

## AVIS DES SOCIETES

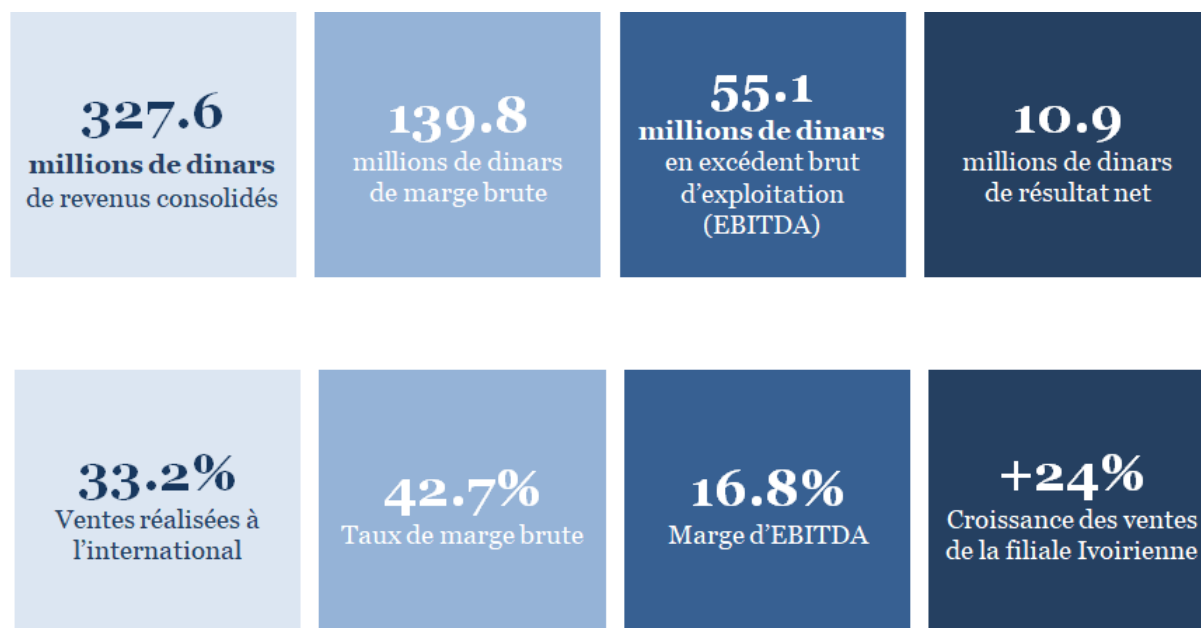
### SOCIETE D'ARTICLES HYGIENIQUES « SAH »

SIEGE SOCIAL : 5 Rue 8610 Z.I Charguia 1 - 2035 Tunis Carthage -

### COMMUNIQUE SUR LES RESULTATS DU GROUPE

#### 1- Le Groupe SAH

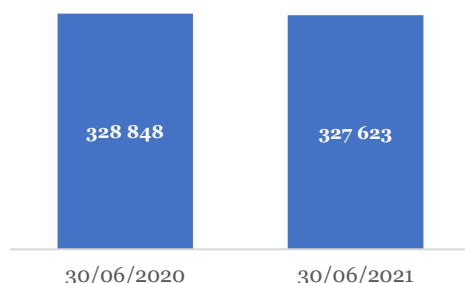
La Société d'Articles Hygienes « SAH » publie ses états financiers consolidés arrêtés au 30 juin 2021 :



NB : Revenus consolidés après rabais, remises et réductions

Dans un contexte mondial exceptionnel où les prix des matières premières (la pâte à papier et le super absorbent particulièrement) ne cessent d'augmenter, le groupe SAH maintient le cap sur la performance et continue de croître. En effet, le prix de la pâte à papier a augmenté de près de 37% en une année seulement, amenant tous les producteurs mondiaux à augmenter leurs prix de vente pour compenser l'inflation. En réagissant à temps, le groupe SAH a réussi à maintenir sa rentabilité grâce à l'optimisation de ses stocks, un approvisionnement anticipé en matières premières et une augmentation des prix sur l'hygiène bébé.

