



aluminium du maroc

1er producteur de profilés aluminium

Note d'information

Introduction à la Bourse de Casablanca
par augmentation de capital
par souscription en numéraire
de 103.908 actions et cession de 82.800 actions
au prix de 355 DH l'action.

Période de souscription du 12 au 16 octobre 1998

Prix de l'action

355 DH

ATTIJARI
Intermédiation

Chef de file du syndicat de placement

ATTIJARI
Finances Corp

Conseiller et coordinateur global

Visa du Conseil Déontologique des Valeurs Mobilières : conformément aux dispositions de l'article 14 du Dahir portant loi n°1-93-212 du 4 Rabia II 1414 (21 septembre 1993) relatif au Conseil Déontologique des Valeurs Mobilières (CDVM) et aux informations exigées des personnes morales faisant appel public à l'épargne, l'original de la présente Note d'Information a été soumis à l'appréciation du CDVM qui l'a visé sous référence n° 24/98, le 29 septembre 1998.

Introduction en Bourse : une demande d'inscription à la cote officielle des titres, objet de la présente opération, a été adressée à la Bourse des Valeurs de Casablanca. Cette demande a été admise le 24 septembre 1998 et la première cotation aura lieu le 27 octobre 1998.

ALUMINIUM DU MAROC



aluminium du maroc

Note d'information

**Introduction à la Bourse des Valeurs de Casablanca
par augmentation de capital par souscription en numéraire
de 103.908 actions et cession de 82.800 actions
au prix de 355 Dh l'action**

Période de souscription du 12 octobre au 16 octobre 1998

ATTIJARI
finances Corp

Conseiller et coordinateur global

Conseiller et coordinateur global

ATTIJARI
Intermédiation

Chef de file du syndicat de placement

Chef de file du syndicat de placement

Visa du Conseil Déontologique des Valeurs Mobilières : Conformément aux dispositions de l'article 14 du Dahir portant loi n° 1-93-212 du 4 rabia II 1414 (21 septembre 1993) relatif au Conseil Déontologique des Valeurs Mobilières (CDVM) et aux informations exigées des personnes morales faisant appel public à l'épargne, l'original de la présente note d'information a été soumis à l'appréciation du CDVM qui l'a visé sous la référence n°24/98, le 29 septembre 1998.

Introduction en Bourse : Une demande d'inscription à la cote officielle des titres, objet de la présente opération, a été adressée à la Bourse des Valeurs de Casablanca. Cette demande a été admise le 24 septembre 1998 et la première cotation aura lieu le 27 octobre 1998.

SOMMAIRE

PRINCIPALES ABREVIATIONS	6
GLOSSAIRE TECHNIQUE	6
<u>PARTIE I : RESPONSABLES DE LA NOTE D'INFORMATION & DU CONTROLE DES COMPTES</u>	11
<u>PARTIE II : PRESENTATION DE L'OPERATION</u>.....	15
I. CADRE ET OBJECTIFS DE L'OPERATION	17
1. CADRE DE L'OPÉRATION	17
2. OBJECTIFS DE L'OPÉRATION	18
II. CARACTERISTIQUES DES ACTIONS OFFERTES.....	19
1. RENSEIGNEMENTS RELATIFS AUX TITRES ADMIS	19
2. LES TITRES OBJETS DE LA PRÉSENTE OPÉRATION.....	19
3. POLITIQUE DE DISTRIBUTION DE DIVIDENDES.....	20
4. INDICATEURS FINANCIERS	20
6. DÉCLARATION DE FRANCHISSEMENT DE SEUIL.....	21
III. SYNDICAT DE PLACEMENT & MODALITES DE SOUSCRIPTION	22
1. BÉNÉFICIAIRES.....	22
2. PLANCHER ET PLAFOND DE SOUSCRIPTION.....	22
3. SOUSCRIPTIONS MULTIPLES.....	22
4. SYNDICAT DE PLACEMENT	23
5. IDENTIFICATION DES SOUSCRIPTEURS	23
6. RÈGLES D'ATTRIBUTION.....	24
7. MODALITÉS DE PUBLICATION DES RÉSULTATS DE L'OPÉRATION.....	24
8. MODALITÉS DE VERSEMENT DES SOUSCRIPTIONS.....	24
IV. FISCALITE DES VALEURS MOBILIERES A REVENUS VARIABLES OU ACTIONS.....	25
1. ACTIONNAIRES PERSONNES MORALES MAROCAINES PASSIBLES DE L'IMPÔT SUR LES SOCIÉTÉS	25
2. ACTIONNAIRES PERSONNES PHYSIQUES RÉSIDENTES AU MAROC	25
3. ACTIONNAIRES PERSONNES PHYSIQUES ET MORALES NON RÉSIDENTES AU MAROC.....	25
<u>PARTIE III : PRESENTATION DE ALUMINIUM DU MAROC</u>	27
I. RENSEIGNEMENTS GENERAUX	29
1. SIGNALÉTIQUE ENTREPRISE.....	29
2. PRÉSENTATION GÉNÉRALE	30
3. LA MAISON MÈRE	31
4. ÉVOLUTION RÉCENTE DU CAPITAL SOCIAL	32
5. RÉPARTITION DU CAPITAL SOCIAL ACTUEL	33
II. ADMINISTRATION ET CONTROLE.....	34
1. CONSEIL D'ADMINISTRATION	34
2. DIRIGEANTS DE LA SOCIÉTÉ ET PERSONNEL	34
2.1 Equipe dirigeante	34
2.2 Organigramme fonctionnel.....	36
2.3 Moyens humains.....	37
2.4 Contrôle interne et système d'information	37
III. ACTIVITE DE ALUMINIUM DU MAROC	39
1. HISTORIQUE	39
2. CADRE RÉGLEMENTAIRE	41
3. ACTIVITÉ ET CONCURRENCE.....	42
3.1. Le marché.....	42
3.2 Produits commercialisés	42

3.3 Ventes par process.....	4
3.4 Ventes par gamme	4
3.5 Activité export.....	4
3.6 Concurrence	4
4. ORGANISATION COMMERCIALE	4
4.1 Clientèle	4
4.2 Politique de prix	5
5. APPROVISIONNEMENTS	5
6. OUTILS ET PROCESSUS DE PRODUCTION	5
6.1 Organisation interne	5
6.2 Processus de production.....	5
6.3 Investissements	5
IV. LE MARCHÉ DE L'ALUMINIUM	60
1. PRODUITS ET PRINCIPAUX DÉBOUCHÉS	60
1.1 Produits	60
1.2 Débouchés	60
2. LE MARCHÉ	60
2.1 Principaux opérateurs	61
2.2 Production et consommation	61
2.3 Cours mondiaux	62
3. PERSPECTIVES DE LA DEMANDE MONDIALE.....	63
V. DIAGNOSTIC FINANCIER.....	66
1. ACTIVITÉ.....	66
1.1 Evolution globale	66
1.2 Activité par produit.....	68
1.3 Ventes par filière	69
2. ANALYSE DE LA RENTABILITÉ.....	70
3. STRUCTURE FINANCIÈRE	72
VI. COMMENTAIRES DE LA DIRECTION GENERALE	73
ACTIVITÉ.....	73
CONCURRENCE.....	74
ORGANISATION INTERNE.....	75
PERSPECTIVES.....	75
<u>PARTIE IV</u> : FACTEURS DE RISQUES - FAITS EXCEPTIONNELS OU LITIGES.....	77
I. FACTEURS DE RISQUES.....	79
1. RISQUES MONDIAUX.....	79
2. RISQUES NATIONAUX	79
II. FAITS EXCEPTIONNELS ET LITIGES	80
<u>PARTIE V</u> : ETATS ET METHODES COMPTABLES.....	81
I. PRINCIPALES METHODES COMPTABLES.....	83
II. COMPTES SOCIAUX DE ALUMINIUM DU MAROC	84
1. BILAN.....	84
2. COMPTE DE RÉSULTAT	86
3. ÉTAT DES SOLDES DE GESTION	87
4. TABLEAUX DE FINANCEMENT	88
5. TABLEAU DES TITRES DE PARTICIPATION AU 31/12/1997	88
6. TABLEAU D'AFFECTATION DU RÉSULTAT	89
7. SÛRETÉS RÉELLES REÇUES OU DONNÉES	89
8. ENGAGEMENTS DONNÉS OU REÇUS HORS OPÉRATIONS DE CRÉDIT BAIL	89
9. BIENS EN CRÉDIT BAIL.....	89
10. DATATION ET ÉVÈNEMENT POSTÉRIEURS	90
11. TABLEAU DES CRÉANCES ET DETTES DU BILAN AU 31/12/1997	90

12. TABLEAU DES PROVISIONS AU 31/12/1997	91
13. PLUS OU MOINS VALUES SUR CESSIONS OU RETRAITS D'IMMOBILISATIONS 1997	91
14. ETAT DES CRÉANCES DE L'ACTIF IMMOBILISÉ (EXTRAIT DU RAPPORT DE L'AUDITEUR).....	91
15. COMPTES COURANTS D'ASSOCIÉS	92
III. COMPTES SOCIAUX DES FILIALES	93
1. COMPTES SMA STRUCTAL.....	93
1.1 Bilan	93
1.2 Comptes de Produits et Charges	95
2. COMPTES AFRIC INDUSTRIES	96
2.1 Bilan	96
2.2 Comptes de Produits et Charges	98
3. COMPTES MANSART	99
3.1 Bilan	99
3.2 Comptes de Produits et Charges	101
4. COMPTES BELPROMO	102
4.1 Bilan	102
4.2 Comptes de Produits et Charges	104
5. COMPTES HAENDEL	105
5.1 Bilan	105
5.2 Comptes de Produits et Charges	107

PRINCIPALES ABREVIATIONS

A	: Ampère
BFR	: Besoin en fonds de roulement
BTP	: Bâtiments et Travaux Publics
CA	: Chiffre d'affaires
CAF	: Capacité d'autofinancement
CEP	: Compte d'exploitation prévisionnel
CGEM	: Confédération générale des entreprises marocaines
Dh	: Dirhams
DMLT	: Dettes à moyen et long terme
HT	: Hors taxes
IS	: Impôt sur les sociétés
ISO	: International Standardization for Organization
Kdh	: Milliers de dirhams
LME	: London Metal Exchange
Mdh	: Millions de dirhams
NF	: Norme française
P/B	: Price to Book (prix / actif net)
P/E	: Price Earning Ratio (prix / Bénéfice net)
P/CF	: Price to cash flow (prix / (résultat net + dotations aux amortissements))
PFI	: Prélèvement fiscal à l'importation
PVC	: Polyvinyle chloride
T.F.P.E.I.	: Taxe pour le financement de la promotion économique et de l'inspection des exportations
Tm	: Tonne métrique
TVA	: Taxe sur la Valeur Ajoutée
USD	: Dollars US
Vs	: Contre

GLOSSAIRE TECHNIQUE

Anodisation	: Procédé par lequel se crée à la surface du profilé en aluminium une couche protectrice d'alumine par électrolyse
Diffusance	: Procédé permettant la réflexion d'une source lumineuse en la diffusant dans toutes les directions grâce à la micro géométrie de surface
Extrusion	: Terme anglais signifiant filage
Gammiste	: Société achetant des gammes auprès d'un fabricant de profilés et les revendant auprès des menuisiers
Gamme	: Ensemble de profilés permettant après assemblage de constituer des structures métalliques dans le cadre de constructions
Mise en œuvre	: Rapport entre le poids entré et le poids sorti
Profilé	: Représente une barre de forme quelconque
Produits standards	: Produits normalisés tant en ce qui concerne les dimensions que les tolérances
Thermolaquage	: Procédé d'application d'une poudre thermodurcissable

Préambule

La présente Note d'Information a été établie par Attijari Finances Corp, conseiller des actionnaires de Aluminium du Maroc et coordinateur global de l'opération d'introduction en bourse de la société par la cession de 82.800 actions et l'augmentation de capital par souscription en numéraire de 103.908 actions.

Cette Note d'Information a été établie conformément aux dispositions du dahir portant loi n°1-93-212 du 21.09.1993 relatif au CDVM et aux informations exigées des personnes morales faisant appel public à l'épargne et de la circulaire 02/95 du CDVM du 20 mars 1995 relative à la Note d'Information exigée des personnes morales faisant appel public à l'épargne.

Cette Note d'Information ne constitue en aucun cas une sollicitation de souscription à l'opération.

Les personnes en la possession desquelles la présente Note d'Information viendrait à se trouver, sont invitées par Attijari Finances Corp. à s'informer et à respecter la réglementation dont ils dépendent en matière de souscription à ce type d'opération.

Enfin, les informations contenues dans le présent document, proviennent essentiellement :

- des liasses fiscales de la société relatives aux exercices 1994, 1995, 1996 et 1997 ;
- des rapports des commissaires aux comptes relatifs aux exercices 1994, 1995, 1996 et 1997;
- des rapports des auditeurs relatifs à l'exercices 1997 ;
- des commentaires et analyses recueillies auprès de la Direction Générale de Aluminium du Maroc par Attijari Finances Corp.

Attijari Finances Corp.
Octobre 1998

Avertissement

L'attention des investisseurs potentiels est attirée sur le fait qu'un investissement en valeurs mobilières comporte des risques et que la valeur de l'investissement est susceptible d'évoluer à la hausse comme à la baisse sous l'influence de facteurs internes ou externes à Aluminium du Maroc.

Les dividendes distribués par le passé ne constituent pas une garantie de revenus futurs. Ceux là sont fonction des résultats et de la politique de distribution des dividendes de Aluminium du Maroc.

Restriction

La présente opération est ouverte à toute personne physique ou morale dont la juridiction rend légale une telle souscription.

Chaque établissement membre du syndicat de placement n'offrira à la vente les titres, objet de la présente note d'information, qu'en conformité avec les lois et règlements en vigueur dans tout pays où il fera une telle offre.

Ni le Conseil Déontologique des Valeurs Mobilières, ni Aluminium du Maroc, ni Attijari Finances Corp. n'encourent de responsabilité du fait du non respect par un des membres du syndicat de ces lois et règlements.

**PARTIE I : RESPONSABLES DE LA NOTE D'INFORMATION
& DU CONTROLE DES COMPTES**

Aluminium du Maroc

A notre connaissance, les données de la présente Note d'Information sont conformes à la réalité. Elles comprennent toutes les informations nécessaires aux investisseurs potentiels pour fonder leur jugement sur le patrimoine, l'activité, la situation financière, les résultats et les perspectives de Aluminium du Maroc ainsi que sur les droits attachés aux titres offerts. Elles ne comportent pas d'omissions de nature à en altérer la portée.

Abdelouahed El Alami
Président

Les commissaires aux comptes

L'opération, objet de la présente note d'information a été décidée par l'assemblée générale extraordinaire qui s'est réunie le 22 juin 1998 conformément aux dispositions statutaires et aux procédures et règles de la législation marocaine en matière de droit des sociétés.

Par ailleurs, nous avons procédé à la vérification des informations financières et comptables données dans la présente Note d'Information en effectuant les diligences généralement admises et compte tenu des dispositions réglementaires en vigueur.

Les comptes sociaux clos le 31.12.1995, le 31.12.1996 et le 31.12.1997 ont fait l'objet de vérifications par nos soins et la sincérité des informations financières et comptables présentées n'appelle de notre part aucune observation.

