

■ **THEME 1 – UNE REDYNAMISATION APPRECIABLE DE L’ACTIVITE, A CONSOLIDER SUR LES PROCHAINS EXERCICES**

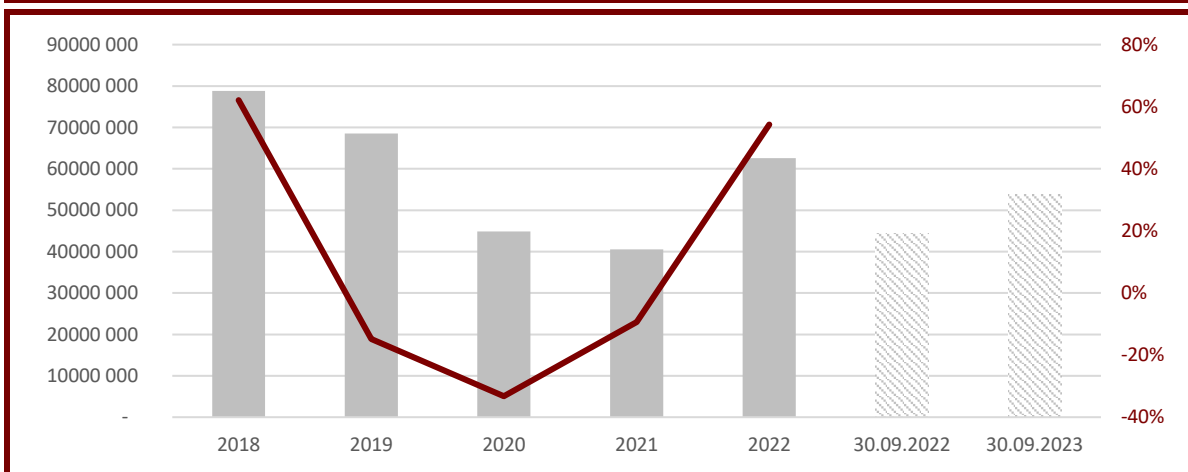
Créée en 2008, Metal Service Center est une filiale du groupe SOQUIBAT et spécialisée dans la fabrication de produits en acier. De la production de lames rideaux, tôles, feuillards ou encore d’accessoires, la société s’est dotée, durant ses années d’existence, d’une panoplie de solutions en réponse à un besoin de croissance.

MSC propose une gamme variée de services de découpage, comprenant le découpage sur mesure, le découpage plasma, le cisailage, le pliage, ainsi que le refendage, afin de répondre à tous les besoins de sa clientèle en matière de formats standard et spécifiques. Jouissant d’une position de leader sur le marché tunisien de l’acier, la société commercialise ses produits à travers une réponse à la demande contractée par un client ou encore sur les points de vente de sa société mère, SOQUIBAT.

La société SOQUIBAT privilégie principalement les produits fournis par MSC, érigeant, ainsi, MSC au rang de son principal fournisseur. Cette alliance se traduit par une contribution significative au chiffre d’affaires de MSC, représentant 48,9% du total, soit 30,603 MTND sur un chiffre d’affaires total de 62,527 MTND en 2022. La relation dynamique entre SOQUIBAT et MSC est en pleine expansion, illustrée par une croissance significative de la contribution de la société mère au chiffre d’affaires de MSC. Cette contribution est passée de 34,7% en 2018 à 48,9% en 2022.

L’année 2018 a été une année exceptionnelle pour MSC en termes d’activité, où le chiffre d’affaires a enregistré une évolution de 62,3% en rythme annuel, atteignant 78,794 MTND. Ce dernier a, ensuite, affiché une tendance baissière (une moyenne de -19% sur la période 2019-2021, le portant à 40,573 MTND). Par ailleurs, les revenus du groupe ont réalisé, en 2022, un bond de 54,3% pour atteindre un chiffre d’affaires de 62,584 MTND. En effet, la société a fait face à un effet prix et volume de la principale matière première, en l’occurrence l’acier, naissant du conflit russo-ukrainien. Au terme des 9 premiers mois de l’exercice 2023, la société a réalisé un chiffre d’affaires de l’ordre de 53,732 MTND, soit une progression de 20,9% en glissement annuel.

Indice d’évolution du chiffre d’affaires

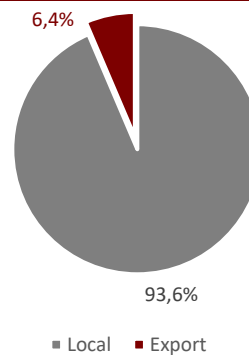




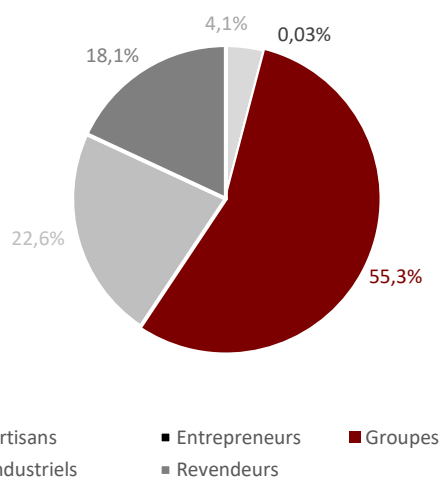
La société commercialise sa production principalement sur le marché local, où elle réalise 93,6% de son activité. Les produits de MSC, sur le marché tunisien, sont principalement destinés aux Groupes, qui accaparent 55,3% du CA local de la société en 2022. Viennent ensuite les Industriels et les Revendeurs, qui représentent respectivement 22,6% et 18,1% des revenus locaux. Le reliquat du CA local (4,1%) est destiné aux Artisans et aux Entrepreneurs.

