

Communiqué de presse

Communiqué de presse – Lupfig, le 25 mai 2010

Résultats de l'exercice 2009


Antalis: Position leader en dépit d'un chiffre d'affaires en baisse

Les conditions de marché dégradées de l'industrie papetière et la conjoncture économique difficile ont eu des conséquences négatives sur les chiffres d'Antalis en 2009. Les ventes ont enregistré un recul de 8,3 pour cent, ce qui correspond à la moyenne de la branche d'activité. Par conséquent, en recul de 10,1 pour cent, le chiffre d'affaires atteint 253,33 millions de CHF. Le résultat avant intérêts, taxes et amortissements (EBITDA) a baissé de 17,8 pour cent à 17,02 millions de CHF. Malgré ce contexte difficile, Antalis occupe toujours une position leader sur le marché suisse. En outre, le domaine de la RSE ouvre de nouvelles perspectives tournées vers le long terme grâce à des applications novatrices.

Conformes aux attentes, les résultats 2009 d'Antalis témoignent d'une situation économique tendue. Le ralentissement de la demande en papier a provoqué un recul des ventes de 8 pour cent, à 100'327 tonnages. En Suisse, ce chiffre représente une moyenne de la branche. Sans surprise, les résultats financiers confirment une baisse du chiffre d'affaires net qui passe donc à 253,33 millions de francs. La demande décroissante est causée par une combinaison de facteurs. Ceux-ci comprennent, entre autres, une nouvelle approche de la consommation de papier, notamment en matière d'économie et d'environnement, ainsi qu'un contexte économique tendu ayant entraîné des réductions de budgets marketing publicitaires. La chute des exportations et la crise de l'industrie automobile ont également influencé la demande en matériaux d'emballage.

Antalis a aussitôt réagi au cours de l'exercice écoulé en mettant en place un plan stratégique visant à réduire ses coûts. Alors que lors des années précédentes Antalis avait notamment effectué des investissements de remplacement et de renouvellement, en 2009, la société a surtout développé les projets apportant de la valeur ajoutée à ses clients. En investissant dans des processus innovants, par exemple, ou en apportant des améliorations aux interfaces des plates-formes de commande personnalisées. Les thèmes de la responsabilité sociale et du développement durable occupent également une place centrale dans le déploiement de la stratégie de l'entreprise. Divers projets réalisés au cours des dernières années témoignent de l'engagement d'Antalis envers la société. Ainsi, au 1^{er} trimestre 2010, à l'issue d'une phase de développement intense, l'entreprise a publié les profils LCA (Life Cycle Assessment). Ces profils écologiques indiquent l'impact environnemental d'un papier ou d'un service tout au long de son cycle de vie. Les nouveaux calculateurs carbone comptent également parmi les innovations développées au cours de l'année dernière. Ils permettent de calculer les émissions CO₂ d'un produit ou d'un service logistique. Avec ces offres, Antalis pose de nouveaux jalons en matière de transparence et confirme donc son engagement volontaire et permanent en termes de responsabilité sociale – qu'il s'agisse de ses produits ou de ses services.

En dépit des mesures prises rapidement pour réduire les coûts, le résultat avant intérêts, taxes et amortissements (EBITDA) a baissé de 17,8 % à 17,02 millions de CHF. Au final, le résultat opérationnel permet toutefois d'affirmer que l'entreprise se porte bien. Antalis a su réagir face à des conditions de marché particulièrement difficiles tout en



maintenant sa position leader sur le marché. Rassurée grâce à sa nouvelle stratégie de réduction des coûts, Antalis reste modérément optimiste pour cette année. «Nous sommes convaincus que nous allons renforcer notre position sur le marché grâce aux projets mis en place en 2009, notamment en matière de responsabilité sociale de l'entreprise. Cependant, il sera difficile de réaliser une performance opérationnelle supérieure à celle de 2008», a affirmé Jürg Pletscher, Managing Director d'Antalis Suisse.


Résultats Antalis Suisse 2006 à 2009

Données IFRS en TCHF

	2009	2008	2007	2006
Vente / tonnes	100'327	109'389	110'104	108'069
CA net	253'333	281'822	272'517	262'182
EBITDA	17'018	20'709	16'147	15'076
EBITDA (margin) %	6,7 %	7,3 %	5,9 %	5,8 %
Investissements	783	2'079	1'700	2'800
Nombre de collaborateurs (moyenne)	315.7	322.6	323.2	329.2

Groupe solide

Le chiffre d'affaires consolidé du groupe français Sequana, maison-mère d'Antalis, confirme une performance améliorée, malgré la crise. Si le chiffre d'affaires net du groupe s'est réduit de 15,6 pour cent, son résultat annuel avant intérêts, taxes et amortissements (EBITDA) a progressé de 0,3 pour cent, à 213 millions d'euros. Cette évolution positive s'explique par la finalisation du plan stratégique mis en place en 2007 qui a consisté à réduire les coûts de manière conséquente. A cela s'ajoutent la baisse des coûts des matières premières et la vente de tous les actifs non stratégiques et déficitaires.



Notes pour la rédaction : pour plus d'informations, merci de contacter:

Antalis SA
Yvonne Fertig-Nievergelt
Responsable marketing communication & product management
Industriestrasse 20
5242 Lupfig
www.antalisch.ch

Tél.: 056 464 51 11
Email: yvonne.fertig@antalisch.ch

A propos d'Antalis

Antalis, premier groupe européen de la distribution de supports de communication et de consommables bureautiques: papiers et médias spécifiques, emballages et articles d'hygiène ainsi que des produits destinés à la communication visuelle. Nous mettons à votre disposition nos compétences, notre savoir-faire, notre expérience large et variée, ainsi qu'une gamme de produits riche et diversifiée et une large palette de services constamment adaptés aux besoins de nos clients. Antalis emploie 7100 personnes dans le monde et compte plus de 300 collaboratrices et collaborateurs dans ses implantations nationales de Lupfig et Meyrin. En tant que partenaire fiable, satisfaire au mieux les exigences de nos clients est notre objectif premier. Nous nous engageons à appliquer une politique de responsabilité sociale de l'entreprise et à contribuer au développement durable en proposant des produits écologiques.

www.antalisch.ch www.greenpaper.ch