99%	-
Société le mobilier contemporain	200 000 DT	1 999	100	199 900	99.95%	-
Société Intérieurs Côte d'Ivoire	33000.000 F CFA	7 739	49	380 350	35.36%	(380 350)
Société TALOS	200 000 DT	2 480	100	248 000	82.67%	(231 739)
Total				2 088 150		

Structure du capital

Les capitaux propres se détaillent comme suit :

	2019	2018	2017
Capital social	4 634 696	4 634 696	4 634 696
Réserves	1 453 040	1 453 040	1 221 336
Autres capitaux propres	1 267 682	1 267 584	1 453 040
Actions propres	-66 106	-2 926	0
Résultats reportés	1 321 371	670 444	636 682
Total des capitaux propres avant résultat de l'exercice	8 610 683	8 022 838	7 945 754
résultat de l'exercice	2 663 073	2 041 336	1 280 916
Total des capitaux propres avant affectation	11 273 756	10 064 174	9 226 670

Evolution du bénéfice net

Désignations	2019	2018	2017
Bénéfice net	2 663 073	2 041 336	1 280 916
Capital social	4 634 696	4 634 696	4 634 696
Nombre d'actions	4 634 696	4 634 696	4 634 696
Bénéfice par action (BPA)	0.575	0.440	0.276
Bénéfice net / Capital Social	57.46%	44.04%	27.64%

Les Indicateurs de gestion de l'exercice 2019

	<u>2019</u>	<u>2018</u>	<u>2017</u>
Produit d'exploitation	22 180 532	19 445 186	15 068 527
Marge Brute	8 930 662 40.3%	7 789 221 40.1%	6 040 347 40.1%
Valeur ajoutée	6 576 478 29.6%	5 651 018 29.1%	4 057 553 26.9%
EBE (EBITDA)	3 919 967 17.7%	3 328 178 17.1%	1 961 401 13.0%
Résultat d'exploitation (EBIT)	2 798 067 12.6%	2 367 936 12.2%	1 450 021 9.6%
Résultat net	2 663 073	2 041 336	1 280 916
Cash flows	3 784 973	3 001 578	1 792 296

Bilan comparé au 31 décembre 2019

	<u>2019</u>	<u>2018</u>	<u>2017</u>
Capitaux propres	11 273 756	10 064 174	9 226 670
Passifs non courants	2 129 686	2 358 998	2 357 961
Passifs courants	8 464 944	8 509 084	6 331 502
Actifs non courants	8 243 515	8 487 372	8 136 578
Actifs courants	13 624 871	12 444 884	9 779 555
Total Bilan	21 868 386	20 932 256	17 916 133

<i>Désignations</i>	<i>2019</i>	<i>2018</i>	<i>2017</i>
Actif non courant	37.7%	40.5%	45.4%
Actif courant	62.3%	59.5%	54.6%
Capitaux propres	51.6%	48.1%	51.5%
PNC	9.7%	11.3%	13.2%
Passifs courants	38.7%	40.7%	35.3%

Evolution de la rentabilité des fonds propres

<i>Désignations</i>	<i>2019</i>	<i>2018</i>	<i>2017</i>
Chiffre d'affaires (HT)	22 026 324	19 392 267	15 019 548
(dont à l'export)	3 728 600		
Résultat net	2 663 073	2 041 336	1 280 916
Taux de Marge Nette (Résultat net / CA) (1)	12.09%	10.53%	8.53%
Rotation de l'Actif économique ¹ (CA / Actif éco) (2)	1.64	1.56	1.30
Levier d'endettement (Actif éco / FP) (3)	1.19	1.23	1.26
Rentabilité des fonds propres (1)*(2)*(3)	23.62%	20.28%	13.88%

Évolution de la Structure Financière

<i>Désignations</i>	<i>2019</i>	<i>2018</i>	<i>2017</i>
+ Capitaux Propres	11 273 756	10 064 174	9 226 670
+ Passifs Non Courants (provisions)	2 129 686	2 358 998	2 357 961
= Capitaux Permanents	13 403 442	12 423 172	11 584 631
- Actif Immobilisé	8 243 515	8 342 612	7 847 060
= Fonds de Roulement	5 159 927	4 080 560	3 737 571
(en jours de CA HT)	86	77	91
- BFR d'exploitation	6 250 634	4 862 772	4 287 187
(en jours de CA HT)	104	92	104
= Trésorerie d'exploitation	-1 090 707	-782 212	-549 616
- BFR hors d'exploitation	-710 801	-595 229	-419 950
= Trésorerie nette	-379 906	-186 983	-129 666
BFR	5 539 833	4 267 543	3 867 237

Évolution de la Marge Brute d'Autofinancement

<i>Désignations</i>	<i>2019</i>	<i>2018</i>	<i>2017</i>
Bénéfice net (a)	2 663 073	2 041 336	1 280 916
Dotations aux Amortissements & Provisions (b)	1 121 900	960 242	511 380
Marge Brute d'Autofinancement (a)+(b)	3 784 973	3 001 578	1 792 296
1 jour de CA	60 346	53 129	41 149
Clients et comptes rattachés	8 188 426	7 387 337	5 642 540
Chiffre d'affaires TTC	25 201 148	19 392 267	17 515 692
délais clients	117	137	116
Fournisseurs et comptes rattachés	5 779 074	6 034 531	4 090 830
Achats TTC	16 082 781	11 670 549	11 148 797
Délais fournisseurs	129	186	132
Dettes fin / CAF	49.6%	72.3%	121.0%
Return on Equity - ROE / Retour sur fonds propres	23.6%	20.3%	13.9%
RE / Tot Bilan	12.8%	11.3%	8.1%
Actif économique	13 403 442	12 423 172	11 584 631
Résultat d'exploitation / Actif économique	20.9%	19.1%	12.5%