Abdellatif BERNOSSI
Mohammed Youssef SEBTI
Experts comptables

Price Waterhouse

1. Nous avons audité le bilan, ci-joint, de la société Aluminium du Maroc, arrêté au 31 décembre 1997, le compte de produits et charges, l'état des soldes de gestion, le tableau de financement ainsi que les états d'informations complémentaires (ETIC) pour l'exercice clos à cette date. La préparation de ces états financiers relève de la responsabilité de la Direction de la société Aluminium du Maroc. Notre responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers, sur la base de notre audit.

A l'exception de ce qui est décrit au paragraphe 2 ci-dessous, nous avons effectué notre mission conformément aux normes internationales d'audit. Ces normes exigent que l'audit soit planifié et réalisé de manière à obtenir une assurance raisonnable que les états financiers ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit comprend l'examen, sur la base de sondages, des éléments probants qui justifient les montants et les informations contenus dans les états financiers. Un audit comprend aussi une appréciation des principes comptables utilisés des estimations significatives faites par la Direction ainsi qu'une appréciation de la présentation générale des états financiers. Nous estimons que nos travaux d'audit constituent un fondement raisonnable de notre opinion.

2. Notre mission d'audit n'ayant été confirmée qu'en mai 1998, nous n'avons pas assisté à la prise d'inventaire des stocks, ni au début ni à la fin de l'exercice, et en raison de l'éloignement de notre intervention par rapport au 31 décembre 1997, nous n'avons pas pu nous assurer par d'autres procédures des quantités en stocks à cette date. Par conséquent, nous ne sommes pas en mesure d'émettre un avis sur le compte de produits et charges, l'état des soldes de gestion et le tableau de financement de l'exercice ainsi que les stocks au 31 décembre 1997.

3. A notre avis, à l'exception de ce qui est décrit au paragraphe 2 ci-dessus, le bilan cité au premier paragraphe donne, dans tous ces aspects significatifs, une image fidèle du patrimoine et de la situation financière de la société Aluminium du Maroc au 31 décembre 1997, conformément aux principes comptables généralement admis au Maroc.
4. Les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 1996 n'ont pas fait l'objet d'un audit conformément aux normes internationales d'audit. Par conséquent, nous n'émettons pas d'avis sur ces comptes qui sont présentés uniquement à titre de comparaison.

Aziz Bidah
Auditeur externe

Attijari Finances Corp.

La présente Note d'Information a été préparée par nos soins et sous notre responsabilité. Nous attestons avoir effectué les diligences nécessaires pour nous assurer de la sincérité des informations qu'elle contient.

Rachid TLEMCANI
Administrateur Directeur Général

Responsables de l'information : M. Pierre CANDINI - Aluminium du Maroc. Tel : 09.35.02.17
M. Youssef ROUISSI - Attijari Finances Corp. Tel : 02.47.64.35 / 36

nier
e la
aux

dit
sur

h
ne

PARTIE II : PRESENTATION DE L'OPERATION

s

[
l

I. CADRE ET OBJECTIFS DE L'OPERATION

Présent sur le marché marocain depuis près de 20 ans, Aluminium du Maroc est l'unique producteur marocain de profilés d'aluminium et accompagne le développement du marché local avec des produits de qualité et des normes de production aux standards internationaux.

Aujourd'hui, la société souhaite aborder une seconde période de croissance en faisant appel au marché financier, afin d'élargir son tour de table à de nouveaux investisseurs, à même de contribuer à un développement régulier et durable de Aluminium du Maroc.

1. Cadre de l'opération

La cession de 82.800 actions Aluminium du Maroc a été autorisée par l'Assemblée Générale Extraordinaire qui s'est réunie le 22 juin 1998.

L'augmentation de capital par souscription en numéraire et introduction en bourse, a été décidée par l'Assemblée Générale Extraordinaire, tenue le 22 juin 1998.

Cette opération se traduira par l'émission de 103.908 actions nouvelles d'une valeur nominale de 50 Dh chacune, assorties d'une prime d'émission de 305 DH.

Les actionnaires actuels ont renoncé à leur droit préférentiel de souscription.

Toutes les actions, objet de la présente opération, seront dénommées Aluminium du Maroc 2^{ème} ligne (ADM 2^{ème} L).

Au terme de la présente opération, le capital de Aluminium du Maroc sera de 46.595.400 Dh composé de 931.908 actions de nominal 50 Dh se répartissant comme suit :

	Avant		Après	
	Nombre d'actions	% de contrôle	Nombre d'actions	% de contrôle
Holding SA	230 610	27,9%	207 549	22,3%
Sopinord	206 964	25,0%	186 268	20,0%
Rhenalu Pechiney	165 588	20,0%	149 029	16,0%
Pechiney MMA	63 000	7,6%	56 700	6,1%
Holding de participation et d'investissement du nord	45 342	5,5%	40 808	4,4%
Holding financier et d'investissement du détroit	45 348	5,5%	40 813	4,4%
Cofinord	41 400	5,0%	37 260	4,0%
Holding financier et d'investissement	29 700	3,6%	26 730	2,9%
Divers	48	0,0%	43	0,0%
Bourse				21,1%
Total	828 000	100,0%	931 908	100,0%

* dont 4.140 actions réservées au personnel au prix de 305 Dh par action

Les sociétés Holding SA, Sopinord, Holding de participation et d'investissement du nord, Holding financier et d'investissement du détroit, Cofinord et Holding financier et d'investissement regroupent notamment les participations détenues par le groupe El Alami dans les sociétés Aluminium du Maroc, Société Nationale de Robinetterie (SNR), Jacob Delafon et Industube qui interviennent dans la fabrication de produits à destination de l'industrie du bâtiment.

Pechiney constitue un groupe français d'envergure mondiale développant son activité partiellement en direction de l'industrie du bâtiment

2. Objectifs de l'opération

La présente opération permettra d'atteindre les principaux objectifs suivants :

- permettre aux petits porteurs et institutionnels d'accéder au capital du leader marocain dans la fabrication de profilés d'aluminium ;
- doter la société des moyens financiers nécessaires à la réalisation de son plan de développement dans les meilleures conditions d'opportunité et de flexibilité ;
- institutionnaliser et pérenniser la société à moyen et long terme ;
- renforcer la notoriété de Aluminium du Maroc.

En particulier, le produit de l'émission par augmentation de capital de 103.908 actions correspondant à un montant global de 36.887.340 Dh sera affecté à la réalisation du programme d'investissement envisagé par la société au cours de la période 1998-2000. Ce programme représente une enveloppe globale estimative de 48.832.000 Dh.

Le reliquat des investissements précités sera financé par les cash flows dégagés par la société.

II. CARACTERISTIQUES DES ACTIONS OFFERTES

1. Renseignements relatifs aux titres admis

Tous les titres portent le même droit de vote et sont dans leur totalité, nominatifs ou au porteur. Le secteur auquel ce titre est rattaché est celui de l'industrie métallurgique selon la nomenclature de la Bourse des Valeurs de Casablanca.

2. Les titres objets de la présente opération

Forme des actions

Les actions, objet de la présente opération sont au porteur, entièrement libérées, libres de tout engagement et ont une valeur nominale de 50 Dh. Ces actions seront dématérialisées.

Droits attachés

Chaque action confère à son détenteur un droit de vote aux Assemblées Générales et une part des résultats et de l'actif net de la société. Tous les titres portent le même droit de vote. Il n'existe pas d'action à droit de vote double ou multiple.

Jouissance

Les actions Aluminium du Maroc, objet de la présente opération se rattachant tant à la cession qu'à l'augmentation de capital, portent jouissance au 1^{er} janvier 1999 et confèrent à leurs détenteurs l'ensemble des droits et obligations qui leur sont attachés.

Nombre d'actions offertes

Le nombre total d'actions offert à la fois par cession et augmentation de capital est de **186.708** (cent quatre vingt six mille sept cent huit), cédé entièrement par le biais de la Bourse des Valeurs de Casablanca. Il se répartit comme suit : cession par les actionnaires actuels de 82.800 actions et augmentation de capital par souscription en numéraire de 103.908 actions.

Prix d'émission et montant global de l'opération

Le prix d'émission relatif aux titres Aluminium du Maroc est de 355 Dh par action, correspondant à une prime d'émission de 305 Dh par action de nominal 50 Dh.

Ce prix a été fixé par le Conseil d'administration, par délégation de l'Assemblée générale extraordinaire qui s'est tenue le 22 juin 1998.

La cession inclut 4.140 actions, réservées au personnel de la société au prix préférentiel de 305 Dh par action, qui se fera par cession directe au lendemain de la clôture de la période de souscription.

Le montant global de l'opération s'établit ainsi à **66.074.340 Dh** dont 36.887.340 Dh pour l'augmentation de capital et 29.187.000 Dh pour la cession des actions.

Négociabilité

Les actions objets de la présente Note d'information sont librement négociables.

Introduction en Bourse

Conformément au dahir portant loi relatif à la Bourse des Valeurs de Casablanca n° 1-93-211 du 23 septembre 1993, la société Aluminium du Maroc sera inscrite à la cote officielle de la Bourse des Valeurs de Casablanca, tel que modifié et complété par le dahir n°1-96-245 du 9 janvier 1997.

Concernant les titres Aluminium du Maroc 2^{ème} ligne issues de l'augmentation de capital, la cotation sera effectuée après la tenue de l'Assemblée de Sincérité qui se réunira le 26 octobre 1998.

Les actions seront négociées à compter de leur inscription à la cote officielle, le 27 octobre 1998.

Les actions seront libellées comme suit : Aluminium du Maroc 2^{ème} ligne par abréviation ADM 2^{ème} L.

Organisme chargé du service financier

La Banque Commerciale du Maroc est l'organisme désigné par la société en qualité de centralisateur chargé de la représenter auprès du dépositaire central, et d'exécuter pour son compte toutes opérations sur titres inhérentes aux actions émises.

Période et lieu de l'opération

La période de souscription est ouverte du 12 octobre 1998 au 16 octobre 1998, auprès des membres du syndicat de placement constitué à cet effet, à savoir : Banque Commerciale du Maroc et Attijari Intermédiation.

Condition de livraison des actions Aluminium du Maroc

Le règlement et la livraison des titres Aluminium du Maroc s'effectueront suivant les procédures en vigueur à cette date.

3. Politique de distribution de dividendes

Les statuts de Aluminium du Maroc (Article 36) prévoient une répartition des bénéfices nets comme suit :

- 5% au titre de la réserve légale jusqu'à la limite de 10% du capital social
- La somme nécessaire pour servir aux actionnaires à titre de premier dividende non cumulatif, un intérêt de 5% sur le montant libéré et non remboursé des actions
- Le solde est mis à la disposition de l'Assemblée Ordinaire qui détermine le pourcentage aux actionnaires et éventuellement les tantièmes alloués au Conseil d'administration.

	1995	1996	1997	1998
Résultat Net - Kdh	28 887	26 657	24 676	26.000 ⁽³⁾
Dividendes versés au titre de l'exercice - Kdh	22 080	17 250	17 250	34 500
Taux de distribution⁽¹⁾	56,6%	59,7%	64,7%	140,0%
Dividende par action - Dh⁽²⁾	26,7	20,8	20,8	41,6

(1) Dividendes versés en N / Résultats de N-1 - Résultats 1994 : 39 028 Kdh.

(2) sur la base de 828.000 actions au nominal de 50 Dh

(3) Estimation Aluminium du Maroc

4. Indicateurs financiers

Le tableau ci-joint présente les principaux indicateurs financiers de la société sur la période 1995 à 1997 :

	1995	1996	1997
Résultat net /Action (en Dh)	34,9	32,2	29,8
Fonds Propres⁽¹⁾ /Action (en Dh)	192,0	203,3	212,3
Prix d'introduction/Résultat net par action	-	-	11,9
Prix d'introduction/Actif net par action	-	-	1,7

sur la base de 828.000 actions au nominal de 50 Dh

(1) les fonds propres sont calculés avant distribution des dividendes

6. Déclaration de franchissement de seuil

« Toute personne physique ou morale, qui vient à posséder plus du vingtième, du dixième, du cinquième, du tiers, de la moitié ou des deux tiers du capital ou des droits de vote sur une société ayant son siège au Maroc et dont les actions sont cotées à la Bourse des Valeurs, informe cette société ainsi que le Conseil Déontologique des Valeurs Mobilières et la société gestionnaire dans un délai de 5 jours ouvrables à compter de la date de franchissement de l'un de ces seuils de participation, du nombre total des actions de la société qu'elle possède, ainsi que du nombre de titres donnant à terme accès au capital et des droits de vote qui y sont rattachées.

Elle informe en outre, dans les mêmes délais, le Conseil Déontologique des Valeurs Mobilières des objectifs qu'elle a l'intention de poursuivre au cours des douze mois qui suivent lesdits franchissements de seuils.

Les obligations d'information destinées au Conseil Déontologique des Valeurs Mobilières telles que prévues au précédent alinéa doivent être remplies selon les modalités fixées par ledit conseil et préciser notamment si l'acquéreur envisage :

- d'arrêter ses achats sur la valeur concernée ou les poursuivre ;
- d'acquérir ou non le contrôle de la société concernée
- de demander sa nomination en tant qu'administrateur de la société concernée.

Le Conseil Déontologique des Valeurs Mobilières porte les informations visées à l'alinéa précédent à la connaissance du public selon les modalités précisées dans le règlement général visé à l'article 7 ci-dessus. »
(Dahir portant loi n°1/93/211 du 21 septembre 1993 relatif à la Bourse des Valeurs tel que modifié par la loi n°34-96 du 9 janvier 1997, Chapitre IV - Article 68 ter)

« Toute personne physique ou morale possédant plus du vingtième, du dixième, du cinquième, du tiers, de la moitié ou des deux tiers du capital ou des droits de vote sur une société ayant son siège au Maroc et dont les actions sont inscrites à la cote de la Bourse des Valeurs, et qui vient à céder tout ou partie de ces actions ou de ces droits de vote, doit en informer cette société ainsi que le Conseil Déontologique des Valeurs Mobilières et la société gestionnaire dans les mêmes conditions que celles visées à l'article 68 ter ci-dessus, s'il franchit à la baisse l'un de ces seuils de participation.

Le Conseil Déontologique des Valeurs Mobilières porte les informations visées à l'alinéa précédent à la connaissance du public selon les modalités précises dans le règlement général visé à l'article 7 ci-dessus. »

(Dahir portant loi n°1/93/211 du 21 septembre 1993 relatif à la Bourse des Valeurs tel que modifié par la loi n°34-96 du 9 janvier 1997, Chapitre IV - Article 68 quater)

Les modalités d'application des dispositions susmentionnées sont fixées par la circulaire du CDVM n°08/97 du 12 décembre 1997.

III. SYNDICAT DE PLACEMENT & MODALITES DE SOUSCRIPTION

1. Bénéficiaires

L'opération objet de la présente note d'information s'adresse à un large public d'investisseurs composé aussi bien de petits porteurs que d'institutionnels et ce, dans les proportions suivantes :

- **tranche 1** : 93.354 actions, soit la moitié des actions objet de l'opération, réservées aux personnes physiques marocaines ou étrangères, résidentes au Maroc ou à l'étranger ainsi qu'aux personnes morales non institutionnelles, résidentes ou non au Maroc, dont 4140 actions sont réservées au personnel de Aluminium du Maroc au prix préférentiel de 305 dirhams;
- **tranche 2** : 93.354 actions, soit la moitié des actions objet de l'opération, réservées aux investisseurs institutionnels nationaux et étrangers : la Caisse de Dépôt et de Gestion (CDG), les Organismes de Placement Collectifs en Valeurs Mobilières (SICAV et FCP), les compagnies d'assurances et de réassurances, les fonds d'investissements, les caisses de retraite, les fonds de pension et les établissements de crédit.