Quant à la distribution à l'export (6,4% des ventes totales en 2022), elle se caractérise par une forte prépondérance des Groupes, représentant 93,8% des exportations de MSC, tandis que le secteur industriel y contribue à hauteur de 6,2%. Il est clair que le développement de l'export est encore à un stade précoce, nécessitant des efforts commerciaux importants afin d'optimiser les potentialités de ce marché.

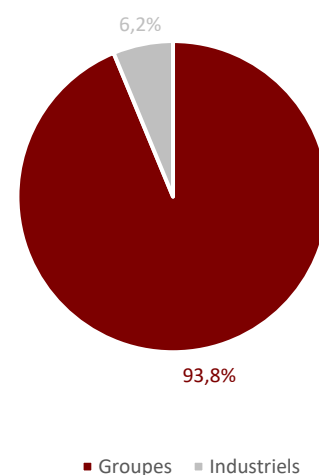
Répartition des revenus par marché



Structure des revenus sur le marché Local (2022)



Structure des revenus sur le marché Export (2022)

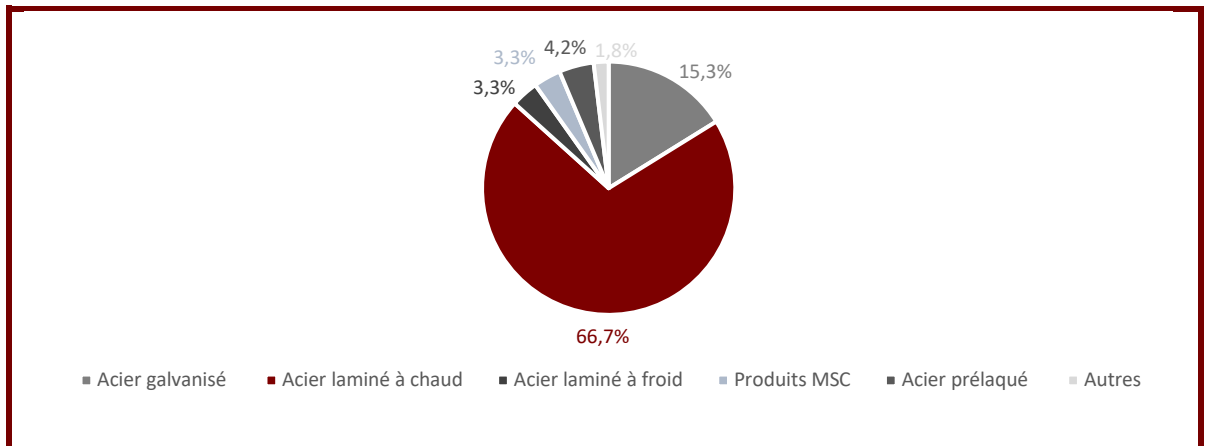


Le cœur de l'activité de MSC réside dans la production d'acier laminé à chaud, qui demeure la principale source de revenus de l'entreprise, contribuant à hauteur de 66,7% à son chiffre d'affaires en 2022. En second lieu, l'acier galvanisé constitue une part significative du chiffre d'affaires, représentant 15,3%. Par ailleurs, l'acier prélaqué occupe la troisième position, avec une



contribution de 4,2%, tandis que l'acier laminé à froid et les produits MSC dédiés affichent une part de 3,3% chacun. Enfin, la part réservée aux autres produits demeure marginale, représentant 1,8% du chiffre d'affaires de la société en 2022.

Répartition des revenus par gamme de produit (2022)



Après une période 2019-2020 marquée par la baisse de l'activité, exacerbée par la crise sanitaire du COVID-19, MSC a affiché une reprise appréciable, tirée par le marché local. Néanmoins, la mission de Notation juge essentielle la diversification de la clientèle de MSC, puisqu'une forte concentration a été observée chez un seul client, notamment sa société mère SOQUIBAT. De même, le développement du marché export représente un levier de croissance important à explorer par la société sur les prochains exercices, au regard des fragilités dont peut témoigner le marché local (stagnation de l'investissement industriel, situation difficile du BTP, ...). Diversification (marchés et gammes de produits) et gestion de la marge industrielle (cf. THEME 6) sont les leviers pour le développement d'un business model pérenne pour MSC.