## Revenus consolidés (En milliers de DT)



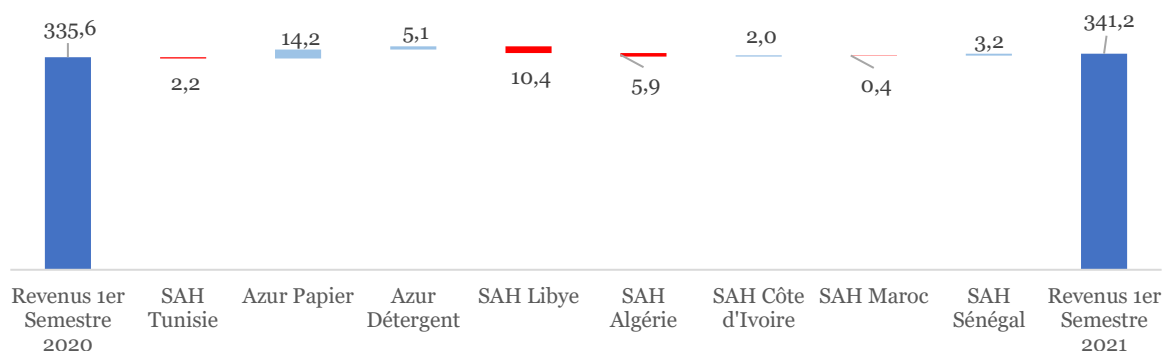
Au 30 Juin 2021, les revenus du groupe SAH ont atteint 327.6 millions de dinars, pratiquement stables comparés aux revenus réalisés au 30 Juin 2020. Sur le marché local, les ventes ont légèrement diminué suite à la baisse des ventes d'hygiène bébé de près de 11%, compensée par la hausse des ventes sur les autres segments, à savoir l'hygiène adulte (+22%), l'hygiène féminine (+7.8%), les détergents (+6.8%) et l'hygiène papier (+5.7%). Les ventes à l'export ont enregistré une légère croissance au premier semestre 2021, grâce à l'augmentation des ventes de l'hygiène papier (+37%) et des produits détergents (+13.5%), néanmoins freinées par la baisse des ventes d'hygiène bébé (-13.3%) et d'hygiène féminine (-18.4%).

Par ailleurs, la croissance des ventes a été tirée par :

- Le lancement à succès de la deuxième ligne d'Azur Papier, entrée en production en mars 2021, dont les ventes représentent 6% des ventes consolidées au premier semestre 2021 contre 2% au premier semestre 2020 ;
- La croissance soutenue d'Azur Détergent, dont les ventes ont augmenté de 8% au premier semestre 2021 comparé au premier semestre 2020 ;
- La croissance des ventes de la filiale Ivoirienne de près de 24%, représentant 3% des ventes totales consolidées ;
- La contribution de la nouvelle filiale SAH Sénégal à hauteur de 3.1 millions de dinars dans les ventes du premier semestre 2021 ;
- Augmentation des prix de vente sur l'hygiène bébé pour absorber l'augmentation des prix des matières premières survenue en 2021

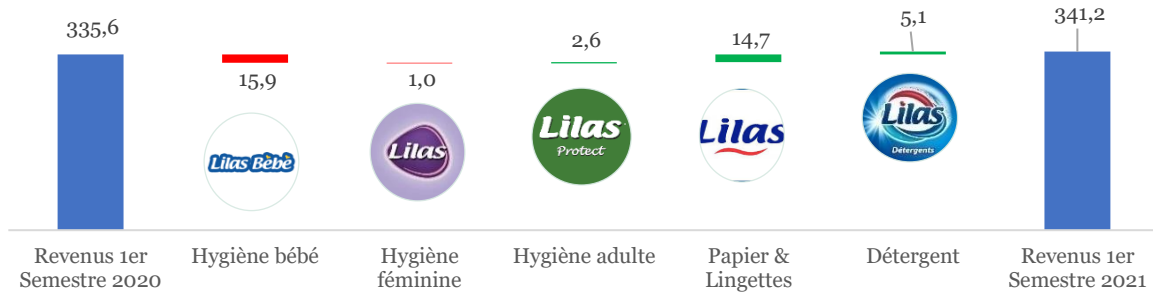
Outre l'impact de la Covid-19, les filiales Libyenne et Algérienne ont été négativement impactées par la forte dépréciation du Dinar Libyen par rapport au Dinar Tunisien et les interruptions répétées des importations vers l'Algérie à cause de la fermeture des frontières.