Les souscriptions sont toutes en numéraire, quelque soit la catégorie des souscripteurs.

Si le volume des souscriptions de la tranche 1 n'est pas entièrement souscrit, le reliquat disponible est affecté à la tranche 2.

De même, si le volume des souscriptions de la tranche 2 ne correspond pas à la totalité des titres offerts, la différence est attribuée à la tranche 1.

2. Plancher et plafond de souscription

Un plancher de souscription est institué uniquement pour la tranche 1, et est fixé à 30 (trente) actions Aluminium du Maroc par souscripteur.

Les plafonds de souscription suivants sont institués pour les deux tranches :

- **Tranche 1** : 1.000 actions maximum par souscripteur;
- **Tranche 2** : 10.000 actions maximum par souscripteur.

3. Souscriptions multiples

Les souscriptions multiples, c'est à dire les souscriptions effectuées auprès de plus d'un membre du syndicat de placement, sont interdites et sont frappées de nullité dans leur intégralité et leur globalité.

Tout souscripteur, personne physique ou morale, n'est autorisé à souscrire que pour son propre compte, et chaque souscription doit être accompagnée d'une identification conforme aux dispositions prévues au paragraphe ci- dessous.

Tout bulletin de souscription doit être dûment signé par le souscripteur.

A l'issue de l'allocation, les titres doivent être logés dans le compte titres du souscripteur. Les personnes physiques ne sont pas autorisées à souscrire au nom de leurs enfants mineurs.

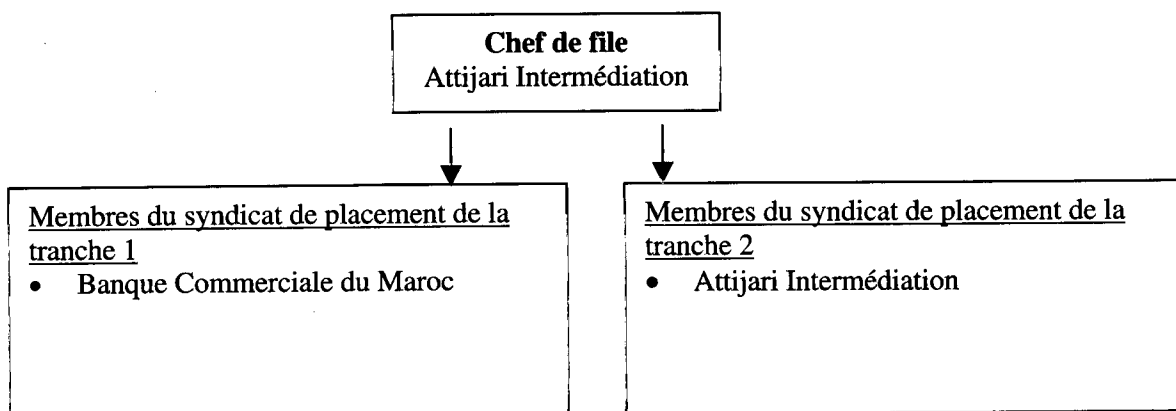
En cas de non respect de la présente disposition, le chef de file se réserve le droit de considérer les dites souscriptions non recevables dans leur intégralité.

Les membres du syndicat de placement doivent s'assurer, préalablement à l'acceptation d'une souscription, que le souscripteur a la capacité financière d'honorer ses engagements.

4. Syndicat de placement

La centralisation de l'opération est confiée à Attijari Intermédiation, chef de file de la présente opération et à la Banque Commerciale du Maroc.

Pour cette opération, un compte spécial sera ouvert auprès de cette dernière.



5. Identification des souscripteurs

Les membres du syndicat de placement doivent s'assurer de l'appartenance du souscripteur à l'une des catégories définies dans le tableau ci-après. A ce titre, ils doivent obtenir copie du document qui l'atteste et la joindre au bulletin de souscription.

Catégorie du souscripteur	Document attestant son appartenance à cette catégorie
<u>Tranche 1</u>	
Personnes physiques résidentes et ressortissants marocains à l'étranger	Photocopie de la carte d'identité nationale
Personnes physiques résidentes et non marocaines	Photocopie de la carte de résident
Personnes physiques non résidentes et non marocaines	Photocopie des premières pages du passeport
Personnes morales résidentes et non institutionnelles	Photocopie du registre du commerce Numéro de patente
Personnes morales non résidentes et non institutionnelles	Tout document faisant foi dans le pays d'origine et attestant de l'appartenance à la catégorie
Associations	Photocopie des statuts Autorisation d'exercer
<u>Tranche 2</u>	
Investisseurs institutionnels nationaux	Photocopie du registre de commerce
Investisseurs institutionnels étrangers	Tout document faisant foi dans le pays d'origine et attestant de l'appartenance à la catégorie
OPCVM	Photocopie de la décision d'agrément

Toutes les souscriptions qui ne respectent pas les conditions ci-dessus seront frappées de nullité.

6. Règles d'attribution

- **Tranche 1**

Un nombre minimum de 30 actions sera servi en priorité, dans la limite des titres disponibles.

Si le nombre de souscripteurs dépasse 2.973, ce nombre minimum de 30 actions ne pourra être servi.

Dans ce cas, les souscripteurs recevront chacun un nombre d'actions égal au nombre total d'actions réservé à la tranche 1* (89.214 actions) rapporté au nombre de souscripteurs.

Dans le cas où le nombre minimum par souscripteur de 30 actions est servi, toutes les demandes seront ensuite satisfaites graduellement par palier d'une action jusqu'à hauteur de 1000 actions par souscripteur, dans la limite des titres disponibles.

- **Tranche 2**

Il n'y a pas de minimum. Le nombre d'actions attribuées sera alloué au prorata des demandes dans la limite de 10.000 actions par souscripteur.

7. Modalités de publication des résultats de l'Opération

Les résultats seront publiés au Bulletin de la cote de Casablanca le mercredi 21 octobre 1998, et communiqués à la presse lors d'une conférence tenue à cet effet.

8. Modalités de versement des souscriptions

Les versements correspondants aux souscriptions des titres Aluminium du Maroc et provenant de l'augmentation de capital seront versés au compte augmentation de capital ouvert auprès de la BCM.

Les versements correspondants aux souscriptions des titres Aluminium du Maroc et provenant de la cession seront versés au compte de la société ouvert auprès de la BCM.

* Hors 4.140 actions réservées au personnel de Aluminium du Maroc.

IV. FISCALITE DES VALEURS MOBILIERES A REVENUS VARIABLES OU ACTIONS

Le régime fiscal s'appliquant aux valeurs mobilières objet de la présente opération est celui de droit commun actuellement en vigueur au Maroc.

1. Actionnaires personnes morales marocaines passibles de l'impôt sur les sociétés

Les **produits de participation et assimilés** distribués par des sociétés relevant de l'impôt sur les sociétés bénéficient d'un abattement de 100% conformément à l'article 9 du Dahir 1-86-239 du 31.12.1986 portant loi n°24-86 instituant un impôt sur les sociétés.

Conformément à l'article 12 de la loi de finances N°8-96, promulguée par le dahir n° 1-96-77 du 29.06.1996 complétant l'article 8 de la loi de finances transitoire n°45-95, modifiant et complétant l'article 19 du dahir n° 1-86-239 portant promulgation de la loi n°24-86 instituant un impôt sur les sociétés, les plus values de cession des titres de participation bénéficient :

- d'un abattement de 0% si la durée de détention des titres est inférieure ou égale à deux ans ;
- d'un abattement de 25% si cette durée est supérieure à 2 ans et inférieure ou égale à 4 ans ;
- d'un abattement de 50% si cette durée est supérieure à 4 ans et inférieure ou égale à 8 ans ;
- d'un abattement de 70% si cette durée est supérieure à 8 ans ;
- de l'exonération totale si la société s'engage par écrit à **réinvestir** le produit global des cessions effectuées au cours d'un même exercice, dans le délai maximum de trois années suivant la date de clôture dudit exercice, en biens d'équipement ou en immeubles réservés à la propre exploitation professionnelle de la société. Toutefois, lorsqu'il s'agit de terrains non bâtis acquis dans le cadre du réinvestissement précité, l'exonération prévue ci-dessus est subordonnée à l'affectation desdits terrains à la propre exploitation professionnelle de la société ou à l'édification de constructions destinées au même usage. En outre, la société intéressée doit s'engager par écrit à **conserver** lesdits biens et immeubles dans son actif pendant un délai de cinq ans qui court à compter de la date de leur acquisition.

Toutefois, par dérogation instituée par l'article 12 de la loi de finances 8-96 pour l'année budgétaire 1996-1997, sont soumis, sur option, à l'impôt sur les sociétés au taux réduit libératoire de 15%, les profits réalisés, en cours d'exploitation, par la société et résultant de cessions d'actions, parts ou titres de participation faisant partie des immobilisations financières de ladite société. Pour bénéficier des dispositions qui précèdent, la société doit, dans le mois qui suit celui de la cession :

- Produire une demande d'option pour l'application du taux libératoire visé ci-dessus. Toutefois cette option s'applique à l'ensemble des opérations de cessions d'actions, de parts ou de titres de participation réalisées par la société au cours de l'exercice comptable concerné ;
- verser le montant de l'impôt exigible au percepteur du lieu du siège social ou du principal établissement de la société sur bordereau établi par l'administration fiscale. La société doit également produire, suivant le modèle établi par l'administration fiscale, la déclaration de l'ensemble des profits résultant des cessions précitées et ce, dans le mois suivant la date de clôture de l'exercice concerné.

2. Actionnaires personnes physiques résidentes au Maroc

Les **dividendes des actions** offertes dans le cadre de la présente opération sont soumis à une retenue à la source de 10%, au titre de la taxe des produits des actions, avec un abattement de 50% pour les personnes physiques résidentes au Maroc produisant une attestation de propriété, et ce, conformément aux dispositions de l'article 81 du dahir portant loi n° 1-93- 211 du rabia II 1414 (21 septembre 1993) relatif à la Bourse des Valeurs. La disposition citée est valable jusqu'au 6 octobre 1998.

Cependant, cette disposition ne s'applique que lorsque la société distributrice de dividendes est cotée pendant au moins 6 mois au cours de l'exercice auquel se rapportent ces dividendes. Cette disposition n'est pas cumulable avec d'autres abattements.

Les **plus-values** de cession sur les titres cotés à la Bourse des Valeurs Casablanca sont exonérées d'impôts, conformément à l'article 15, quater de la loi de finances n°8-96 pour l'année budgétaire 1996/1997.

3. Actionnaires personnes physiques et morales non résidentes au Maroc.

Les **dividendes** d'action sont soumis à une retenue à la source de 10%. La taxe sur les **plus-values** de cession de titres de sociétés cotées ne s'applique pas.

PARTIE III : PRESENTATION DE ALUMINIUM DU MAROC

I. RENSEIGNEMENTS GENERAUX

1. Signalétique entreprise

Dénomination sociale	Aluminium du Maroc
Siège social	Zone industrielle du Moghogha, route de Tétouan, Tanger, Maroc
Téléphone	09.35.02.17
Fax	09.35.17.24
Forme juridique	Société Anonyme régie par le dahir du 11/08/1922. Les statuts de la société seront mis en harmonie avec les dispositions de la loi n°17/95 sur les sociétés anonymes au début de l'année 1999.
Date de constitution	1976
Durée de vie	99 ans
N° de registre du commerce	3111
Exercice social	Du 1 ^{er} janvier au 31 décembre
Objet social (Article 3 des statuts)	<p>« - la fabrication de demi produits filés en aluminium et ses alliages par extrusion, le traitement de ces produits par anodisation ou tout autre procédé, leur commercialisation en général ;</p> <p>- la création, l'acquisition la prise à bail et l'exploitation de tous établissements industriels, commerciaux ou autres dont la société pourra avoir besoin ainsi que de tous matériels et mobiliers nécessaires à la fabrication et à la commercialisation de ses produits ;</p> <p>- et généralement toutes opérations commerciales, industrielles, mobilières, immobilières et financières se rattachant aux objets ci-dessus spécifiés ou pouvant leur être utiles ou en faciliter la réalisation, le tout tant au Maroc qu'à l'étranger. »</p>
Capital social actuel	41.400.000 Dh composé de 828.000 actions au nominal de 50 Dh
Documents juridiques	Les actionnaires peuvent consulter Statuts, Procès verbaux des Assemblées Générales et rapports des commissaires aux comptes au siège social de Aluminium du Maroc et à l'adresse ci-dessus indiquée.
Assemblées générales	Les Assemblées Générales sont convoquées par le Conseil d'Administration. Y sont invités tous les actionnaires de Aluminium du Maroc sans aucune distinction.
Déclaration de franchissement de seuil spécifique	Il n'y a aucune disposition statutaire spécifique en termes de déclaration de franchissement de seuil. Les actionnaires sont soumis aux obligations de déclarations prévues par les articles 68 ter et quater du Dahir portant loi n° 1-93-211 tel que modifié par la loi n° 34-96 du 9 janvier 1997.

2. Présentation générale

Créée en 1976, la société Aluminium du Maroc a pour objet la fabrication de profilés d'aluminium à destination de l'industrie du bâtiment et travaux publics, et tubes d'irrigation.

Implantée à Tanger sur un site d'environ 43.000 m² (dont 6.500 m² couverts), la société dispose d'un outil de production d'une capacité de 7.000 tonnes pour la fabrication de profilé brut, avec des capacités additionnelles de 4.000 tonnes pour le traitement de surface (thermolaquage et anodisation), et assure annuellement une production moyenne d'environ 2.200 tonnes dont 150 tonnes à l'export.

Aluminium du Maroc développe son activité principalement en direction du marché domestique : gammistes et menuisiers, et commercialise sa production sur l'ensemble du territoire notamment par le biais de son agence commerciale sise à Aïn Sebâa – Casablanca.

Cette dernière exerce une activité de « gammiste », et assure la distribution auprès de menuisiers de systèmes complets de qualité supérieure. Elle permet à la société d'implanter sur le marché des normes supérieures en termes de qualité, et de faire face de manière compétitive à la concurrence potentielle des produits importés.

Par ailleurs, Aluminium du Maroc s'oriente également vers l'export et dispose d'une clientèle de référence composée de gammistes européens (Kawneer, Alunion, Profils Systèmes, General Impex) lui permettant d'accroître progressivement ses volumes d'activité, enrichir son portefeuille clientèle, mais aussi, améliorer son niveau de savoir faire.

Unique opérateur industriel marocain dans le domaine de la fabrication de profilés d'aluminium, la société dispose d'une position de leadership sur son marché. (cf. Partie III. III 3.6.)

Aluminium du Maroc détient également des participations dans deux sociétés industrielles: **Structal** et **Afric Industries**, respectivement dédiées à :

- la menuiserie pour façades, murs rideaux... ;
- la production de ruban adhésif et papier abrasif.

Créée en 1987, **Structal** est implantée à Berrechid, et a pour objet d'effectuer toutes prestations de menuiserie pour murs rideaux, à partir des profilés fabriqués par Aluminium du Maroc, ainsi que de profilés bâtiment de marque Rinaldi Structal.

Détenue à hauteur de 20% par la société Rinaldi Structal (France), elle emploie environ 40 personnes.

Créée en 1982, **Afric Industries** a été acquise en 1993 par le groupe El Alami et a pour objet la fabrication de ruban adhésif et papier abrasif.

La société est implantée sur la zone industrielle de Tanger sur une superficie totale (couverte) de 5.250 m², et dispose d'une capacité de production annuelle de 1,5 millions de m² lui permettant de consolider ses positions de marché, et un développement de ses exportations (Europe, Moyen orient, Maghreb). L'effectif employé s'établit à 120 personnes.