Ratios 2019

RATIOS DE STRUCTURE :	2019	2018	2017
Total Actifs Immobilisés / Tot Actif	37.7%	39.9%	43.8%
Total Kx Propres / Total Bilan	51.6%	48.1%	51.5%
Passifs Non Courants / Total Bilan	9.7%	11.3%	13.2%
Passifs Courants / Total Bilan	38.7%	40.7%	35.3%
Passifs / Total Bilan	48.4%	51.9%	48.5%
Capitaux Permanents / Actifs Immobilisés	162.6%	148.9%	147.6%

RATIOS DE GESTIONS :	2019	2018	2017
Frais de personnels / Produits d'expl	12.0%	11.9%	13.9%
Résultat d'exploitation / Produits d'expl	12.6%	12.2%	9.6%
Produit d'exploitation / Capitaux propres	257.6%	242.4%	189.6%

RATIOS DE SOLVABILITE :	2019	2018	2017
Capitaux Propres / Passifs Non courants	529.4%	426.6%	391.3%
Capitaux Propres / Capitaux Permanents	84.1%	81.0%	79.6%

RATIOS DE LIQUIDITE :	2019	2018	2017
Actifs Courants / Passifs Courants	161.0%	146.3%	154.5%
Liquidités et équivalents de liquidité / Passifs courants	7.0%	6.7%	7.0%

RATIOS DE RENTABILITE :	2019	2018	2017
Résultat Net / Fonds Propres	31.3%	25.8%	16.1%
Résultat Net / Capitaux Permanents	25.1%	19.9%	12.4%
Résultat Net / Produits d'exploitation	12.0%	10.5%	8.5%

Evolution du bénéfice net 2019 Consolidé

<i>Désignations</i>	<i>2019</i>	<i>2018</i>	<i>2017</i>
Bénéfice net	1 794 370	2 536 055	1 330 973
Capital social	4 634 696	4 634 696	4 634 696
Nombre d'actions	4 634 696	4 634 696	4 634 696
Bénéfice par action (BPA)	0.387	0.547	0.287
Bénéfice net / Capital Social	38.72%	54.72%	28.72%

Évolution de la Structure Financière 2019 Consolidé

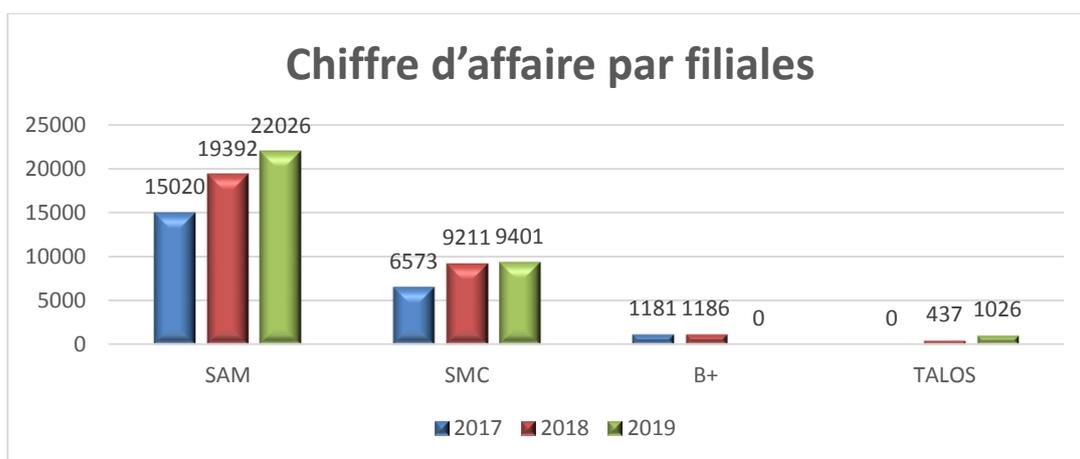
<i>Désignations</i>	<i>2019</i>	<i>2018</i>	<i>2017</i>
+ Capitaux Propres	11 297 917	10 911 480	9 583 754
+ Passifs Non Courants (provisions)	2 229 284	2 381 176	2 397 002
= Capitaux Permanents	13 527 201	13 292 656	11 980 756
- Actif Immobilisé	7 416 165	7 673 162	7 783 135
= Fonds de Roulement	6 111 036	5 619 494	4 197 621
(en jours de CA HT)	101	106	102
- BFR d'exploitation	5 659 604	5 758 747	4 771 086
(en jours de CA HT)	94	108	116
= Trésorerie d'exploitation	451 432	-139 253	-573 465
- BFR hors d'exploitation	409 632	-800 768	-796 699
= Trésorerie nette	41 800	661 515	223 234
BFR	6 069 236	4 957 979	3 974 387
Variation BFR	-1 111 257	-983 592	-248 053

