

Matériaux de construction

Colorado fait encore les frais de la crise du BTP



Le top management de Colorado, lors de la présentation des résultats 2014.

Ph. Saouri

Le leader marocain de la peinture affiche des résultats financiers en baisse en 2014. Il espère améliorer ses revenus cette année à travers la diversification de ses activités.

Le repli de l'activité dans le secteur du bâtiment continue d'impacter les résultats de Colorado. L'entreprise a vu son chiffre d'affaires reculer de 1,3% en 2014 à 552,348 millions de DH. Le premier semestre avait été marqué par une baisse plus importante (2,4%) par rapport à la même période en 2013, année durant laquelle les revenus de la société avaient diminué de 3,5%. «La consommation du ciment a baissé de 5,4% en 2014 et les mises en chantier de 8%, soit 177.300 unités initiées», rappelle Abed Chagar, directeur général de Colorado, lors de la présentation des résultats 2014. le 2

du résultat net (-1,5% à 47,322 millions de DH) et du résultat financier, qui s'est amélioré de 14,7% à -8,07 millions de DH. Une évolution expliquée par la constatation de gains sur cessions des

titres et valeurs de placement (1,5 million de DH enregistrés en 2014 contre 0 en 2013). Le résultat non courant est ressorti également négatif à -2,46 millions de DH. Il s'est aggravé de 19,3% par rapport à 2013. Sur ce chapitre, les variations les plus importantes concernent la baisse des créances irrécouvrables (800.000 DH, contre 4 millions en 2013) et l'augmentation des provisions pour risque (4 millions contre 1,4 million en 2013).

Malgré ces baisses enregistrées au niveau des différents agrégats financiers, la marge brute sur achats consommés est passée de 44% du CA, à fin 2013, à 44,7% à fin 2014. Selon Abed Chagar, cette tendance s'explique principalement par l'amélioration du taux de marge, due à la baisse de prix de certaines matières premières. Mais en 2015, le top management anticipe une révision à la hausse des prix des intrants qui se situera entre 10 et 15%. La société compte distribuer des dividendes à hauteur de 48,6 millions de DH, soit 5,4 DH par action, dont 50% à titre exceptionnel. ■

Youssef Boufous

Croissance externe en Afrique

Si la peinture pour bâtiments (principal produit de Colorado) connaît une baisse de régime, les deux autres segments d'activité de l'entreprise restent «prometteurs», de l'avis du top management. Il s'agit du segment carrosserie et de la peinture industrielle. En 2015, le top management de l'entreprise espère réaliser une bonne évolution du chiffre d'affaires à l'export et sur le segment carrosserie.

logne et France), la région Mena (Algérie et Tunisie) et l'Afrique (Cameroun, Djibouti, Congo...) et fournit une douzaine de partenaires à l'international. Colorado nourrit aussi des ambitions de développement externe. «Nous avons des projets de croissance externe. Mais pas au Maroc. Il n'y a pas en effet de projets intéressants de fusion dans le royaume», précise le DG de la société. Ce dernier a indiqué que Colorado étu-

Fondation Banque Populaire Internet pour tous les sites abritant les classes Prépas



Une convention de partenariat a été signée, le 1^{er} avril, dans les locaux du lycée Mohammed V à Casablanca.

Les sites informatiques des lycées abritant les Classes préparatoires aux grandes écoles (CPGE) seront tous équipés en WiFi d'ici juin 2015. Ce projet, lancé par la Fondation Banque Populaire (FBP) en 2014, a déjà ciblé 10 centres. La Fondation prend également en charge l'abonnement de ces sites à Internet, et ce pour une durée de 3 ans. Une convention de partenariat a été signée le 1^{er} avril, dans les locaux du lycée Mohammed V à Casablanca, entre la Fondation Banque Populaire (FBP) et l'Académie régionale de l'éducation et la formation (AREF) du Grand Casablanca. «Cette opération entre dans le cadre des initiatives citoyennes entreprises par la FBP, en sa qualité d'acteur de référence en matière de soutien à l'éducation en général et à l'enseignement d'excellence en particulier», souligne la Fondation dans un communi-

qué. À noter que la FBP, créée en 1984, vise à contribuer à la promotion et au développement du champ socioculturel marocain et incarne la responsabilité sociétale et environnementale du Groupe Banque Populaire. Son intervention s'articule, aujourd'hui, autour de cinq axes prioritaires qui se rejoignent idéalement autour d'un projet

La société exporte vers plusieurs régions et fournit une douzaine de partenaires à l'international.