Aluminium du Maroc détient par ailleurs des participations dans trois sociétés à vocation immobilière :

- **Mansart**, exploitant un hangar de stockage d'une superficie de 2.812 m² sis à Aïn Sebâa.
- **Belpromo** et **Haende** propriétaires de terrains nus de superficies avoisinant 10.580 et 1.479 m², situés respectivement à Aïn Sebâa – Casablanca et Tanger.

Aluminium du Maroc emploie **132** personnes.

3. La maison mère

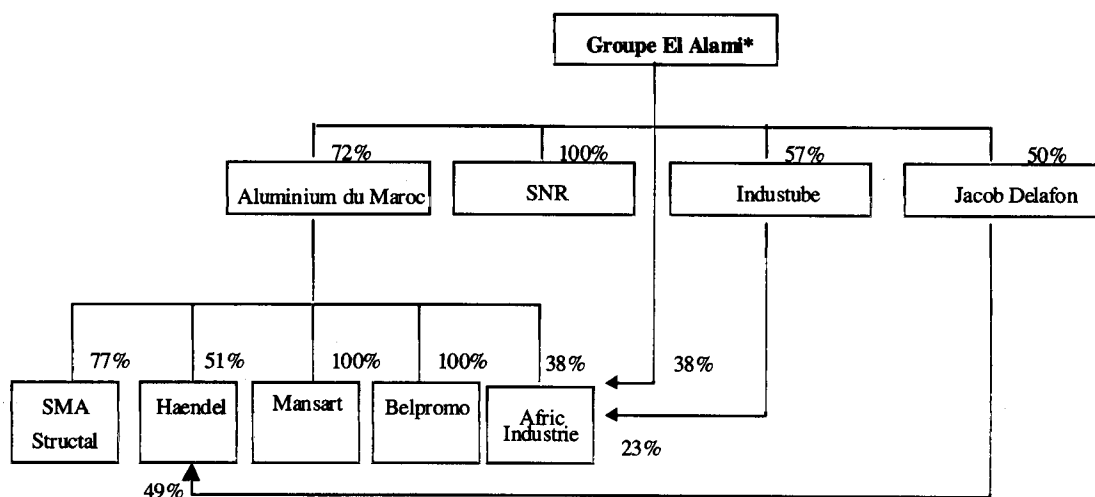
Le groupe El Alami se compose de 6 sociétés à vocation industrielle détenues à travers des holdings de participation, et développe son activité principalement en direction du marché du BTP.

Le groupe développe une logique de contrôle majoritaire des sociétés détenues, et de partenariat avec des opérateurs industriels internationaux de référence.

Ces derniers accompagnent, en effet, les différentes sociétés du groupe depuis leur création, et prennent une part active dans la gestion et l'appui technique.

Une telle stratégie a permis, de manière générale, d'acquérir des positions concurrentielles dominantes à travers des produits compétitifs et des process de production maîtrisés.

L'organigramme général de contrôle se présente comme suit :



* Holding SA, Sopinord, Holding de participation et d'investissement du nord, Holding financier et d'investissement du détroit, Cofinord, et Holding financier et d'investissement

Créée en 1949, la Société Nationale de Robinetterie (SNR) assure la fabrication de produits de robinetterie ainsi que des accessoires de produits sanitaires (vidanges en laiton, colonnes de douche, raccords, mélangeurs).

Les produits de SNR sont fabriqués sous la marque Jacob Delafon, initialement présente dans le capital de la société, et répondent aux normes de fabrication de cette dernière.

Implantée à Benslimane sur une superficie de 17.000 m² (dont 4.500 m² couverts), la société dispose d'une capacité de production de 700.000 têtes par an.

Depuis le début des années 90, SNR a dû faire face à un ralentissement de son activité eu égard à la stagnation du marché de l'immobilier, mais aussi, à l'impact des produits de contrebande importés à bas prix.

Dans ce contexte, la société a d'ores et déjà entamé une politique de diversification de la gamme de sa production, ainsi qu'une action commerciale davantage soutenue, et réalise en 1997 un chiffre d'affaires de 35 millions de dirhams.

SNR emploie 92 personnes.

Industube

Créée en 1976, Industube a pour objet la fabrication de tubes en acier et ossatures métalliques (à destination des serres de production agricole...).

La société développe son activité en partenariat avec la société Vallourec (filiale de Usinor) et bénéficie, depuis 1996, de la certification ISO 9002 relative au processus de production et à la commercialisation.

Les produits fabriqués sont commercialisés essentiellement auprès de négociants (Fénie Brossette, Longoméтал, Comptoir Métallurgique...), et présentent des normes de qualité supérieure grâce à des process de fabrication maîtrisés.

Implantée à Tanger, sur une superficie de 40.000 m² (dont 6.000 m² couverts), la société dispose d'une capacité de production annuelle de 18.000 tonnes par an et détient des positions concurrentielles significatives sur certains créneaux de marché (bâtiment) grâce à la qualité des produits offerts. En 1997, le chiffre d'affaires réalisé avoisine 75 millions de dirhams.

Industube emploie **60** personnes.

Jacob Delafon

Créée en 1976, en partenariat avec Jacob Delafon France, la société a pour objet la fabrication d'articles sanitaires en porcelaine et grès (lavabos, cuvettes, éviers, vasques...).

Implantée à Tanger sur une superficie de 105.130 m² (dont 22.365 m² couverts), Jacob Delafon dispose d'une capacité annuelle de production de 440.000 pièces en porcelaine et 60.000 en grès, et réalise plus de 50% de son activité à l'export à travers des marques reconnues (Jacob Delafon, Néomédiам...).

La société fabrique des produits conformes aux normes NF et est en cours de certification ISO 9002.

En 1997, Jacob Delafon réalise un chiffre d'affaires estimé à 98 millions de dirhams, et emploie **240** personnes.

Aluminium du Maroc n'entretient pas de flux d'activité avec ses filiales (en termes de chiffre d'affaires intra groupe...). Toutefois, la société a consenti à certaines de ses filiales des prêts ponctuels au titre de leur activité courante, et ce, pour un montant global de 7,4 millions de dirhams au 31.12.1997.

4. Evolution récente du capital social

Année	Mode	Montant de l'augmentation	Nombre d'actions créées	Capital social
1992	Incorporation de report à nouveau	20.700.000	69.000	41.400.000

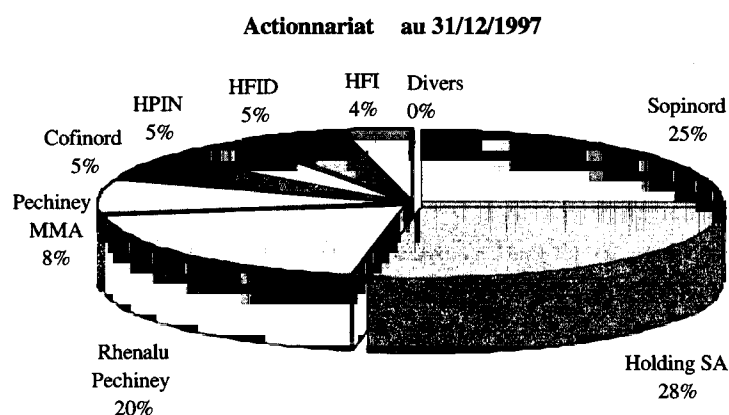
Kdh - source : Aluminium du Maroc

5. Répartition du capital social actuel

L'actionnariat de Aluminium du Maroc est stable, accompagnant la société depuis sa création. Il est composé de holdings de participation et de Pechiney.

Actionnaire	Nombre d'actions	% capital
Société de Participations et d'investissements du nord (Sopinord)	34.494	25,0%
Holding SA	38.435	27,8%
Rhenalu Pechiney	27.598	20,0%
Pechiney MMA	10.500	7,6%
Compagnie financière du nord (Cofinord)	6.900	5,0%
Holding de participation et d'investissement du nord	7.557	5,5%
Holding financier et d'investissement du détroit	7.558	5,5%
Holding financier et d'investissement	4.950	3,6%
Divers	8	ns
Total	138.000	100,0%

Source : Aluminium du Maroc



II. ADMINISTRATION ET CONTROLE

1. Conseil d'Administration

Conformément aux statuts, Aluminium du Maroc est administrée par un conseil d'administration composé de trois membres au moins et de douze membres au plus, pris parmi les actionnaires et nommés par l'Assemblée générale.

Actuellement, la société est administrée par un conseil d'administration composé des membres suivants:

Administrateur	Adresse sociale
M. Abdelouahed Alami	Route de la vieille montagne, Tanger
M Mohamed Alami	131, boulevard Anfa, Casablanca
M. Abdeslam Alami	Route de la vieille montagne, Tanger
Rhenalu Pechiney représenté par MM. Marcel Schwart & Claude Riss	Tour Manhattan, 6 place de l'Iris, Défense Paris, France
Pechiney MMA représenté par M. Toufik Bouzoubaa	5, rue Fatima Zohra, Mohammedia

Source : Aluminium du Maroc

Le conseil d'administration se réunit sur convocation de son Président, ou deux de ses membres, aussi souvent que l'intérêt de la société l'exige, et comprend notamment des professionnels de la transformation d'aluminium.

En pratique, la gestion de la société est assurée par un comité de direction se réunissant deux à trois fois par an, composé par MM. Abdelouahed El Alami, Pierre Candini, Jawad Sqalli et Kamal Baroudi.

2. Dirigeants de la société et personnel

2.1 Equipe dirigeante

La présidence de la société est assurée par M. Abdelouahed EL ALAMI. Le Président est assisté dans ses fonctions de management par MM. Pierre CANDINI et Jawad SQALLI, respectivement Directeur Général et Directeur Général Adjoint.

- **M. Abdelouahed EL ALAMI** (64 ans) - Président.

Licencié en Droit de la Faculté de Droit de Paris, il est Avocat au barreau de Casablanca entre 1958 et 1966, Co Directeur Général de la société Siara Volvo entre 1966 et 1971 et Administrateur Délégué de Africa Palace Maroc (chaîne hôtelière Les Almohades) entre 1971 et 1988.

Depuis 1976, il dirige le groupe industriel El Alami où il remplit les fonctions de Président Directeur Général de Jacob Delafon Maroc, Aluminium du Maroc, Afric Industries, Société Nationale de Robinetterie, et Administrateur de Industube.

M. El Alami est également fondateur et Président d'honneur de la Zone Industrielle de Tanger, Membre du Conseil National du Patronat, Vice Président de l'Union Régionale du Nord de la CGEM.

- **M. Pierre CANDINI - Directeur Général**

61 ans, a intégré le groupe Pechiney en 1956 où il exerce successivement entre 1956 et 1977 les fonctions de chef de service métallurgique à Cégédur (usine de Bourget), puis Rhénalu Pechiney, avant de diriger le service laminage à froid au sein de cette même usine.

En 1978, il rejoint la société Aluminium du Maroc en tant que Directeur technique, et en assure ensuite la Direction Générale depuis 1982. Au cours de cette période, M. Candini a également exercé la fonction de Directeur Général de Afric Industrie pendant une année.

M. Candini est également Administrateur de SMA Structal et d'Afric Industries.

- **M. Mohamed Jawad SQALLI – Directeur Général Adjoint**

44 ans, M. Sqalli est Ingénieur mécanicien de l'Ecole Nationale Supérieure des Arts et Industrie de Strasbourg. Il intègre la société Aluminium du Maroc en 1982 où il remplit successivement les fonctions d'Ingénieur de Production, Directeur Technique, Directeur d'Usine, et Directeur Général Adjoint depuis 1990.

- **M. Kamal BAROUDI – Directeur Commercial**

40 ans, M. Kamal Baroudi est Ingénieur de l'Ecole Nationale Supérieures des Arts et Métiers en 1982. Après avoir exercé pendant un an en tant qu'ingénieur au centre de recherche de EDF à Châtoux, il assure la responsabilité de chef de production à CGE Maroc de 1985 à 1990. En 1990, il intègre le groupe El Alami où il exerce les fonctions de Directeur Général de SMA Structal jusqu'en 1997, puis le poste de Directeur Commercial au sein d'Aluminium du Maroc.

- **M. Othman BATANI – Responsable administratif et financier**

40 ans, M. Othman BATANI dispose d'une formation en comptabilité et assure dans un premier temps la fonction d'aide comptable au sein de la société SIATRA Casa.

Entre 1985 et 1991, il rejoint Cristal Strass à Settat où il occupe le poste de chef de la division administrative et comptable avant d'intégrer au même poste la société Aluminium du Maroc.

- **M. Anwar BENABDALLAH – Responsable de la production**

35 ans, M. Anwar Benabdallah est Ingénieur d'Etat en électromécanique à l'Ecole Nationale de l'Industrie Minérale de Rabat. Entre 1987 et 1989, il occupe le poste de maître-assistant au sein de cette même école et intègre depuis lors Aluminium du Maroc pour occuper successivement les fonctions de Chef du service entretien et Chef de production.

- **M. Oussama OUASSINI – Responsable du contrôle de gestion**

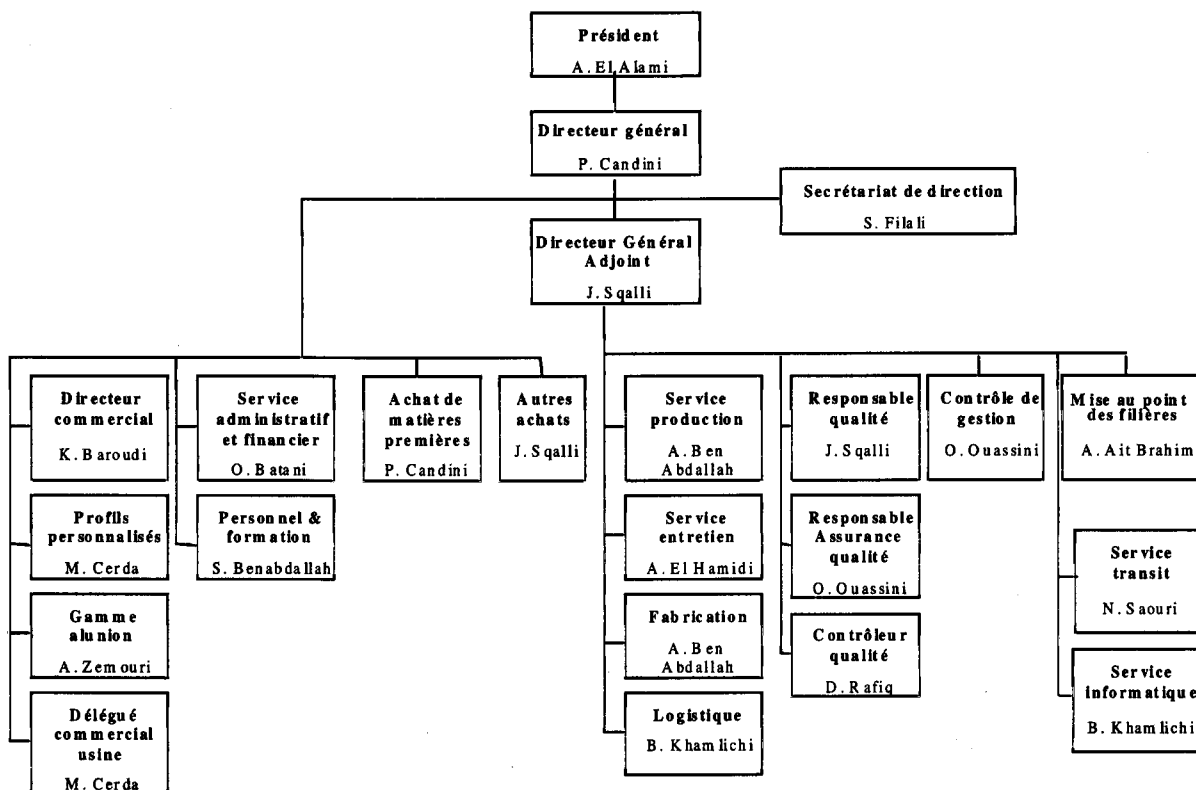
30 ans, titulaire d'un DECF de l'Institut National des Techniques Comptables de Bordeaux, il rejoint, en 1996, le département contrôle de gestion de Aluminium du Maroc. M. Oussama Ouassini a effectué auparavant plusieurs stages dont un au sein de Pechiney France.