SIG «INTERIEURS" 2019 consolidé

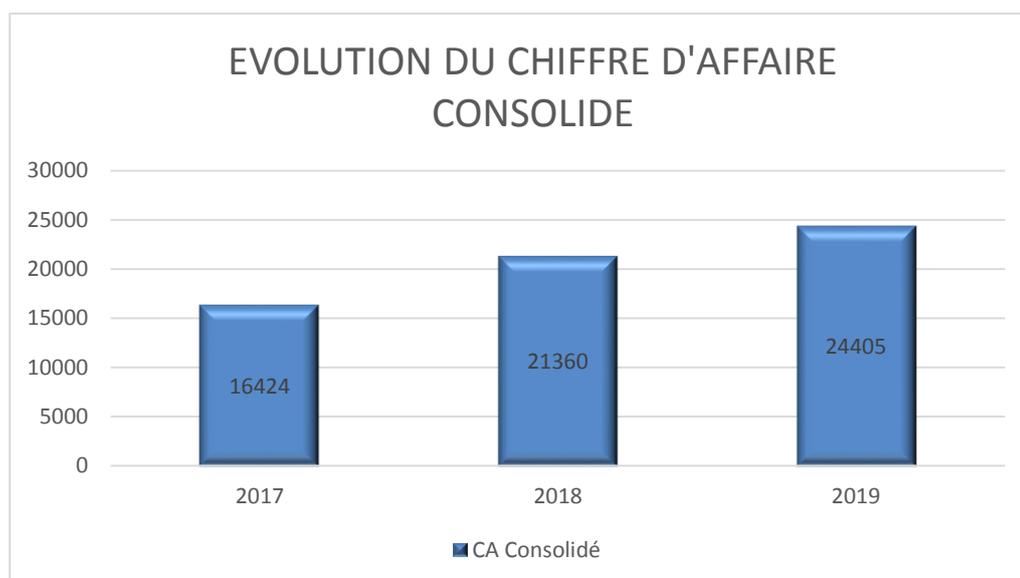
	<i>2019</i>	<i>2018</i>	<i>2017</i>
Produit d'exploitation	24 564 283	21 367 972	16 490 334
Marge Brute	10 340 711 42.1%	9 700 576 45.4%	7 816 455 47.4%
Valeur ajoutée	7 898 453 32.2%	7 357 747 34.4%	5 717 495 34.7%
EBE (EBITDA)	4 083 382 16.6%	3 990 887 18.7%	2 718 361 16.5%
Résultat d'exploitation (EBIT)	2 682 474 10.9%	2 804 743 13.1%	1 834 969 11.1%
Résultat net	1 794 370	2 536 208	1 331 080
Cash flows	3 195 278	3 722 352	2 214 472

Indicateurs d'activités 2019 par filiales

Société	CA	Taux de marge	Résultat Net
Atelier du meuble	22 026 324	40.30%	2 663 073
Le Mobilier contemporain	9 400 920	14%	-88 484
Bureau +	0	0	38 326
Talos	1026179	14%	-120 337
Consolidé	24 404 887	39.18%	1814450



Evolution de chiffre d'affaire consolidé 2018/2019



Croissance du CA consolidé de 14.25 % passant de 21 360 Mdt à 24 405 Mdt.

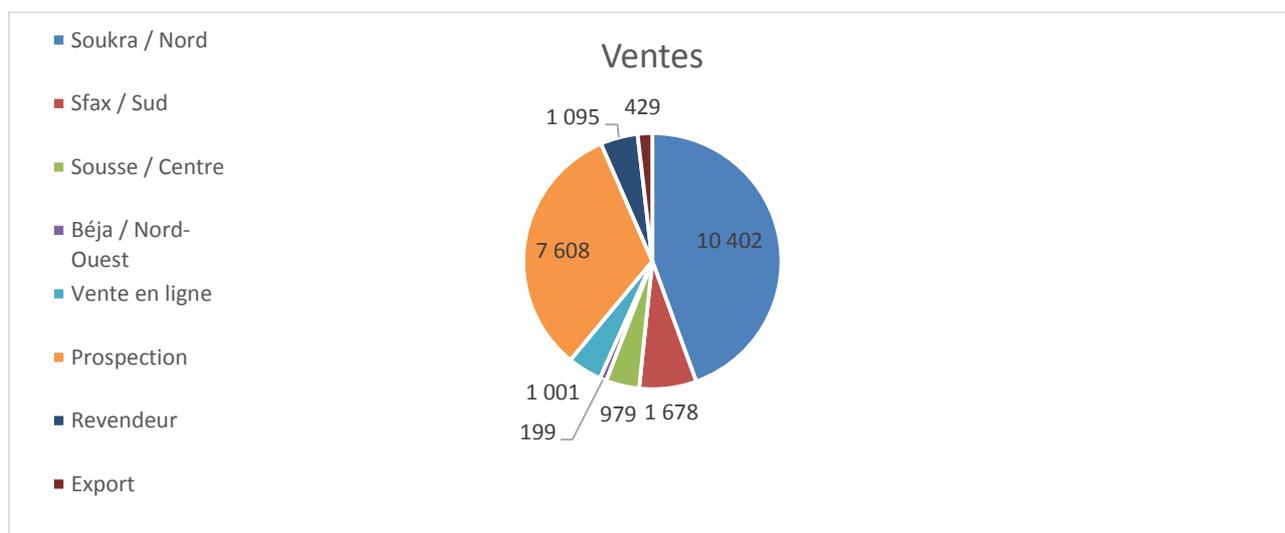
Une confirmation de continuité de la croissance du CA grâce à une mobilisation de la force de vente accompagné d'une bonne campagne de communication.

Typologie clients et canaux de distribution 2019

Chiffre d'affaire commercial 2019 par canal de distribution		CA / Canal de distribution
Showroom	Soukra / Nord	10 402 002
	Sfax / Sud	1 678 188
	Sousse / Centre	979 029
	Béja / Nord-Ouest	199 254
	Vente en ligne	1 001 221

Usine	Prospection	7 608 848
	Revendeur	1 094 863
	Inter groupe	8 747 979
	Export	429 454

Une évolution du CA au niveau de tous les canaux de distribution est réalisée suite à une bonne dynamique commerciale.