## Croissance des ventes\* par filiale (En millions de DT)



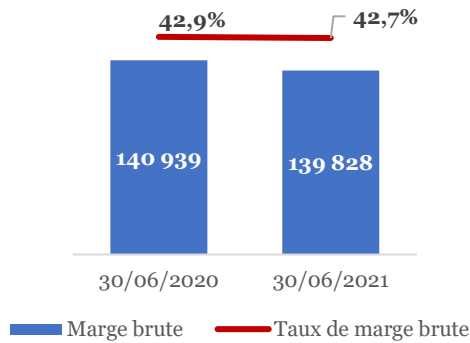
\* : Ventes consolidées hors rabais, remises et réductions

## Croissance des ventes\* par catégorie de produits (En millions de dinars)



\* : Ventés consolidées hors rabais, remises et réductions

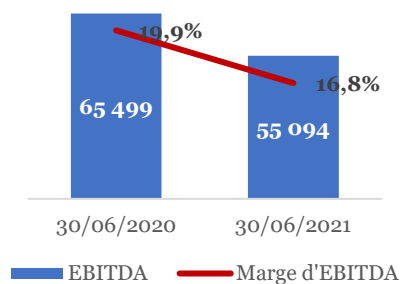
### Marge brute (En milliers de DT)



Au 30 Juin 2021, SAH reporte une marge brute de 139.8 millions de dinars contre une marge brute de 140.9 millions de dinars au 30 Juin 2020, soit une légère baisse de 1%. Le taux de marge brute a atteint 42.7% au 30 Juin 2021 contre 42.9% l'année précédente.

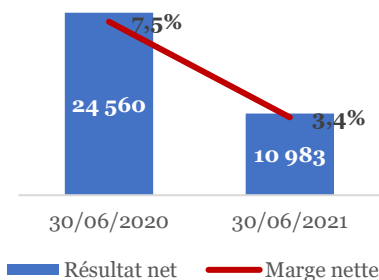
L'excédent brut d'exploitation (« EBITDA ») s'élève à 55.1 millions de dinars au 30 Juin 2021, soit une baisse de 16 %. La marge d'EBITDA a atteint 16.8% au 30 Juin 2021 contre 19.9% au 30 Juin 2020. Aussi, le groupe SAH a réussi à maîtriser sa rentabilité compte tenu de :

### EBITDA (En milliers de DT)



- L'augmentation exceptionnelle des prix de matières premières, causée par l'augmentation des prix du fret (pour cause de pénurie), la forte demande de papier à usage domestique et de matériaux d'emballage à la suite du développement exponentiel du commerce électronique (en période de pandémie) et la demande accrue des acteurs mondiaux après l'épuisement de leurs stocks, achetés par anticipation lors de la baisse observée en 2019/2020 ;
- L'augmentation des prix de vente de l'hygiène bébé afin d'absorber la flambée des prix des matières premières ;
- La hausse du coût de l'électricité locale, l'augmentation des charges liées au transport (Notamment le transport maritime vers la Libye en période de pandémie) ainsi que les frais marketing, impactant directement l'excédent brut d'exploitation ;

### Résultat net (En milliers de DT)



- **La performance exceptionnelle du groupe SAH au 30 Juin 2020 avec un EBITDA de 65.5 millions de dinars, soit une marge d'EBITDA de près de 20%. Une telle performance a été réalisée, en outre, grâce à l'augmentation des prix opérée à fin 2019 et la constitution de stocks de matières premières en période de baisse des prix.**

Le groupe SAH affiche un résultat net de près de 11 millions de dinars au 30 Juin 2021, soit une baisse de 55% par rapport au 30 Juin 2020, impacté directement par la baisse de l'EBITDA. La marge nette est de 3.4% comparé à une marge nette de 7.5% au 30 Juin 2020. Le résultat net du groupe est de 13.3 millions de dinars, soit une marge nette de 4%.

**A noter que, historiquement, le groupe SAH réalise ses plus fortes ventes et profitabilité durant le deuxième semestre de l'année (comparé au premier semestre). La croissance attendue au deuxième semestre 2021 sera aussi bien tirée par la saisonnalité que par la reprise de croissance du marché avec le recul de la pandémie.**

Aussi, le groupe SAH a pris certaines mesures concernant ses ventes, sa politique d'achat et le contrôle de ses coûts de fonctionnement pour atteindre ses objectifs de 2021 et mitiger l'effet de la hausse exceptionnelle des prix des matières premières, qui ont atteint un niveau jamais observé sur les 20 dernières années.

Le groupe SAH communiquera très prochainement ses réalisations au 30 Septembre 2021, montrant l'impact de ces mesures sur sa rentabilité.

