

DocID: 2527741

MediaID: 0026

Color: 0

Topic: 0050323.01 Size: 1998mm²

Order: 0050323

Category: Frontpage

Groupe Minoteries profite à plein de l'effet de rattrapage

Le titre a presque doublé de valeur en un an grâce à une progression régulière des résultats et une solide stratégie de croissance.



Groupe Minoteries profite à plein de l'effet de rattrapage

Le titre a presque doublé de valeur en un an grâce à une progression régulière des résultats et une solide stratégie de croissance.

YVES GENIER

Discrètement, le Groupe Minoteries est entrain de se tailler une confortable place en Bourse. En une année, la valeur de son action est passée de 128 francs début avril à 241 francs hier, soit une progression de 88,2%. Dans le même temps, l'indice SPI élargi progressait de 38,9%, c'est-à-dire deux fois moins vite malgré toute l'honorabilité de cette performance.

Malgré cette fulgurante progression, la seule étude récente consacrée à cette société, signée Brigitte Marti, de Swisstocks, en novembre dernier, qualifie cette société d'encore peu chère. A 14 fois les bénéfices attendus pour cette année, le cours de l'action se traite en dessous de la moyenne du secteur, malgré le rabais exigé par la faible liquidité du titre (une moyenne de quelques dizaines de transactions par jour).

Le contexte a certes soutenu le titre dans la progression, avec un marché en recherche constante de petites sociétés sous-évaluées et génératrices de rendements en croissance. Le Groupe Minoteries a su à cet égard se placer dans cette tendance avec un bénéfice en progression annuelle moyenne de 37% depuis 2001 pour atteindre 6 millions en 2004 (dernier exercice connu

dans son entier). Le premier semestre 2005 s'est achevé sur un bénéfice net en croissance de 26,7% à 3,3 millions de francs. Les chiffres du second semestre devraient être publiés aux alentours du 20 avril prochain.

La société a su positionner ses produits sur le marché

Malgré un marché de la minoterie suisse en stagnation, le groupe est à la fois parvenu à faire légèrement progresser le volume total de ses ventes et à accroître de manière plus conséquente sa rentabilité. Le chiffre d'affaires, qui se montait à 129 millions de francs (+4,5%) en 2004, a atteint 64,2 millions au premier semestre 2005, en hausse de 5,2% par rapport à la même période de l'exercice précédent. Ces chiffres donnent une part de marché de 25% au groupe.

Ces résultats en progression sont le fruit du positionnement des produits de la société. Celle-ci commercialise 90% de sa production annuelle (environ 125.000 tonnes de blé transformé) sous forme de produits de boulangerie. La moitié est écoluée en tant que production dite haut de gamme auprès des artisans sous le nom de Mino-farine, l'autre moitié est vendue auprès des boulangeries industrielles avec le label E-mill. Le 10% restant est vendu sous forme d'ali-

mentation sèche pour animaux avec la marque Biomill et vise le segment du haut de gamme.

L'organisation industrielle est l'autre grand levier de création de valeur. Installée principalement sur deux sites, à Granges-Marnand dans la Broye vaudoise, et à Goldach, aux portes de Rorschach (SG), celle-ci insiste sur les synergies à créer et à développer parmi ses différentes composantes. «Nous les développons sur les plans de la production, du contrôle de qualité, de l'intégration des managements et de la vérification systématique», indique Marc Müller, directeur général depuis l'été dernier. L'un des objectifs est la réduction des charges de logistique et de transport.

Le véritable défi sera l'insertion du groupe dans un marché en passe de s'ouvrir. Même numéro un avec Coop sur le marché suisse, Minoteries n'est jamais que dix fois plus petit que la moyenne de ses concurrents européens. «Nous pensons que le marché suisse prendra une forme similaire à celle de l'Allemagne du Sud», anticipe Marc Müller, qui se prépare activement à ce virage. Il a le temps, toutefois: la frontière ne doit en principe pas s'ouvrir avant 2011.



DocID: 2527777

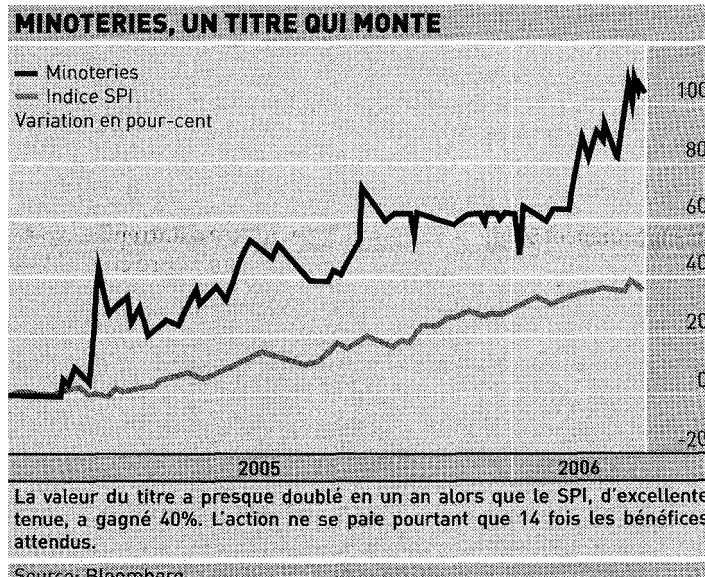
MediaID: 0026

Color: 0

Topic: 0050323.01 Size: 37892mm²

Order: 0050323

Category: Wirtschaft



DocID: 2527778

MediaID: 0026

Color: 0

Topic: 0050323.01 Size: 28530mm²

Order: 0050323

**MARC MÜLLER, DIRECTEUR
DU GROUPE MINOTERIES**

Le jeune directeur
du premier meunier du pays
(25% de parts de marché)
anticipe l'intégration
du marché du blé dans

le vaste espace européen,
mais pas avant 2011,
lors des prochaines étapes
des réformes de la politique
agricole suisse.
En attendant, le patron

cherche à accroître
l'efficacité industrielle
de son groupe en augmentant
les synergies. Les acquisitions
ne sont pas sa priorité.



Category: Wirtschaft