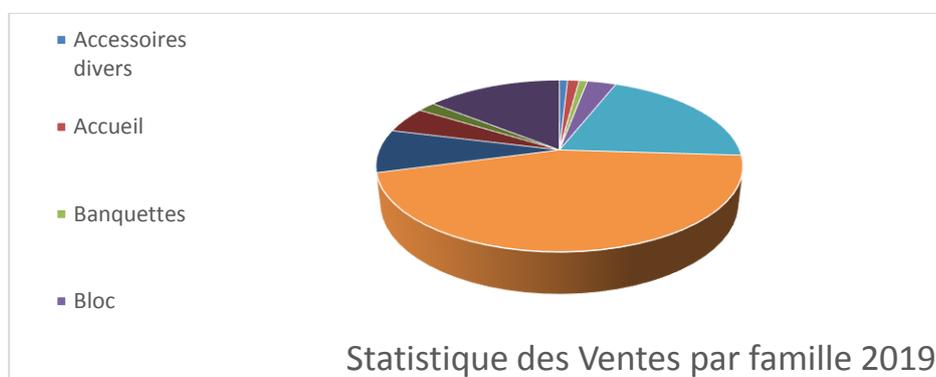
Typologie client 2019

Secteur Privé	70.61%
Secteur Public	18.60%
Revendeurs	4.68%
Vente en ligne	4.28%
Export	1.83%

La clientèle est composée de tous les acteurs de l'économie le risque de dépendances est très faible vu la diversification du portefeuille. Les clients du secteur privé représentent la part la plus importante sur l'exercice 2019.

Statistique des ventes par famille en 2019 par filiale et consolidé

Désignation	SAM	SMC	B+	TALOS
Accessoires divers	189 370	390 845	0	8 083.10
Accueil	268 269	137 829	0	1 007
Banquettes	191 090	94 874	0	2 364
Bloc	668 427	243 566	0	8 949
Bureau	4 406 525	2 206 244	0	19 509
Sièges, chaises, canapé et tabouret	9 867 756	4 384 959	0	51 339
Elément de rangement	1 788 165	756 692	0	27 881
Table	1 086 077	535 708	0	8 663
Extension retour	414 197	209 289	0	1 530
Sur mesure Produit Spécial	3 146 124	440 994		20 896
Papeterie fourniture et accessoires	0	0	0	851 000
	22 026 000	9 401 000	0	1 001 221



Les Achats réalisés en 2019 par famille de produits SAM

Les achats consommés se sont élevés, au 31 décembre 2019 à : 13 173 514DT contre : 11 670 549 à la clôture de l'exercice précédent et se détaillent comme suit

Matières	31-déc-19	31-déc-18
Bois et dérivés	3 584 411	2 972 596
Articles de quincaillerie	894 378	910 638
Accessoires de bureaux	497 758	583 179
Accessoires de chaises	3 679 465	2 753 999
Produits semi-finis	1 632 097	1 330 680
Tissu mousse et cuir	425 727	375 541
Marbres et verrerie	798 882	187 928
Emballages	107 569	79 637
Produits chimiques	78 276	62 830
Frais sur importation	1 515 009	996 503
Sous-traitance	274 366	288 711
Achats de marchandises	194 963	1 579 666
Divers	314 453	293 546
Total	13 581 186	12 415 454
Variation des stocks	(407 672)	(744 905)
Total achats consommés	13 173 514	11 670 549

La Gestion des Ressources Humaines 2019/SAM

La variation de la masse salariale est de 6.5% expliquée par l'augmentation légale conformément à la convention sectorielle dont le détail ci-dessous.

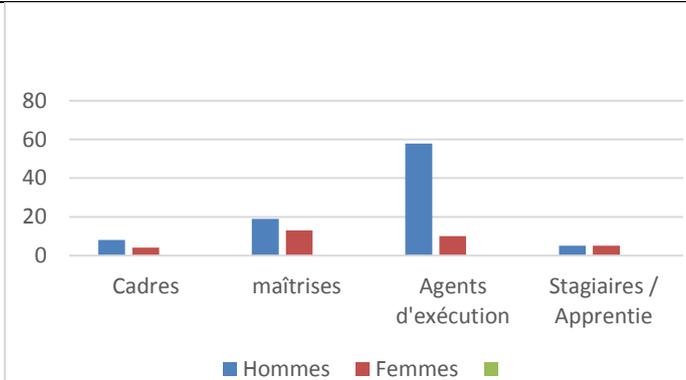
LIBELLE	2019
Salaire de Base et Primes Légales	1 904 466
Primes exceptionnelles	126 534
Primes de rendement	191 870
Commissions / Chiffre d'affaire	112 954
Gratification et Paie exceptionnelle	26 476
Œuvres Sociales (Décès - Aid -Rentrée Scolaire)	63 923
Rémunérations des Administrateurs	176 812
Total Brut	2 653 036
Charges Sociales	444 233
Vêtement de travail	23 219
Provision pour congés payés	-7421
Transfert de charges	456 556
Masse Salariales	3 095 688

Les indicateurs de suivi Ressource Humaines

Indicateur	Cible %	Fréquence	SUIVI	Résultat	
				2019	2018
Durée réelle passé pour le nouveau recru	≥ 80±3%	Annuelle	R.G.R.H		100%
Durée de contrat pour le nouveau recru					
Taux d'absentéisme	≤7±3 %	Mensuelle	R.G.R.H		1.73 %

Statistiques des employés selon sexe

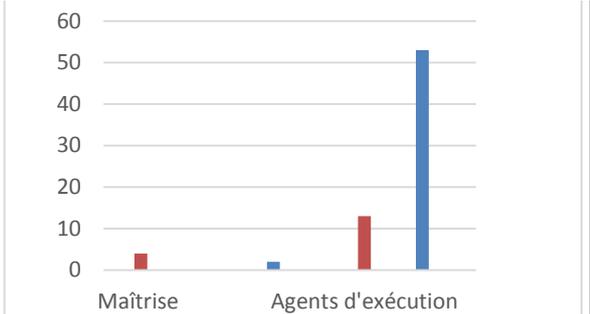
	Hommes	Femmes
Cadres	8	3
maîtrises	20	15
Agents d'exécution	60	10
Stagiaires / Apprentie	2	3
TOTAL	90	31



Catégorie	Hommes	Femmes
Cadres	8	3
maîtrises	20	15
Agents d'exécution	60	10
Stagiaires / Apprentie	2	3