## Indicateurs financiers consolidés après audit

En milliers de DT	30/06/2021	30/06/2020	Variation
Ventes	326,224	327,867	-1%
Autres produits d'exploitation	1,399	981	43%
<b>Total revenus</b>	<b>327,623</b>	<b>328,848</b>	<b>-0.4%</b>
Achats consommés	-187,796	-187,910	0%
<b>Marge brute</b>	<b>139,828</b>	<b>140,939</b>	<b>-1%</b>
Charges de personnel	-33,959	-31,383	8%
Autres charges d'exploitation	-50,775	-44,056	15%
<b>Excédent brut d'exploitation</b>	<b>55,094</b>	<b>65,499</b>	<b>-16%</b>
Amortissement & Provision	-24,427	-21,424	14%
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>30,667</b>	<b>44,076</b>	<b>-30%</b>
Charges financières et autres gains & pertes	-18,215	-18,688	-3%
Impôts & Taxes	-1,469	-828	77%
<b>Résultat net</b>	<b>10,983</b>	<b>24,560</b>	<b>-55%</b>
<b>Taux de marge brute</b>	<b>42.7%</b>	<b>42.9%</b>	
<b>Marge brute d'exploitation / EBITDA</b>	<b>16.8%</b>	<b>19.9%</b>	
<b>Marge d'exploitation / EBIT</b>	<b>9.4%</b>	<b>13.4%</b>	
<b>Marge nette</b>	<b>3.4%</b>	<b>7.5%</b>	

## 2- Prévisions 2021 & Perspectives 2022

Le groupe maintient ses objectifs pour l'année 2021 axés sur la consolidation de sa part de marché locale et régionale, l'exploration de nouveaux marchés à l'export ainsi que la diversification de sa gamme par le développement de l'activité de ses filiales :

- **Tunisie** : L'entrée en production de la deuxième ligne d'Azur Papier en mars 2021 et son impact sur la croissance des revenus, spécialement au deuxième semestre de l'année ;
- **Algérie** : L'entrée en production de la nouvelle machine essuie-tout et papier industriel est établie pour le quatrième trimestre 2021 ;
- **Libye** : L'entrée en production d'une ligne additionnelle d'essuie-tout et d'une nouvelle ligne couches bébé sont attendues pour le premier trimestre 2022 ;
- **Sénégal** : Les machines de production des couches bébés et serviettes de table sont entrées en production ;
- **Côte d'Ivoire** : L'installation de la machine pour la production d'essuie-tout est prévue au premier trimestre 2022.

Aussi, le groupe SAH continue sa lancée sur la voie de la diversification avec **le développement de sa gamme de produits cosmétiques**. Fort de son réseau de distribution, de son expérience industrielle et convaincu de la complémentarité des produits cosmétiques avec sa gamme de produits actuels, le groupe SAH investit le secteur des cosmétiques, quelque peu délaissé par les acteurs mondiaux en Tunisie et qui observe une forte croissance des importations. Le démarrage du projet est prévu pour le mois d'avril 2022 avec la commercialisation de **285 SKUs** incluant savon liquide, shampoing, après shampoing, gel douche et déodorant. Moyennant un CapEx limité, le groupe exploitera **les synergies déjà existantes avec sa gamme détergent**, à savoir le processus de production, la logistique (limitrophe au site de production d'Azur Détergent à El Zriba), le circuit de distribution et la force de vente.

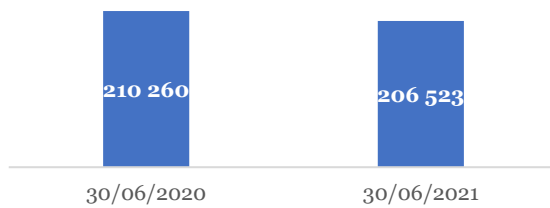
Le groupe SAH communiquera ultérieurement sur l'évolution et le lancement de sa gamme de produits cosmétiques.

Depuis sa création, le groupe SAH n'a cessé de croître et de se développer aux niveaux local et régional. Aujourd'hui, il est en phase d'être le **premier acteur global local, spécialisé dans l'hygiène bébé, l'hygiène féminine, l'hygiène du corps et l'hygiène maison**.