- **M. Badr KHAMLICHY – Logistique et ordonnancement informatique**

25 ans, M. Badr KHAMLICHY est titulaire d'un diplôme d'analyste programmeur en 1994, et rejoint Aluminium du Maroc au sein du département logistique.

2.2 Organigramme fonctionnel

La société présente l'organigramme fonctionnel suivant au 31 décembre 1997:



La **Direction Générale** a pour objet d'assurer la coordination globale entre les différents services de la société et définir les orientations de politique générale. Elle est principalement assistée dans ses fonctions par :

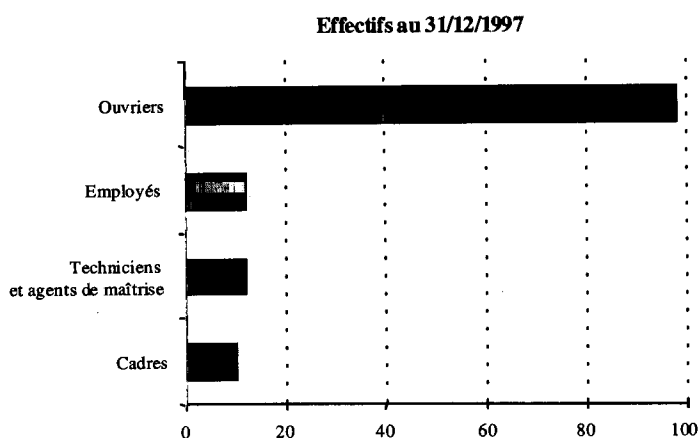
- la Direction commerciale, chargée d'assurer la gestion des relations clientèle, mais aussi, la définition de l'offre commerciale, la préparation et suivi de l'action de prospection, la négociation des commandes clientèle ... ;
- le Service administratif et financier, chargé d'assurer la fiabilité, régularité et transparence comptable ;
- le Service production ayant pour vocation de répondre aux demandes clientèle transmises par le service commercial, tout en assurant une gestion efficiente des délais, qualité et conditions économiques de coûts et productivité. Il inclut l'entretien ainsi que la gestion du magasin ;
- le Service qualité ayant pour vocation de suivre la mise en place ainsi que le suivi de la politique de qualité définie pour la société ;
- Le service autres achats se charge d'acheter les fournitures consommables ainsi que les pièces de rechange nécessaire au bon fonctionnement de la société.

2.3 Moyens humains

L'évolution récente du personnel de Aluminium du Maroc se présente comme suit:

	1995	1996	1997
Cadres	9	9	10
Techniciens et agents de maîtrise	11	11	12
Employés	10	11	12
Ouvriers	89	91	98
Total	119	122	132

Source : Aluminium du Maroc



La société adopte une politique sélective en matière de ressources humaines, et le personnel employé présente un niveau élevé d'ancienneté (plus de 10 années).

Les grilles de salaires sont établies et révisées en fonction de la nature du poste occupé, mais aussi, du niveau de responsabilité et du nombre d'heures effectivement travaillées.

La présence syndicale est limitée, et le personnel employé présente une souplesse permettant d'effectuer un pilotage satisfaisant des rythmes de production en fonction des commandes enregistrées.

La gestion administrative ainsi que la formation du personnel sont effectués au niveau du service administratif et financier.

La masse salariale représente **11,8** millions de dirhams au 31 décembre 1997.

2.4 Contrôle interne et système d'information

Aluminium du Maroc a mis en place un système de comptabilité analytique permettant d'effectuer un suivi des coûts de production répartis par famille de produits (directs et tubulaires), et par suite, de déterminer les prix de revient effectifs (par kg et procédé de fabrication).

La société détermine des prix de vente standards à partir de coûts moyens de production préétablis (calculés sur un large échantillon statistique), et assure un suivi régulier des écarts de prix de revient constatés par rapport au budget : maîtrise des indices de mise en œuvre (rebuts)...

En pratique, les écarts constatés entre budgets et réalisations s'avèrent réduits, attestant de la capacité de la société à maîtriser ses coûts de production et atteindre les objectifs de qualité et productivité fixés.

Par ailleurs, Aluminium du Maroc dispose d'un système informatique de gestion intégré et personnalisé composé de deux unités IBM AS 400, implantées à Tanger et Casablanca (agence commerciale et Direction commerciale) et présentant les principales fonctionnalités suivantes :

- enregistrement exhaustif des consommations par type de produit fabriqué ;
- calcul automatique des prix de revient (incluant les délais de règlement clientèle) et des prix de vente, à partir de marges standards par type de produits déterminées par la direction générale ;
- génération automatique des états détaillés de TVA, liasses comptables, ainsi que des états de suivi budgétaire.

Un tel système de gestion permet ainsi notamment de répondre de manière opérationnelle, aux demandes du service commercial.

La société dispose également d'un manuel de procédures comptables.

III. ACTIVITE DE ALUMINIUM DU MAROC

1. Historique

1976 : Aluminium du Maroc est créée, afin de fabriquer des profilés d'aluminium pour toutes applications et principalement à destination du marché du bâtiment.

La création de la société a été effectuée en partenariat avec la société française Cegedur Pechiney, initialement présente à hauteur de 25% du capital social, et ce, dans une logique de transfert technologique et know how.

L'entrée du groupe français dans le capital permettait de rémunérer la mise à disposition permanente de personnel technique et de manière générale, une assistance technique effective notamment lors des phases de réalisation des investissements.

1979 : Aluminium du Maroc est opérationnelle et développe son activité en direction de gammistes (intermédiaires) et menuisiers.

Initialement dotée d'une capacité de fabrication annuelle avoisinant 7.000 tonnes pour les profilés bruts, la société dispose également de cuves permettant d'effectuer les traitements de surface (anodisation), pour une capacité installée d'environ 2.000 tonnes annuelles.

1984 : la Banque Commerciale du Maroc ainsi que la société Sifida (Société Internationale Financière pour les Investissements et le Développement en Afrique spécialisée dans le capital-risque), initialement actionnaires à hauteur de 15%, cèdent leur participation au groupe El Alami qui acquiert, depuis lors, une position majoritaire au sein de la société.

1987 : la société s'équipe d'une ligne de thermolaquage d'une capacité annuelle de 800 tonnes, lui permettant de répondre, de manière adéquate, à la demande croissante en profilés thermolaqués.

1993 : Dans le cadre de sa politique de diversification industrielle, Aluminium du Maroc procède à l'acquisition de 35% de la société Afric Industries, opérateur de référence dans la fabrication de papiers abrasifs et rubans adhésifs, pour un montant avoisinant 16 millions de dirhams, et ce, dans le cadre de la prise de contrôle de la société par le groupe El Alami.

Après avoir subi des difficultés liées à une « mise à plat » de ses comptes ainsi qu'à un contexte concurrentiel marqué par une bataille sévère en termes de prix, Afric Industries retrouve désormais des niveaux positifs de profitabilité et consolide ses positions concurrentielles, et ce, suite à une meilleure maîtrise de ses charges et une amélioration de la qualité de ses produits.

Aluminium du Maroc acquiert également un hangar de stockage d'une superficie de 2.812 m² sis à Aïn Sebâa, pour un montant de 5,9 millions de dirhams et procède au rachat de la société immobilière Mansart.

Enfin, de nouveaux investissements sont réalisés permettant la mise en œuvre d'un procédé d'électrocoloration (ALSAN) performant, suite à l'augmentation de la capacité d'anodisation de 20.000 à 30.000 Ampères (3.000 tonnes par an) intervenue en 1992.

1994 : Aluminium du Maroc procède à l'acquisition d'un terrain à construire d'une superficie de 10.580 m² (au prix de 300 Dh/m²), et à la constitution de la société immobilière Belpromo. L'affectation de ce terrain sera consacrée à la construction de logements sociaux ainsi que l'hébergement de la direction commerciale et d'un centre de formation.

Au cours de cet exercice, les labels de qualité * « Qualicoat » et « Qualanod » ont été attribués à la société, attestant la conformité des process de fabrication par rapport aux normes de qualité européennes imposées aux fabricants de profilés architecturaux anodisés et thermolaqués.

1997: Aluminium du Maroc entame un plan d'investissements pour un montant estimé à 49 millions de dirhams, destiné à doter la société de capacités industrielles supplémentaires en matière de traitement de surface, mais aussi, améliorer les process de fabrication et, d'une manière générale, la qualité des produits commercialisés.

Ces investissements, entièrement autofinancés, doivent permettre de renforcer les atouts concurrentiels de Aluminium du Maroc dans la perspective du démantèlement douanier à venir, et améliorer ses positions compétitives sur les marchés export (fortement demandeurs en produits de qualité supérieure).

Enfin, la société s'est engagée dans une procédure qualité visant à obtenir la certification ISO 9002.

* Qualicoat et Qualanod sont délivrés par The European Wrought Aluminium Association (EWAA) dont le siège est en Suisse et l'Association pour le Développement de l'Aluminium (ADAL) basée en France. Ces labels sont destinés à certifier la qualité des couches anodiques et présentent une validité d'une année renouvelable.

Les deux organisations internationales adoptent des régimes d'inspections spontanées (au moins deux fois par an pour chacun des labels) dont l'étendue porte autant sur le matériel, les process, que sur les ressources humaines employées, la formation des équipes ...

2. Cadre réglementaire

L'activité de production de profilés d'aluminium bénéficie du régime de protection douanière suivant :

	Billette	Produit fini
Droit de douane	2,5%	35,0%
P.F.I	15,0%	15,0%
Total	17,5%	50,0%

Source : Ministère de l'Industrie, du Commerce et de l'Artisanat

Aluminium du Maroc bénéficie d'une protection douanière permettant la commercialisation sur le marché local des profilés d'aluminium, dans des conditions compétitives vis à vis des produits importés.

Toutefois, des régimes douaniers préférentiels sont d'ores et déjà entrés en vigueur avec certains pays du Maghreb et du Moyen Orient.

A cet égard, les importations de produits finis en provenance de Tunisie bénéficient de droits de douane réduits à hauteur de 17,5%, et un protocole d'accord signé en 1997 prévoit la mise en place d'une zone de libre échange Maroc - Egypte selon la séquence suivante :

- réduction des droits de douane cumulés (droits de douane et PFI) de 50% en 5 ans soit 10% par an ;
- les droits de douane cumulés qui sont inférieurs à 25% passeront à 0% en 5 ans à raison d'une baisse annuelle de 20%.

Par ailleurs, l'Etat Marocain s'est engagé à appliquer un programme de déprotection douanière à compter de la date d'entrée en vigueur de l'accord d'association Maroc - Union Européenne, selon une séquence de démantèlement* en deux temps :

- alliages d'aluminium brut : réduction linéaire des droits d'importation (droits de douane et PFI) à raison de 25% l'an ;
- profilés d'aluminium : période de grâce de 3 ans à partir de la date d'entrée en vigueur de l'accord, et réduction linéaire des droits d'importation (droits de douane et PFI) à raison de 10% l'an.

Dans cette optique, la société a d'ores et déjà entamé des actions visant à diversifier sa gamme de production et accroître la valeur ajoutée de ses produits commercialisés, notamment à travers la réalisation d'investissements supplémentaires en matière de thermolaquage, et le développement de ses exportations.

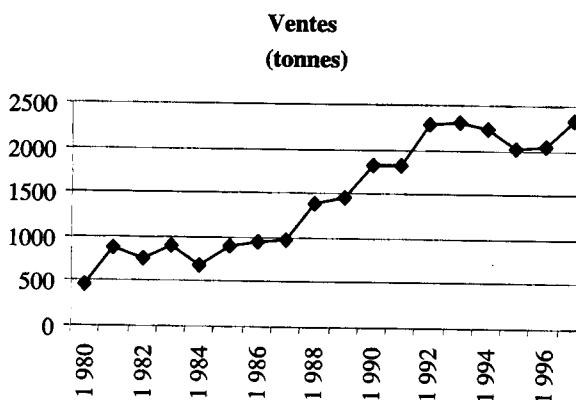
La société bénéficie enfin de mesures d'atténuation fiscales compte tenu de son implantation dans les provinces du nord : 50% d'exonération pour l'impôt sur les sociétés, la patente et la taxe urbaine.

* Source : Ministère de l'Industrie, du Commerce et de l'Artisanat

3. Activité et concurrence

3.1. Le marché

Les tonnages commercialisés par Aluminium du Maroc, unique extrudeur de profilés aluminium sur le marché marocain, s'établissent comme suit, depuis le démarrage de son activité :



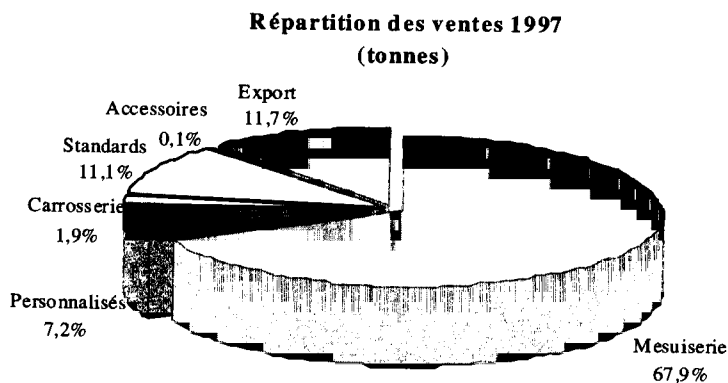
3.2 Produits commercialisés

Aluminium du Maroc assure la commercialisation de quatre catégories de profilés : menuiserie, personnalisés, carrosserie et standards, ainsi que des accessoires spécifiques aux gammes de profilés vendues, et tubes d'irrigation.

	1993	1994	1995	1996	1997
Menuiserie	1717,05	1609,44	1470,61	1504,63	1576,71
Personnalisés	137,71	139,40	131,11	165,00	168,14
Carrosserie	35,05	65,06	66,54	46,09	44,03
Standards	264,30	268,12	231,91	223,00	258,15
Accessoires	9,33	11,30	6,32	3,96	3,28
Export	135,51	148,90	119,26	97,53	271,73
Total	2298,95	2242,22	2025,74	2040,21	2322,05
Dont agence commerciale	598,38	565,94	531,17	414,96	345,29

Tonnes / an

Source : Aluminium du Maroc



Les profilés menuiserie sont principalement commercialisés auprès de gammistes et sont destinés in fine au marché du bâtiment.

Les profilés personnalisés permettent de répondre à des demandes spécifiques de certains clients (panneaux routiers de signalisation, antennes...).

Les profilés carrosserie sont fabriqués à destination de carrossiers qui optent pour un approvisionnement direct auprès de la société. Les prix de vente appliqués à ces derniers sont similaires à ceux pratiqués par les gammistes.