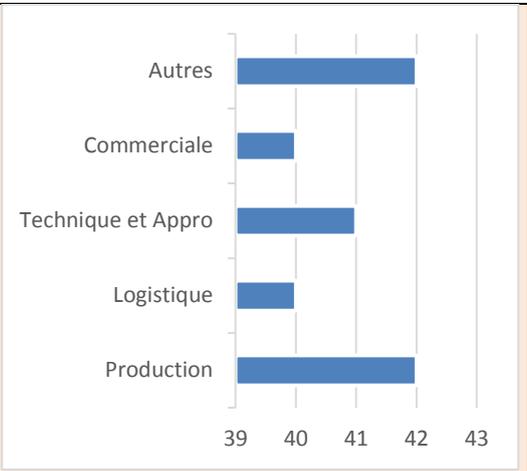
INTERIM

	Hommes	Femmes
Maîtrise	3	4
Agents d'exécution	42	10
TOTAL	45	14



Effectif par Département, moyenne d'âge et sexe

	Moyenne d'âge	Homme	Femme
Production	42	49	11
Logistique	40	11	2
Technique et Appro	41	13	6
Commerciale	40	3	6
Autres	42	14	6
Total	41	90	31



Effectif par niveau/département

	Encadrement	Technicien	Opérateur	Total	%
Production	0	3	57	60	49.59%
Technique et Appro	2	11	6	19	15.70%
Logistique	1	4	8	13	10.74%
Commercial	2	7	0	9	7.44%
Autres (DAF – DG)	6	9	2	17	14.05%
Stagiaire	0	3	0	3	2.48%
Total	11	37	73	121	100

Synthèse des faits marquants

Département Commercial

1. PRINCIPAUX CHIFFRES

a. Evolution du CA 2019 par rapport à celui de 2018 (en millions de dinars) :

Chiffre d'affaires :

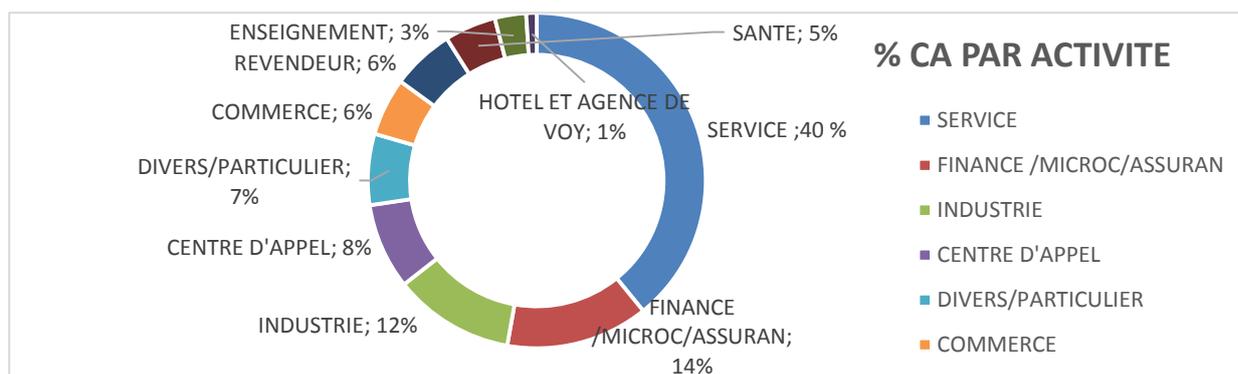
Une confirmation de continuité de la croissance du CA grâce à une plus grande mobilisation de l'équipe commerciale accompagnée d'une bonne campagne de communication.

Nous tenons à préciser que l'évolution du CA des 2 dernières années ont été réalisé avec la surface de vente et avec le même effectif de force de vente.

Une évolution du Chiffre d'affaire à 2 chiffres au niveau de tous les canaux de distribution est réalisée suite à une bonne dynamique commerciale

b. Répartition du Chiffre d'affaire par type 'activité des Clients :

ACTIVITES	NBRE	%	CA	%
Service	921	29%	9 326	40%
Finance / Microcrédit / Assurance	93	3%	3 214	14%
Industrie	361	11%	2 722	12%
Centre d'appel	17	1%	1 947	8%
Divers / Particulier	1 225	39%	1 614	7%
Commerce	164	5%	1 310	6%
Revendeur	10	0%	1 412	6%
Sante	256	8%	1 160	5%
Enseignement	71	2%	705	3%
Hotel et Agence de Voyage	54	2%	237	1%



- La clientèle est composée de tous les acteurs de l'économie que nous avons reparti sur 10 activités, il y a lieu de remarquer que nous suivons toujours la même tendance : le risque de dépendances est très faible vu la diversification du portefeuille.
- Les activités de service, finance et industrie accapare la part du lion pour atteindre les 66% du CA de notre Société.

c. Palmarés des clients :

NOM DU CLIENT	CA 2019	%
TRANSCOM WORLDWIDE TUNISIE	1 020 387	4.31%
ARDIA	607 894	2.57%
GIZ	547 040	2.31%
STE.MEDITERRANEENE DE TELESERVICES	468 881	1.98%
INTERNATIONAL CAPITAL BUSINESS	425 905	1.80%
ZITOUNA BANK	417 752	1.76%
INTERIEURS PLUS	371 146	1.57%
ULYSSE HYPER DISTRIBUTION	368 279	1.56%
UIB	298 596	1.26%
INTERIEURS CI	282 801	1.19%
ATB	273 604	1.16%
EXTRA MEUBLE	268 078	1.13%
EIDS TUNISIE SUCC	256 563	1.08%
US EMBASSY	215 046	0.91%
VAMED ENGINEERING TUNISIE	201 265	0.85%
GROUPE SCOL RENE DESCARTES B DULAC	166 632	0.70%
TALOS	163 893	0.69%
ATTIJARI BANK	159 823	0.68%
LA CONSERVATION DE LA PROPRIETE	154 600	0.65%
MEDDIS DISTRIBUTION	145 960	0.62%
MAE ASSURANCES	144 946	0.61%
CHEMONICS TUNISIA	136 434	0.58%