## 3- La Société SAH Tunisie

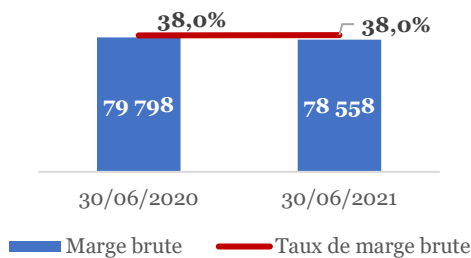
La Société d'Articles Hygienes « SAH » publie ses états financiers individuels arrêtés au 30 juin 2021 :

### Revenues (En milliers de DT)



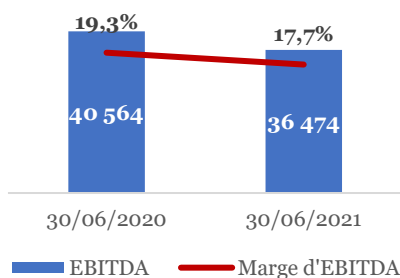
Au 30 Juin 2021, les revenus de la société SAH s'élèvent à 206.5 millions de dinars contre 210.3 millions de dinars au premier semestre 2020, soit une légère baisse de près de 2%. Les ventes locales et régionales ont légèrement diminué du fait de la perturbation de la demande rencontrée au niveau local et des difficultés liées à la logistique de l'exportation.

### Marge brute (En milliers de DT)



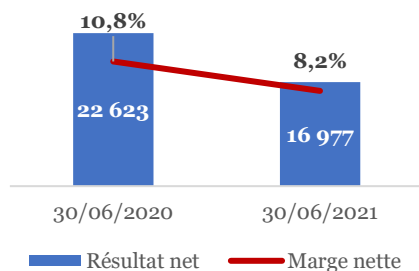
Cependant, la société a réussi à maintenir un taux de marge brute équivalent au premier semestre de 2020, à savoir 38%, grâce notamment à ses achats anticipés en matières premières. Aussi, la marge brute a atteint 78.6 millions de dinars au 30 Juin 2021 contre 79.8 millions de dinars au 30 Juin 2020.

### EBITDA (En milliers de DT)



La société SAH réalise un EBITDA de 36.5 millions de dinars au 30 Juin 2021, en baisse de 10% par rapport au premier semestre 2020. La baisse de l'EBITDA est la résultante de la diminution des revenus d'une part et la hausse des charges de personnel d'une autre part. La marge d'EBITDA est de 17.7% contre 19.3% au 30 Juin 2021.

### Résultat net (En milliers de DT)



Le résultat net de la société SAH a atteint 17 millions de dinars au 30 Juin 2021 contre 22.6 millions de dinars au 30 Juin 2020, soit une baisse de 25%, représentant une marge nette de 8.2%. Aussi, les charges financières ont enregistré une augmentation de 28%.

## 4- Covid-2019 – Note sur les états financiers et la continuité des opérations

Les états financiers du groupe SAH SA et de la société SAH SA ont été préparés durant les circonstances particulières se rattachant à la Covid-19 qui continue à sévir jusqu'à la date de la publication des états financiers. La direction générale confirme à ce propos que :

- Elle n'a procédé à aucun changement de méthode dans les estimations des montants devant être présentés dans les états financiers au 30 Juin 2021, comparés aux montants des précédents états financiers intermédiaires (au 30 juin 2020) ;
- Elle n'a bénéficié d'aucune mesure de soutien de la part du gouvernement. Le groupe a été en mesure d'honorer ses engagements sans avoir recours au rééchelonnement de la dette bancaire ;
- En l'absence de visibilité sur la manière dont l'épidémie se développera et quand elle se terminera, les conditions mondiales d'offre et de demande continueront d'être volatiles et imprévisibles pour le reste de l'année, avec un impact probable sur la performance compte tenu des coûts sanitaires, industriels, et logistiques additionnels. Le groupe reste cependant confiant grâce à la force de ses marques, la solidité de son bilan et la résilience de sa chaîne de valeur.
- Aucun évènement significatif postérieur à la fin de la période, ayant un impact sur la performance et la situation financière de groupe, n'a été constaté. Aussi, le groupe estime qu'il n'y a aucun risque sur la continuité de son exploitation.

-Fin -

### **A propos du groupe SAH**

Créé en 1994 par Jalila Mezni et Mounir El Jaiez, le groupe SAH est le leader tunisien dans la production d'articles hygiéniques, commercialisés sous la marque Lilas. Le groupe a commencé ses opérations avec la production de produits hygiéniques et s'est ensuite orienté vers la production de l'ouate de cellulose et en 2019, a lancé la production de produits détergents.

Le Groupe exploite des usines dotées de technologies de pointe et de lignes à grande vitesse, implantées en Tunisie, Libye, Algérie, Côte d'Ivoire et Sénégal.

### **Contact**

Khadija Cherif  
Directeur de la Communication et des Relations Investisseurs  
T: +216 71 809 222 | [cherif.k@lilas.com.tn](mailto:cherif.k@lilas.com.tn)