Les accessoires correspondent pour l'essentiel à la quincaillerie pour menuiserie aluminium (joints, blocs outils conçus pour des gammes spécifiques de profilés...) et sont destinés à permettre aux menuisiers d'effectuer les assemblages de systèmes de profilés commercialisés.

A cet égard, la société détient la marque Tekna, fabricant de machines outils destinés à la menuiserie : fraises, blocs outils...

La vente d'accessoires par Aluminium du Maroc est effectuée en corrélation avec celle de profilés de gamme Alunion, et accuse une baisse significative car les menuisiers se sont orientés vers des produits davantage économiques.

3.3 Ventes par process

Les profilés menuiserie sont commercialisés, soit à l'état brut, soit après avoir subi des traitements de surface, par procédé de thermolaquage ou anodisation.

	1995	1996	1997
Brut	52,9	70,6	48,4
Incolore	462,5	600,4	521,2
Electrocoloré	679,2	598,3	615,4
Laqué	276,1	235,4	391,7
Total	1470,7	1504,6	1576,7

Tonnes

Ventes sur le marché local

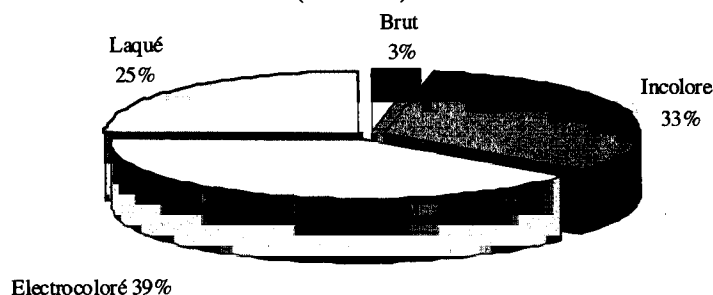
Source : Aluminium du Maroc

Les profilés sont commercialisés à l'état brut lorsqu'ils ne sont pas destinés à couvrir des structures visibles, directement auprès des utilisateurs finaux.

Répartition des ventes 1997

- Profilés menuiserie -

(% tonnes)



Les produits laqués, incolores et électrocolorés font l'objet de traitements de surface et présentent des caractéristiques spécifiques en termes de couleur, de résistance.

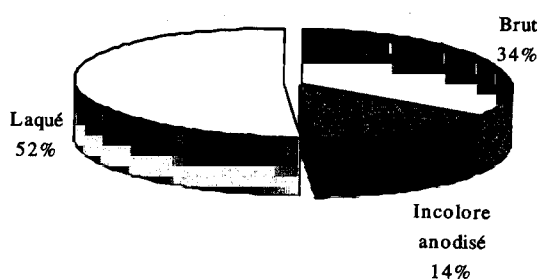
A l'export, la proportion de profilés brut est substantiellement supérieure à celle écoulee sur le marché local, car les clients (gammistes) européens fonctionnent en flux tendus et recourent à des thermolaqueurs de proximité leur permettant de maximiser leurs stocks de profilés bruts.

Ces derniers, distincts des usines d'extrusion, fournissent en effet des prestations de thermolaquage dans des conditions compétitives en termes de délais (3 à 5 jours), et livrent des commandes de taille réduite (200 à 250 kg).

Répartition des ventes export 1997

- Profilés menuiserie -

(tonnes)



Aluminium du Maroc s'efforce toutefois d'accroître la valeur ajoutée des produits commercialisés à l'export et s'oriente notamment vers le développement des produits thermolaqués et semi-couvrés.

3.4 Ventes par gamme

L'évolution des gammes de profilés menuiserie vendues par Aluminium du Maroc sur le marché local se présente comme suit :

	1993	1994	1995	1996	1997
Alunion	540,78	501,04	463,84	369,58	299,81
Domal	403,47	420,98	336,80	325,27	193,81
Garbal - Horizontal	242,69	256,49	249,90	246,02	189,22
Kawneer	101,23	110,53	82,51	164,89	167,81
Alport	174,43	157,66	160,32	208,33	356,19
Aluma	167,19	90,08	153,24	105,83	305,04
Autres	87,27	72,66	24,01	84,71	64,83
Total	1717,05	1609,44	1470,61	1504,63	1576,71

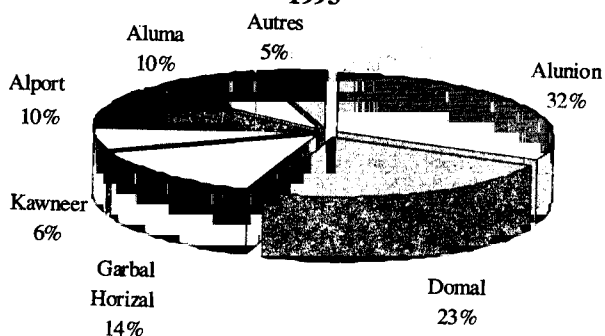
Tonnes

Ventes sur le marché local

Source : Aluminium du Maroc

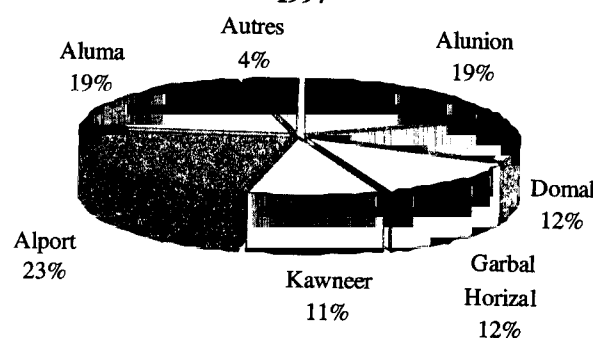
Répartition des ventes par gamme

1993



Répartition des ventes par gammes

1997



La société fabrique des profilés couvrant différentes gammes de production, dont :

- haut de gamme : Alunion, Kawneer ;
- gamme intermédiaire: Domal, Garbal, Aluma.

3.4.1 Evolution récente

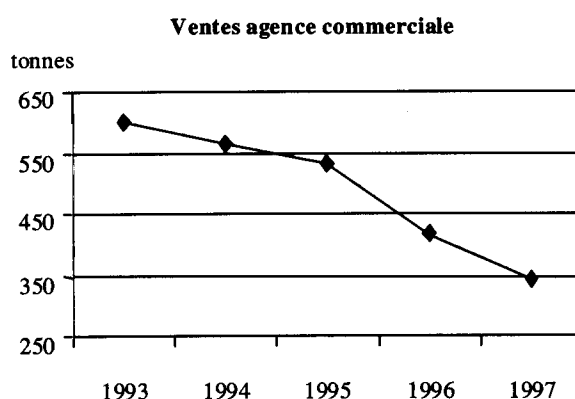
En 1997, les profilés menuiserie sont commercialisés de manière globalement équilibrée entre les différentes gammes disponibles.

Toutefois, la structure des ventes s'est caractérisée depuis 1993 par une baisse de la marque Alunion au profit d'autres gammes, plus économiques: Garbal, Alport, Aluma...

A cet égard, la concurrence des produits importés à bas prix et de moindre qualité, mais aussi l'arrivée de nouveaux gammistes sur le marché (Kawneer Maroc, Socal) a occasionné une baisse tendancielle des volumes commercialisés par l'agence commerciale de Casablanca.

	1993	1994	1995	1996	1997
Alunion	540,78	501,04	463,84	369,58	299,81
Carrosserie	7,93	6,15	5,44	4,44	6,50
Standards	40,33	47,46	55,57	36,98	35,71
Accessoires	9,33	11,30	6,32	3,96	3,28
Total	598,38	565,94	531,17	414,96	345,29

Ventes agence de Casablanca - Tonnes / an
Source : Aluminium du Maroc



Le déplacement d'une partie de la demande locale s'est ainsi effectué vers des produits importés, plus économiques et commercialisés par d'autres clients revendeurs : CMDA, Aluma, Socal..., occasionnant des pertes de marché significatives de la gamme Alunion.

En particulier, l'importation de profilés en provenance de Tunisie explique pour partie la baisse des ventes de profilés réalisées par l'agence de Casablanca, et ce, dans un contexte, où les importations de produits finis provenant de ce pays bénéficient d'un régime douanier préférentiel : 17,5% (droits de douane et PFI).

A l'export, la société fabrique des gammes spécifiques en direction de ses clients gammistes : General Impex, Alunion, Kawneer, Profils Systèmes.

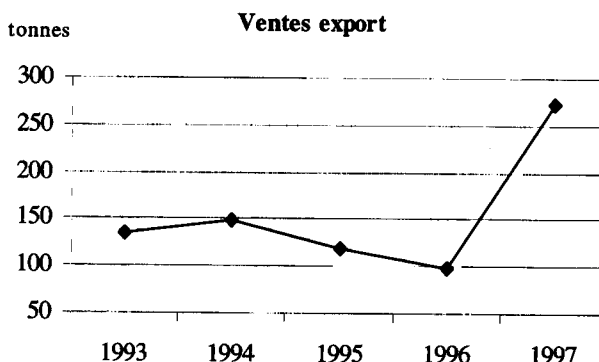
3.5 Activité export

L'exportation enregistre une croissance régulière afin de permettre à la société d'accroître ses volumes d'activité et mieux optimiser son outil de production.

	1993	1994	1995	1996	1997
Export	135,51	148,90	119,26	97,53	271,73
Part export (*)	5,9%	6,6%	5,9%	4,8%	11,7%

Tonnes

(*) Volumes exportés / volumes vendus



En 1997, l'accroissement des volumes exportés explique essentiellement la hausse de l'activité globale de la société, et est imputable aux livraisons effectuées auprès des clients Profils Systèmes et Kawneer Europe.

Les produits exportés sont de qualité généralement supérieure à ceux commercialisés sur le marché local, et sont écoulés auprès d'une clientèle stable, composée pour l'essentiel de gammistes s'approvisionnant de manière régulière auprès de la société.

L'activité export est toutefois exposée à des difficultés d'ordre logistique principalement liées aux facteurs suivants:

- incertitudes des délais au niveau du transit: mises sur les bateaux non prioritaires par rapport aux autres produits marocains d'exportation ;
- maîtrise des circuits de livraison : acheminement de la marchandise par des transporteurs à partir des ports de débarquement, et de manière générale,
- des coûts de transport élevés.

Ceci étant, la société vise à accroître davantage la part de ses exportations dans ses volumes vendus en développant une stratégie basée sur :

- le ciblage d'un nombre toujours restreint de clients (gammistes) ;
- une politique de qualité et de normalisation rigoureuse de ses produits ;
- la recherche d'une plus grande valeur ajoutée à travers la vente de produits « prêts à l'emploi » parachevés (grilles pour réfrigérateurs...), et l'accroissement de la part des produits thermolaqués.

Jusqu'à présent, les ventes à l'export se sont effectuées uniquement auprès de clients gammistes grâce à des efforts substantiels consentis en termes de prix de vente. Désormais, l'amélioration constante de la qualité et process devra progressivement permettre à la société de retrouver des niveaux de prix et de marge satisfaisants.

A cet égard, les investissements actuellement en cours de réalisation visent à doter Aluminium du Maroc de lignes supplémentaires de thermolaquage, à accroître la capacité de stockage, et de manière générale, à améliorer la compétitivité et fiabilité des produits commercialisés.

Des démarches sont également engagées par la société en vue d'obtenir la certification ISO 9002, qui devrait constituer un levier supplémentaire pour la promotion des exportations.

Aluminium du Maroc a conclu avec le gammiste français Profils Systèmes un contrat à durée indéterminée permettant à la société de commercialiser sous licence les profilés de marque Profils Systèmes. Ce partenariat devra également contribuer à l'accroissement des volumes exportés : commandes annuelles prévues d'environ 450 tonnes...

3.6 Concurrence

Unique opérateur industriel marocain sur le marché des profilés d'aluminium, la société doit essentiellement faire face à la concurrence des produits importés.

La part de marché local d'Aluminium du Maroc a subi l'évolution suivante :

	1995	1996	1997
Aluminium du Maroc (1)	1.906,48	1.942,68	2.050,32
<i>Part de marché</i>	80,9%	77,0%	87,6%
Importations	451,54	579,57	291,12 (2)
<i>Part de marché</i>	19,1%	23,0%	12,4%
Total ventes	2358,02	2522,25	2341,44

Ventes locales – tonnes

(1) ventes locales

(2) volume sur 10 mois annualisé

Source : Aluminium du Maroc

Sur le marché local, la concurrence résulte principalement de deux facteurs:

- le recours aux produits importés, essentiellement provenant de Tunisie (plus de 60% des volumes importés);
- l'impact des produits de substitution.

En 1997, la baisse constatée de la part des importations dans la consommation nationale s'explique par un accroissement de la compétitivité des produits fabriqués par Aluminium du Maroc, notamment grâce à la baisse sensible des prix de vente.

Produits importés

Les produits importés ont subi une croissance relativement soutenue depuis 1993 car la demande s'est en partie orientée vers des produits bas de gamme, voire hors normes, importés de Tunisie, Espagne et Italie.

A cet égard, le régime douanier préférentiel appliqué à la Tunisie (17,5% à l'importation des profilés) explique pour partie la pénétration des produits importés, dans un contexte où la gamme Alunion commercialisée par la société est pénalisée par des handicaps en termes de design et d'image, et des prix élevés (dus à un surpoids au mètre linéaire).

En outre, la déprotection douanière à venir (accords Maroc – Union Européenne, protocole d'accord Maroc – Egypte...) devrait induire dans une certaine mesure un impact baissier sur les prix de vente et marges de production.

Produits de substitution

Aluminium du Maroc doit faire face à la concurrence des principaux produits de substitution suivants: bois, acier, et PVC.

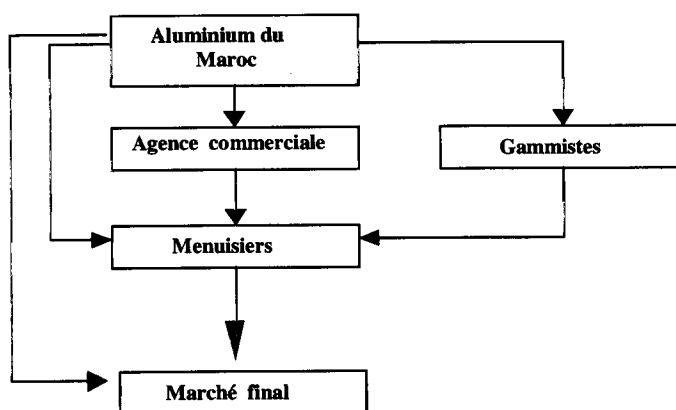
Le bois constitue actuellement le matériau le plus fréquemment utilisé dans le bâtiment (logements sociaux) car peu coûteux à l'achat. Il présente toutefois des défauts de qualité et de stabilité, à l'instar de l'acier et dans une moindre mesure du PVC.

4. Organisation commerciale

La Direction commerciale, implantée à Casablanca, se compose du Directeur commercial accompagné dans ses missions par deux ingénieurs commerciaux chargés de la promotion des produits de la gamme Alunion et personnalisés, ainsi que d'un dessinateur – projecteur chargé d'élaborer les pré études (plans d'assemblage...).

La fixation des objectifs commerciaux est déterminée lors de l'élaboration des budgets, au cours du mois de septembre précédant l'année budgétaire. Le suivi des objectifs est ensuite effectué mensuellement.

Par ailleurs, le circuit de commercialisation des profilés menuiserie peut être décrit comme suit (les autres produits fabriqués étant directement vendus auprès des clients finaux):



La gamme Alunion est commercialisée à travers l'agence commerciale sise à Casablanca, la société disposant de la licence de cette marque. Les autres gammes sont fabriquées par Aluminium du Maroc à l'attention des gammistes, sur présentation par ces derniers des plans de profilés demandés.