Nous avons réalisé 34% de notre CA avec 31 clients gros comptes dont le montant d'achat dépasse les 100 000 dinars durant l'année 2019.

d. REPARTION DU NOMBRE DE CLIENT ET DU CA PAR PALIER :

PALIER DE CA	2018				2019			
	NB CL	%	CA	%	NB CL	%	CA	%
SUP A 100 MD	23	1%	5 648	26%	31	1%	8 154	34%
ENTRE 50 ET 100 MD	43	1%	2 972	14%	44	1%	2 945	12%
ENTRE 20 ET 50 MD	116	4%	3 538	17%	112	4%	3 343	14%
ENTRE 10 ET 20 MD	203	7%	2 838	13%	217	7%	3 016	13%
INFERIEUR A 10 MD	2 705	88%	6 364	30%	2 784	87%	6 219	26%
TOT	3 090		21 360		3 188		23 677	

Nous remarquons que :

Nous avons traité tout le long des deux dernières années avec plus que 3000 clients.

En 2018 avec 385 clients (12% du nombre global et dont le panier d'achat dépasse les 10 MD) nous avons réalisé 70 % de notre CA.

En 2019 avec 404 clients (13% du nombre global et dont le panier d'achat dépasse les 10 MD) nous avons réalisé 74 % de notre CA.

e. Répartition du chiffre d'affaire par famille de produit :

Le Top des ventes chez Intérieurs sont les sièges de bureau 43 %, suivi par les bureaux 31% et qui représentent à eux seules 84% du CA global.

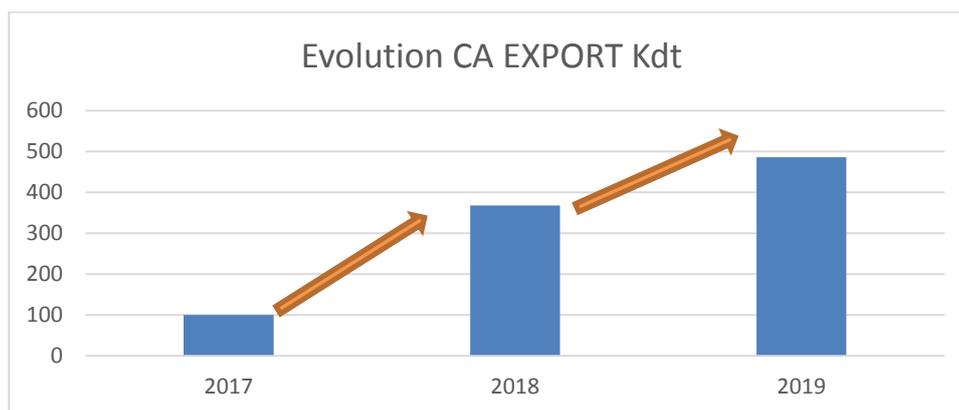
2. Faits marquants (Synthèse)

- L'évolution du CA reste sur la même tendance à deux chiffres, sachant que nous travaillons sur la même surface commerciale (espace showrooms).
- Nous avons planifié à effectuer une extension de la surface des ventes à Sfax et renforcer l'équipe commerciale par un itinérant.
- Nous avons planifié à renforcer notre team avec 2 autres itinérants : un sur Tunis et nord qui sera lié au showroom de Tunis et un autre qui sera basé à Sousse pour se concentrer sur la prospection terrain centre et centre ouest.
- Nous avons planifié et avancé sur un programme de développement export sur la France, une étude de marché est déjà réalisée pour démarrer l'action au mois de sept 2020.
- Malheureusement avec la pandémie cette stratégie est mise en standby en attendant les nouvelles tendances du marché et national et international
- Etant donné les nouvelles circonstances de l'épidémie, nous allons revoir notre stratégie pour changer de cap et adopter la politique PUSH, consistant à mobiliser le maximum de l'équipe à une prospection phonique et terrain, une prospection qui ciblera les marchés et secteur porteur.
- il faut s'attendre à une réticence de visite client aux showrooms : donc nous devrions changer de stratégie avec une analyse de nos clients durant les 3 dernières années, il faut prospecter les clients perdus, être beaucoup plus proches du terrain, chouchouter les clients à fort potentiel, dont les organismes financiers.
- Axer et bien étudier les AO et consultation étatique pour augmenter dans la mesure du possible ce segment qui reste quand même faible dans notre CA.

Département Export

1. Evolution du Chiffre d'affaires à l'export,

Le Chiffre de l'affaire à l'export a connu une forte croissance durant l'année 2019 passant de 386 milles dinars en 2018 à 486 milles dinars en 2019, une évolution de l'ordre de 32%.



2. Les marchés à l'export,

La croissance du CA à l'export en 2019 est due principalement :

- Prospection et ouverture de nouveaux marchés : essentiellement (Algérie et Libye), mise à part le marché traditionnel la Côte d'Ivoire.
- Renforcement de notre présence en Côte d'Ivoire, avec des nouvelles références qui vont s'ajouter a notre portefeuille client (FMI, BRIDGE BANK, ECO BANK, BNP CI (Bicici),
- Présentation d'une gamme de produits qui s'adapte à la nature et spécifiés du marché Africain
- Préparation d'une liste de prix et d'un catalogue dédié à l'export,

3. Intérieurs CI (présentation et chiffres)

Intérieurs CI créée en 2015, filiale du groupe intérieurs, implantée à Abidjan avec un showroom couvrant 300 m2 et dispose d'un dépôt pour stockage des produits fini. En 2019, un travail spécifique a été fait pour booster les ventes et faire connaitre plus la marque sur le marché Ivoirien,

- Recrutement d'une nouvelle commerciale

- Lancement d'une campagne de communication de grande envergure sur Abidjan (Affichage urbain, vidéo), nouveau catalogue,
- Prospection de plusieurs grands comptes, changement d'article au niveau du showroom
- Ces changements nous ont permis de dégager un CA en 2019 de 1000 kdt.

4. Fait Marquant en 2019

L'année 2019 a été bien bénéfique à Interieurs concernant le marché à l'export, une évolution vers la hausse de son CA de plus de 32% par rapport à 2018, les principaux faits marquant :

- Signature d'un marché avec une banque de renommé en Libye.
- Attribution de marché à l'export pour l'aménagement de la BICICI (BNP) en Côte d'Ivoire et le FMI.
- Renforcement et amélioration des ventes à l'export vers le marché Ivoirien avec des nouvelles références de renommés qui vient s'ajouter à nos clients (assurances, banques, ambassades, multinationales, etc..)
- Ouverture d'un showroom à Alger avec notre partenaire Algérien CELESTIA

5. Axes d'amélioration,

- L'Emballage à l'Export : amélioration du packaging des articles
- Ouverture de nouveau marché de l'Afrique subsaharienne (Burkina Faso, Mali, Ghana, Cameroun)

Département Achats

L'augmentation des frais d'approche principalement le transport maritime facturés en devises étrangères ;

La Tunisie ne possède avec Radès que le vingt et unième port d'Afrique, avec une productivité plus de dix fois inférieure à celle du leader. « Les ports sont au service de l'économie.

Or la Tunisie n'a pas de port de transbordement en eau profonde. Les marchandises locales doivent passer par Malte ou Tanger pour être acheminées »

⇒ Notre armateur historique et principal s'est orienté exclusivement vers Tanger, alors qu'il travaillait sur Malte depuis des années, ce qui a fait un impact direct sur le transit time et a engendré des surcoûts.

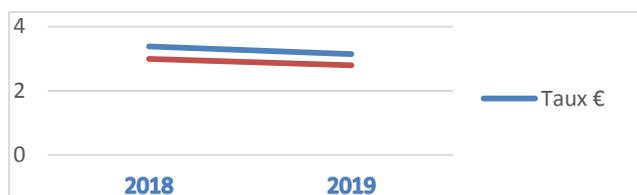
Actions entreprises par la direction :

Pour nous munir contre les faits ci-dessus cités nous avons opté à :

- Orienter nos achats vers les produits libres non soumis à autorisations ;
- Revenir, encore une fois, vers le marché européen pour compenser l'augmentation des charges liées au l'augmentation du transit time et éviter les transbordements ;
- Diversifier le portefeuille des transporteurs.

1- Evolution du cours des devises étrangères :

	2018	2019	Variation
Taux €	3,384	3,14	-7%
Taux \$	2,994	2,8	-6%



2- Répartition des achats 2019 :

	2019
Achat €/ \$ en TND	6 769 707
Achats en TND	9 573 451

Répartition des achats 2019



Menaces 2019 :

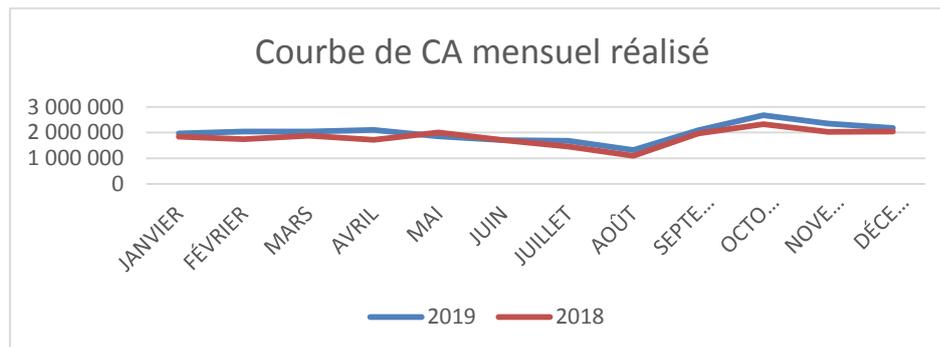
La pandémie COVID-19 venant en plein période de vacance du « chinese new year » a impacté notre calendrier des achats, chose qui s'est aggravé suite à la propagation du virus dans le monde en frappant aussi notre marché d'approvisionnement européen. Cette situation pourra impacté nos transactions à l'international y compris les modalités et les délais de paiements fournisseurs pour l'année 2019..

Département Logistique

Au sein de ce rapport on va étaler les éventuelles améliorations et les résultats réalisés par le service logistique pour l'année 2019, ainsi que les difficultés et les perspectives d'amélioration :

Résultats et Améliorations :

- Chiffre d'affaire journalier des livraisons a augmenté de 10% par rapport à 2018 (d'une moyenne de 90000 TND en 2018 à une moyenne de 100000 TND en 2019)



- Le délai moyen de livraison a diminué de 19 jours en 2018 à 16 jours en 2019
- Le délai moyen d'intervention SAV a diminué de 7 jours en 2018 à 5.8 jours en 2019.
- La quantité livrée mensuelle a augmenté de 12% (5467 pièces en 2019 alors qu'en 2018 était de 4803).

Les difficultés et les perspectives d'amélioration

- L'absence du contrôle qualité produit en cours de fabrication engendre **des réclamations clients** qui touchent directement notre image de marque.
 - ⇒ La création d'un service qualité produit qui se charge de veiller sur la stabilité de la qualité de nos produits pour minimiser les réclamations et gagner d'avantage la confiance de nos clients.
- Le délai d'approvisionnement de la matière première **surtout local** est long qui nous gêne à améliorer et réduire les délais de livraison des clients.
 - ⇒ Revue de la procédure adoptée par le service achat pour gérer les ruptures MP et éviter les retards réclamés par les clients.