Les produits de gamme (châssis de porte, de fenêtre, habillage de façade et garde corps) sont ensuite commercialisés par les gammistes auprès d'une clientèle de menuisiers, qui assurent les assemblages et montages de systèmes pour le compte des promoteurs immobiliers...

La commercialisation en direct auprès des menuisiers permet à la société de répondre à certaines commandes ponctuelles, mais demeure toutefois marginale dans les volumes d'activité générés, car impliquerait un élargissement de l'activité de gammiste, avec:

- des coûts de stockage plus élevés ;
- une gestion commerciale davantage soutenue : nombre de clients accru, approche directe....

4.1 Clientèle

Aluminium du Maroc commercialise sa production essentiellement auprès d'un réseau de clients revendeurs sur le marché local. Ces derniers revendent les produits sous forme de systèmes complets auprès des menuisiers qui en assurent l'assemblage.

La répartition des ventes de profilés menuiserie par type de client se présente comme suit :

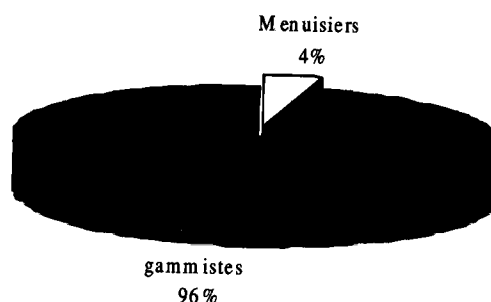
	1995	1996	1997
Gammistes	1565,9	1517,5	1783,6
Menuisiers	24,0	84,7	64,8
Total	1589,9	1602,2	1848,4

Tonnes

Y compris export

Source : Aluminium du Maroc

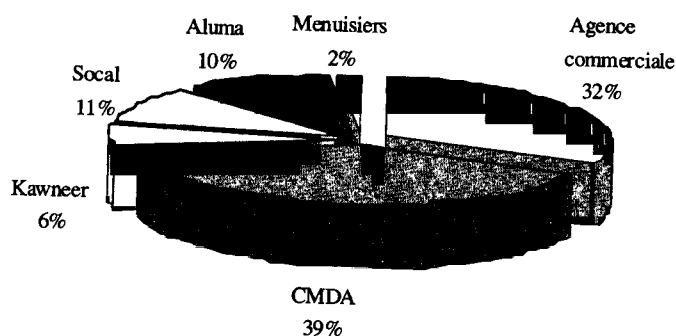
Répartition des ventes par client
- profilés menuiserie - % tonnes



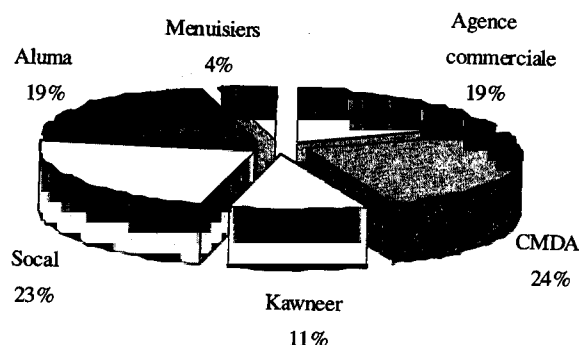
Une telle politique permet à Aluminium du Maroc de cibler un nombre relativement restreint de clients, tant sur le marché local qu'à l'export, et par suite, de mieux optimiser son process de production (commandes de taille supérieure, économies d'échelle...).

Sur le marché local, l'évolution du portefeuille clientèle traduit la réallocation partielle de la demande des revendeurs vers des produits plus économiques et la baisse des ventes de la gamme Alunion (réalisées par le biais de l'agence de Casablanca) :

Ventes de profilés menuiserie
par client 1995 (% volumes)



Ventes de profilés menuiserie
par client 1997 (% volumes)



En 1997, la société compte 104 clients, et les dix premiers représentent 71% du chiffre d'affaires. Les gammistes CMDA, Kawneer, Socal et Aluma représentent 77% des volumes de profilés menuiserie écoulés.

L'agence commerciale de Casablanca représente environ 19% des volumes vendus, et sa part future sera probablement appelée à croître suite à l'obtention de la licence exclusive Profils Systèmes.

Enfin, les menuisiers représentent une part marginale des ventes conformément aux orientations de la politique commerciale de Aluminium du Maroc.

Les conditions de règlement se présentent comme suit :

Clients	Mode	Délais moyens
Gammistes locaux	Effets	120 à 190 jours
Gammistes étrangers	Traites	90 jours

Source : Aluminium du Maroc

Les ventes sont essentiellement réalisées sur la zone de Casablanca, et dans une moindre mesure à Rabat (150 à 200 tonnes, soit environ 10% des ventes locales).

La production et les ventes sont effectuées sur commandes.

Au 31/12/1997, les stocks de produits finis s'établissent à près de 8 millions de dirhams et concernent principalement l'agence commerciale de Casablanca (gamme Alunion).

4.2 Politique de prix

Aluminium du Maroc mène une politique de prix préétablis sur la base de coûts standards élaborés dans le cadre des budgets annuels.

Les tarifs appliqués prennent en considération la structure effective des coûts d'approvisionnement et ne peuvent en pratique être revus à la baisse.

En cas de baisse significative des cours de matières premières, la société consent usuellement à sa clientèle des rabais conjoncturels se situant entre 5 et 10% du tarif en vigueur (les clients finaux menuisiers, disposant de contrats de prestations incluant des formules de révision des prix, n'acceptent pas de voir leur marché révisé à la baisse).

En revanche, les tarifs sont dans une certaine mesure revus à la hausse en cas de renchérissement du coût des matières premières, et sont répercutés in fine par les menuisiers auprès de leur clientèle finale.

Entre 1989 et 1994, les prix appliqués par la société se sont ainsi caractérisés par une relative stabilité et ce, depuis l'augmentation appliquée en 1988 (à l'occasion d'un renchérissement substantiel des cours de matière première).

Depuis 1993, l'évolution des prix moyens de vente par famille de produits commercialisés se présente comme suit :

	1993	1994	1995	1996	1997
Menuiserie	54,35	56,10	61,83	60,43	52,87
Personnalisés	59,31	57,56	65,59	62,61	60,17
Carrosserie	56,89	54,54	59,74	61,00	57,91
Standards	50,71	49,67	51,13	52,90	51,65
Prix moyen local – Profilés	54,26	55,32	60,71	59,76	53,43
Prix moyen export	Nd	31,74	36,48	42,22	34,29
Prix moyen total – Profilés	Nd	53,75	59,28	58,92	51,19

Prix courants en dh par kg – Hors taxes - Y compris remises

Nd : non disponible

Source : Aluminium du Maroc

Les tarifs sont exprimés pour 1000 Kg, et la société présente une échelle de tarifs différenciée en fonction des volumes commandés.

A l'**export**, les gammistes européens s'approvisionnent en priorité auprès d'extrudeurs européens de référence, mais peuvent également rechercher de nouvelles sources d'approvisionnement à moindre coût leur permettant de faire face à des défaillances ponctuelles de leurs fournisseurs industriels : Chypre, Liban...

Jusqu'à présent, Aluminium du Maroc assure la commercialisation de produits de qualité supérieure auprès d'une clientèle de gammistes européens, et ce, au prix d'un effort conséquent en termes de prix de vente.

Ceci était justifié par la nécessité de pénétrer le marché européen, et de positionner la société en termes de notoriété et image de marque.

Désormais, la société se dote des moyens nécessaires pour une promotion davantage soutenue de ses exportations (hall de stockage, lignes d'emballage...) et s'orientera progressivement vers la réalisation de niveaux de marge moyens davantage cohérents avec la qualité des produits commercialisés et la structure de ses coûts.

5. Approvisionnements

L'évolution des volumes importés se présente comme suit depuis 1993 :

	1995	1996	1997
Billetes importées (tonnes)	2 722	1 369	2 183
Prix d'achat moyen (*)	24 741,3	21 731,4	21 742,8

(*) Dh / Tonnes – Y compris droits de douane et frais d'approche

La société Aluminium du Maroc réalise tous ses achats de matières premières en francs français.

Source : Aluminium du Maroc

Les approvisionnements réalisés portent essentiellement sur la billette d'aluminium importée, et dans une moindre mesure, sur les consommables de production (filières, poudre de thermolaquage...). Ils sont principalement fonction de l'évolution de la demande, mais aussi des ratios de transformation en vigueur.

A cet égard, il convient de noter que la société se distingue par des indices de « mise en œuvre » opérationnels* particulièrement compétitifs (inférieurs à 1,21), traduisant un faible niveau de chute et lui permettant d'assurer une maîtrise satisfaisante de ses coûts de production.

Les rebuts ainsi enregistrés sont systématiquement réexportés sous le régime du trafic de perfectionnement en direction des sociétés européennes d'électrolyse (Pechiney, Inespal...), qui les intègrent comme additifs au métal neuf.

Le métal fini est ensuite réimporté par Aluminium du Maroc qui supporte uniquement à ce titre les coûts marginaux de production (transport et transformation). Ces derniers s'établissent comme suit en 1997 :

	1995	1996	1997
Déchets recyclés (tonnes)	704	393	686
Prix d'achat moyen (*)	8 354,4	7 967,4	6 361,6

(*) en régime d'admission temporaire – Dh / tonne

Source : Aluminium du Maroc

Aluminium du Maroc réalise ses approvisionnements en provenance de deux sociétés européennes : Aluminium Pechiney (France) et Hydro aluminium (Norvège), et dispose auprès de ces derniers de contrats d'approvisionnement dont les principales dispositions se résument comme suit :

- fixation de quantités annuelles contractuelles ;
- définition d'une formule de calcul des coûts d'approvisionnement ;
- fixation des modalités de paiement.

La formule de calcul des prix convenue contractuellement avec les fournisseurs de Aluminium du Maroc permet d'atténuer dans une certaine mesure la volatilité des cours mondiaux de l'aluminium, et partant, de favoriser une lecture relativement homogène de la profitabilité d'Aluminium du Maroc.

* poids entré / poids sorti

Le prix de base (Pb) ainsi appliqué s'établit comme suit :

$$Pb = (0,92 * \text{cours LME} * r + 1890 \text{ FF / tm}) * n$$

Avec :

Cours LME = moyenne trimestrielle des cotations officielles à 3 mois au LME du trimestre t - 1, t étant le trimestre de livraison (exprimée en USD / tm)
 r = moyenne des cotations du Dollar US à 3 mois / Franc Français
 n = coefficient négociable trimestriellement pouvant varier entre 0,96 et 1,04

En pratique, les contrats d'approvisionnement conclus permettent à la société de couvrir environ 70% de ses besoins, le reliquat pouvant être fourni par les sociétés partenaires (Pechiney et Hydro aluminium), au « prix du marché » (spot).

Les règlements sont effectués par virements à 60 jours, et la société bénéficie de ristournes de 1,7 à 2% en cas de paiement cash.

A titre indicatif, la structure complète des coûts d'approvisionnement moyens constatés se présente comme suit en 1997:

Droits de douane	2,5%
PFI	15%
Taxe F.P.E.I export	0,25%
Redevance informatique en DH / déclaration	100
Aconage en DH / T	31,20
Taxe Ad valorem (sur la valeur déclarée)	2‰
Assurance	0,45%*(1+6,95%)
Transport en DH / T	30

Source : Aluminium du Maroc

6. Outils et processus de production

6.1 Organisation interne

Les principaux moyens de production actuellement en vigueur se déclinent comme suit :

	Capacité de production T / an	Date d'installation
Ligne de filage (presse)	7.000	1979
Ligne de thermolaquage	800	1987
Ligne d'anodisation	3.000	1979*

Source : Aluminium du Maroc

(*) extension de la capacité d'anodisation de 20.000 à 30.000 Ampères en 1992

Les équipes de production sont mobilisées en « 3x8 » sur la ligne d'anodisation, et « 2x8 » respectivement sur les lignes de filage et laquage.

La société dispose d'une station de traitement des effluents (neutralisation de l'acidité et décantation des bassins), d'un puits, ainsi que d'un terrain d'environ 2.700 m² susceptible d'être affecté aux investissements d'extension actuellement envisagés (ligne de thermolaquage, hall de stockage...).

Au total, l'unité de production emploie **106** personnes et se compose de cinq ateliers :

- Atelier filage ;
- Atelier anodisation ;
- Atelier thermolaquage ;
- Atelier entretien ;
- Atelier de menuiserie.

L'usine de fabrication représente une superficie couverte de 6.000 m².

6.2 Processus de production

6.2.1 Processus

Le processus de fabrication se décline selon les principales étapes suivantes :

Etape 1 :

Réception de billettes

Etape 2 :

Four de réchauffage

Etape 3 :

Filage, trempe et
débitage

Etape 4 :

Four de revenu

Etape 5 :

Traitement de surface par
thermolaquage

Traitement de surface
oxydation anodique

Dégraissage, dérochage
et chromatation

Dégraissage & satinage

Poudrage

Oxydation anodique

Cuisson

Electro coloration

Contrôles

Colmatage

Emballage

Contrôles

Emballage

Etape 1 :

Les billettes (alliage aluminium) sont réceptionnées, et nettoyées. Elles présentent des dimensions standard et sont stockées à l'air libre pour des volumes couvrant environ 1 mois de production.

Etape 2 :

Les billettes sont chauffées à une température de 480°C, permettant de conférer à la matière première la plasticité nécessaire pour le filage à des pressions et vitesses acceptables ainsi que la mise en solution des éléments d'addition.

Etape 3 :

Le filage est une opération de transformation à chaud consistant à forcer, par compression, le métal à s'écouler à travers l'orifice d'une pièce métallique appelée « filière ».

Les billettes sont introduites dans une chambre cylindrique nommée « conteneur » dont une des extrémités est obturée par la filière. Par l'intermédiaire d'un pilon, une force est appliquée de sorte à obtenir à la sortie de la filière des produits en grande longueur, appelés « profilés ».

Les filières introduites dans la presse, permettent d'atteindre les formes de profilés souhaités et sont au préalable, ajustées afin de régulariser l'écoulement et disposer d'un unique plan de sortie. Avant leur utilisation en production, elles sont réglées et subissent un traitement thermo-chimique dit de « nituration » destiné à prolonger leur durée de vie.

L'effet de trempe intervient simultanément au filage, et est obtenu par refroidissement du profilé au moyen de ventilateurs soufflant de l'air ambiant.

Après refroidissement total sur une table, le profilé est ensuite « dressé » par allongement sur un banc de traction, et coupé à la longueur commerciale à l'aide d'une scie circulaire lubrifiée à l'huile soluble.

Etape 4 :

Le profilé subit un traitement thermique dit de « revenu » à une température de 185°C dans un four électrique, ce qui a pour effet d'augmenter la limite élastique ainsi que la charge de rupture du produit.

Etape 5 :

Le profilé reçoit des traitements de surface « embellisseurs » et protecteurs du type « thermolaquage » ou « oxydation anodique ».

a. Le **thermolaquage** est un procédé consistant en l'application sur le profilé d'une poudre polyester colorée, qui après polymérisation dans un four de cuisson, se transformera en un film dur possédant les caractéristiques de résistance nécessaires pour résister aux agressions mécaniques, aux agents atmosphériques et aux rayonnements UV.

La première étape est le dégraissage des profilés afin d'éliminer les traces d'huile soluble provenant de la coupe...

La chromatation est ensuite effectuée dans un bain dans lequel est réalisée une conversion chimique de l'aluminium dont le but est de former en surface du métal un revêtement uniforme à base de chrome, constituant une base satisfaisante pour l'adhérence de la laque.