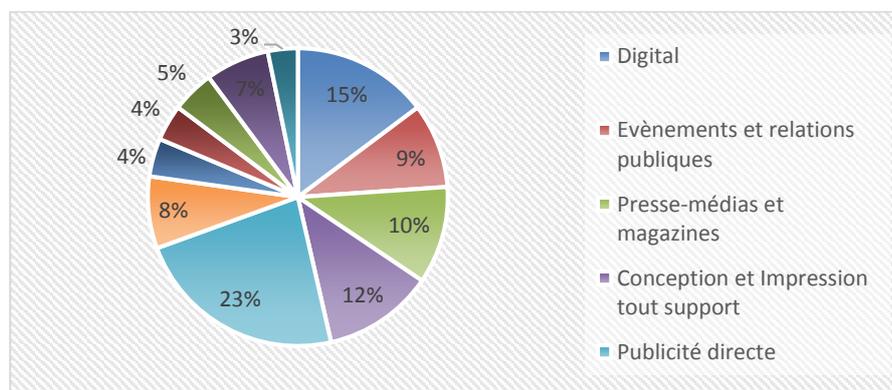
Département Marketing

I. Réalisations et Budget marketing 2019 :

1. Budget marketing 2019 :

En 2019, la réalisation du plan de communication a atteint 215 500 DT détaillé comme suit :

<i>Actions</i>	<i>Budget</i>
Digital	30000,000
Evènements et relations publiques	20000,000
Presse-médias et magazines	23000,000
Conception et Impression tout support	26000,000
Publicité directe	50000,000
Mécénat sponsoring	17000,000
Communication Financière	9000,000
Team Building	8500,000
Foires et Salons	10000,000
Publicité par objet/cadeau fin d'année	15000,000
Communication Abidjan	7000,000
TOTAL	215500,000



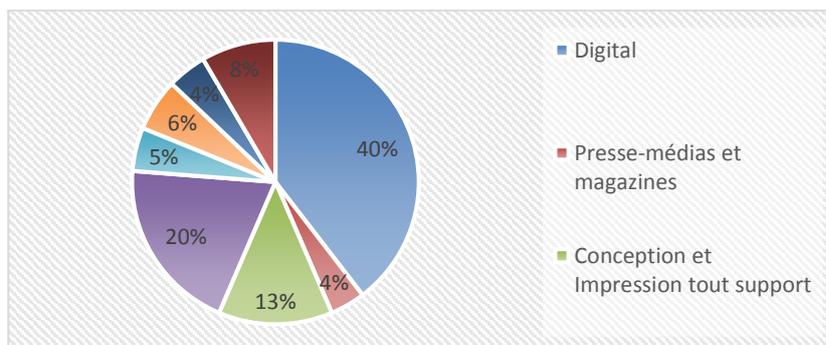
2. Réalisations :

- Campagne publicitaire sur grand Tunis
- Campagne publicitaire sur Sousse et la région de Sahel.
- Campagne d'affichage sur Sfax.
- Réalisation d'une veille concurrentielle.
- la location annuelle de plusieurs Murs aveugles en Tunisie
- Développement du volet sponsoring et mécénat.
- Aménagement d'une salle dédiée aux doctorants à l'IHEC de Carthage dans le cadre d'une convention de sponsoring
- Gestion des réseaux sociaux par une agence externe
- Réalisations des actions digitales (Google Mybusiness, référencement ; mailing...)
- Réalisation du catalogue Côte d'ivoire
- Réalisation du catalogue référence
- Communication financière.
- Participation au Salon Méditerrané du Bâtiment.
- Participation au Salon de l'entrepreneuriat Riyeda

II. Budget et objectifs 2020 :

1. Projections 2020 :

Dans ce contexte particulier, nous avons réduit notre budget de communication à moitié. La majorité de budget sera allouée à la communication digitale et ce comme suit :



40% du budget sera alloué au développement digital de nous supports et canaux de communication web :

1/ Optimiser le Site web :

- *Améliorer l'ergonomie et la vitesse de chargement du site
- *Optimiser la catégorie « demandez votre devis en ligne »
- *Convertir en site marchand si nécessaire
- *Intégrer la technologie de la réalité augmentée sur le site afin que le client puisse visionner le mobilier du bureau en temps réel et dans son décor.

2/Convertir tous nos supports de communication en version digitale téléchargeable par le client (catalogue référence, catalogue produit, brochure...)

3/ convertir tous les articles en 3D

4/Planifier des campagnes génération de leads pour la prospection numérique

5/Recruter un web marketer et allouer un budget important pour les réseaux sociaux (recrutement de fans, sponsoring, Branding...)

Pour le reste du budget, il est étalonné comme suit :

Notre objectif est de Maintenir la notoriété de la marque et ce grâce à des actions de communication institutionnelles :

*Mailing de masse

*la location de plusieurs Murs aveugles dans des zones administratives et industrielles (ce qui revient moins cher que les campagnes publicitaires).

* Développer des partenariats avec des médias et presses afin d'assurer leur accompagnement durant nos communications financières et institutionnelles.

2. Objectifs 2020 :

- Optimiser au maximum les actions Marketing pour atteindre les objectifs souhaités avec un budget minimal.
- Réévaluer l'environnement de notre entreprise afin d'identifier les opportunités et les menaces auxquelles on fait face (faire une Etude de marché Complète pour pallier aux manquements et évaluer notre situation par rapport à nos principaux concurrents).

III. Les risques et incertitudes auxquels l'activité est confrontée :

Quel que soit son positionnement sur le marché, quel que soit la nature de son activité, toute entreprise est confrontée à des risques et des incertitudes au cours de son parcours.

Des catastrophes naturelles, accidents industriels, conflits et instabilité politique... ce sont les principales menaces auxquelles les entreprises sont confrontées. Dans ce cas, La bonne qualité de la gestion de crise passe, en premier lieu, par l'identification et l'évaluation des risques. En deuxième lieu, établir un plan de gestion de la crise en intégrant un plan de communication détaillé.

->une communication de crise

->un budget réduit