Les opérations sont suivies de rinçages avec une eau de bonne qualité, et le rinçage final est réalisé avec une eau déminéralisée afin d'éliminer de la surface du métal tous les sels résiduels après traitement.

Le poudrage est réalisé par des robots munis de pistolets projetant de la poudre fluidisée sur les profilés qui défilent en nappes devant eux.

Les profilés poudrés passent ensuite dans un four de cuisson électrique à cellules infrarouges de dernière génération où est réalisée la polymérisation de la poudre à une température de 190°C, permettant ainsi d'obtenir un film réticulé à hautes performances.

Durant tout le cycle, des essais physico chimiques sont réalisés afin d'offrir aux produits l'ensemble des garanties de qualité nécessaires.

b. L'oxydation anodique a pour objet de procurer au métal une couche d'oxyde protectrice, et est mise en œuvre à travers les principales étapes suivantes :

- dégraissage: élimination des traces d'huile soluble provenant de la coupe...
- satinage : a pour but d'éliminer l'aspect ligné provenant du filage et consiste à attaquer la surface du profilé (dans une solution basique) pour lui conférer une micro géométrie fine et régulière assurant une bonne diffusance ;
- neutralisation et blanchiment : élimination des insolubles formés à la surface du profilé après satinage, dans une solution acide à température ambiante ;

Le traitement d'anodisation est alors effectué par électrolyse dans une cuve cathodique d'acide sulfurique.

Les profilés (faisant office d'anodes) sont traversés par un courant électrique redressé de 10.000A. L'eau décomposée voit son oxygène se diriger vers l'anode et sa combinaison avec l'aluminium permet d'obtenir une couche d'alumine poreuse, translucide, déshydratée et molle.

Après électrocoloration éventuelle à base de sels minéraux, l'opération de colmatage est effectuée et consiste à réhydrater la couche d'alumine, avec pour conséquence d'augmenter son volume, refermer ses pores, et entraîner son durcissement.

Tout au long du processus, les profilés sont accrochés en nappes verticales, espacés les uns des autres et serrés à chaque extrémité par des serres.

Après décrochage, les profilés subissent les contrôles d'usage (mesure d'épaisseur et tests de colmatage).

6.2.2 Normes de fabrication et contrôle qualité

La société fabrique ses produits conformément aux normes européennes de qualité applicables aux anodiseurs et extrudeurs thermolaqueurs.

A cet égard, les contrôles et essais de produit sont effectués selon :

- la norme NF : pour le filage (débitage) ;
- les directives Qualanod et Qualicoat relatives aux normes de traitement de surfaces.

Par ailleurs, la société a engagé depuis 1997 les procédures en vue de sa certification aux normes ISO 9002, et ce, dans le cadre de sa mise à niveau industrielle et dans l'optique d'une pénétration davantage soutenue des marchés export.

A ce titre, un système qualité a été mis en place, visant à garantir la conformité des produits fabriqués par rapport aux normes en vigueur et aux exigences de la clientèle, à travers :

- la mise à niveau des équipements ;
- l'identification et le suivi des procédures : process, entretien, maintenance ;
- la qualification des effectifs ;
- un manuel qualité décrivant le système de gestion de la qualité.

6.3 Investissements

Aluminium du Maroc a entamé la réalisation d'un programme d'investissement au titre de la période 1997 – 2000 portant sur :

- la construction d'un hall supplémentaire de 2.700 m² ;
- l'aménagement d'une ligne de thermolaquage intégrée ;
- la remise à niveau de la presse sur le plan hydraulique, mécanique et électrique ;
- l'acquisition de matériel annexe destiné à l'amélioration de la qualité du produit et la fiabilité de l'outil industriel.

L'enveloppe d'investissement ainsi prévue porte sur un montant de **49** millions de dirhams, réalisable selon la séquence suivante :

	1997	1998	1999	2000
Investissements	602	29.609	13.548	5.675

000 Dhs

Source : Aluminium du Maroc

La réalisation de ce plan d'investissement permettra à la société d'atteindre une capacité annuelle de production et de commercialisation d'environ 6.000 tonnes de profilés à horizon 2001/2002 grâce à l'accroissement de la capacité de traitement.

Dans une seconde étape, Aluminium du Maroc pourra envisager de réaliser des investissements supplémentaires destinés à porter la capacité de production à 8.000/10.000 tonnes par an, et ce, en fonction du comportement du marché local et export. De tels investissements, éventuellement entamés à partir de 2003/2004, représenteraient une enveloppe estimée à 90 millions de dirhams.

IV. LE MARCHE DE L'ALUMINIUM

1. Produits et principaux débouchés

1.1 Produits

L'aluminium est commercialisé sous forme de lingots de métal brut, ou bien de produits semi finis (billettes, extrudés, moulages...) à destination des secteurs de l'emballage, construction, transport...

Les produits semi finis peuvent résulter en partie du recyclage de l'aluminium, avec pour conséquence une amélioration des qualités physico chimiques des produits.

L'aluminium présente des caractéristiques supérieures aux produits concurrents (acier, cuivre, plastique, bois...) notamment en termes de :

- densité,
- résistance à la corrosion,
- malléabilité,
- conductivité électrique...
- matériau recyclable

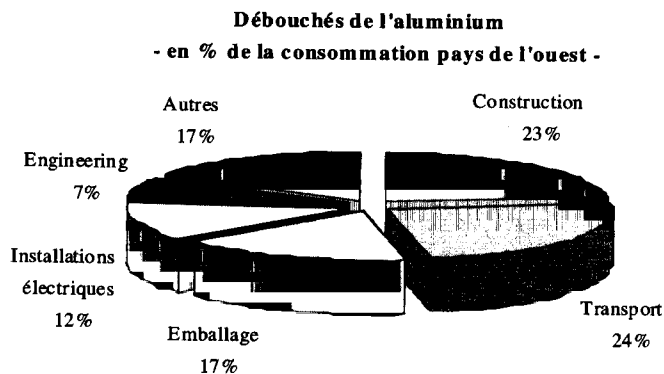
L'aluminium résulte de la transformation d'alumine, elle même dérivée de la bauxite (minerai d'aluminium).

1.2 Débouchés

Les principaux débouchés de l'aluminium sont illustrés comme suit :

Secteurs	Part
BTP / Installations fixes	23%
Transport	24%
Emballage	17%
Installations électriques	12%
Engineering	7%
Autres	17%
Total	100%

En % du total de la consommation globale pays de l'ouest
Source : Metallgesellschaft ; Aluminium Association



Les utilisations de l'aluminium interviennent actuellement dans une diversité de secteurs, dont principalement :

- le transport : recourt de plus en plus à ce matériau comme composant des pièces de moteur, radiateurs..., mais aussi de châssis, où il est utilisé sous sa forme 'primaire' pour des impératifs de qualité ;
- le bâtiment (formes extrudées...);
- le packaging (boissons...).

De manière générale, les perspectives de développement du marché de l'aluminium sont attractives, compte tenu des qualités intrinsèques élevées du produit et de ses avantages compétitifs par rapport aux produits de substitution (plastique, acier...), mais aussi de l'importance des réserves mondiales disponibles.

2. Le marché

2.1 Principaux opérateurs

Le marché mondial d'aluminium est à la fois oligopolistique et intégré.

Les intervenants occupent généralement l'ensemble de la chaîne de production, depuis la bauxite jusqu'au produit semi fini. Certains opérateurs tendent toutefois à se « re-spécialiser » en amont vers la transformation d'alumine, et à commercialiser directement leur production brute d'aluminium sur le marché.

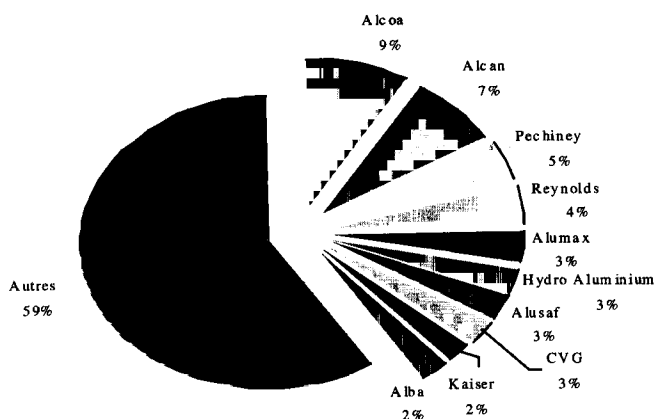
Société	Siège social	Capacité (000 T / an)	Part % capacité totale
Alcoa	USA	2.035	8,8%
Alcan	Canada	1.706	7,4%
Pechiney	France	1.047	4,5%
Reynolds	USA	991	4,3%
Alumax	USA	714	3,1%
Hydro Aluminium	Norvège	677	2,9%
Alusaf (*)	Afrique du Sud	641	2,8%
CVG	Venezuela	580	2,5%
Kaiser	USA	518	2,3%
Alba (*)	Bahrein	471	2,0%
Autres	-	13.636	59,2%
Total monde	-	23.015	100,0%

1995

(*) fonderies indépendantes non intégrées

Source : EIU

Répartition de la capacité mondiale 1995
- % tonnes -



A fin 1997, la capacité mondiale (nominale) de production devrait avoisiner 24 millions de tonnes par an, et être accrue à hauteur de 800.000 tonnes supplémentaires à horizon 2000 :

Société	Type	Capacité 000 T / an	Date
Boyne Island (Australie)	Extension	140.000	1998
Norsk Hydro (Norvège)	Extension	Nd	1998
Ikot Abasi (Nigéria)	Création	193.000	1998 / 99
Alcan (Quebec)	Extension	375.000	2000
Dubai aluminium	Extension	135.000	2000

Source : JP Morgan

Dans un marché en croissance régulière, les extensions de capacité prévues permettront d'accompagner la hausse de la demande attendue au cours des prochains exercices.

A ce titre, les principaux opérateurs s'orientent dès 1998 vers une utilisation plus soutenue de leur capacité nominale de production : le marché mondial devrait ainsi enregistrer au cours de cet exercice une utilisation effective supplémentaire de l'ordre de 250.000 tonnes.

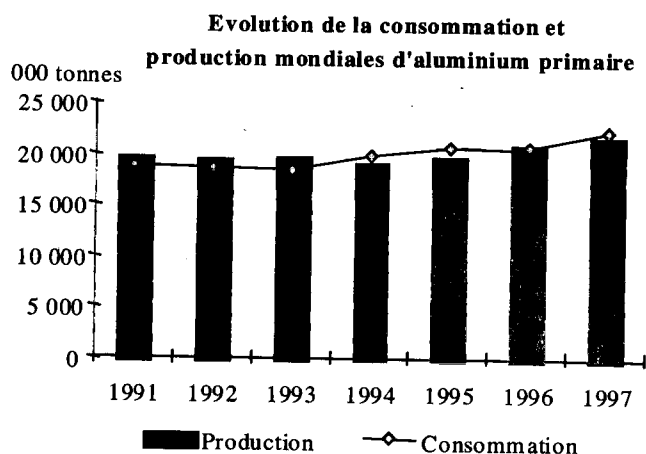
2.2 Production et consommation

Historiquement, le marché mondial de l'aluminium se décrit comme un marché de croissance, caractérisé par une évolution haussière et conjointe de la demande et de la production, aux effets de variation de stocks près:

	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Production	19 693	19 533	19 705	19 131	19 687	20 811	21 719
Consommation	18 780	18 475	18 313	19 777	20 445	20 593	22 136

000 tonnes

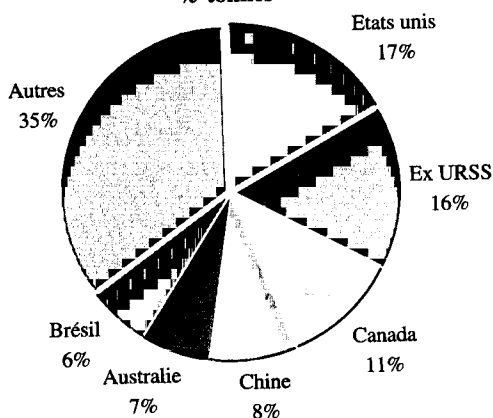
Source : Metallgesellschaft ; EIU ; Brook Hunt



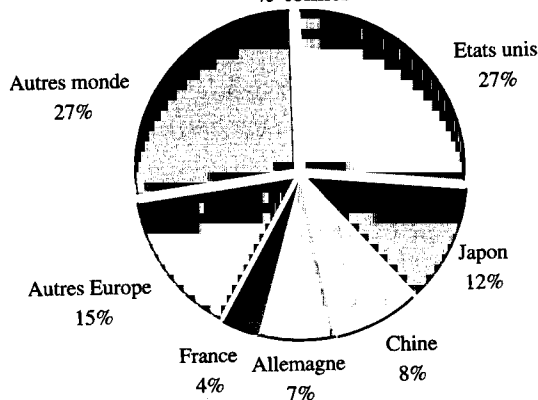
Depuis 1991, la consommation mondiale d'aluminium croît à un rythme annuel moyen de l'ordre de 2,8%, supérieur à celui de la production (1,6%), compte tenu des phénomènes d'anticipation de la demande par les principaux intervenants et effets de stockage.

Les principaux marchés producteurs et consommateurs sont les Etats Unis, ex URSS, Japon, Chine, et dans une moindre mesure, les pays européens.

Répartition de la production mondiale d'aluminium primaire 1995
- % tonnes -



Répartition de la consommation mondiale d'aluminium primaire 1995
- % tonnes -



Depuis 1994, date de signature d'un accord multilatéral de régulation entre les principaux pays producteurs, les opérateurs industriels assurent un « pilotage » de leurs capacités de production et plans d'extension prévus, en fonction de l'état du marché et des objectifs de maintien des cours mondiaux fixés.

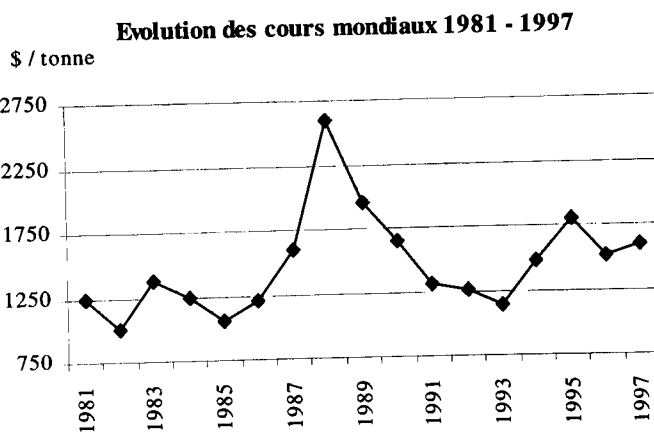
La réduction des niveaux de production opérée en 1994, fait ainsi suite à un développement soutenu des exportations russes depuis 1992, ayant produit un impact baissier durable sur les cours.

2.3 Cours mondiaux

La cotation LME (London Metal Exchange) de l'aluminium constitue la référence pour toutes transactions sur le lingot de métal primaire, hors frais d'approche.

Depuis 1992, le marché LME assure également la cotation des alliages d'aluminium ('secondaires'), résultant d'un recyclage de l'aluminium primaire et destinés à être utilisés sous forme de produits semi finis (transport, packaging...). Ces derniers sont toutefois traités avec une décote par rapport au métal « primaire ».

L'évolution des cours mondiaux d'aluminium reflète pour l'essentiel l'état de la demande ainsi que les effets de stockage et destockage en vigueur :



Source : J.P. Morgan

Depuis 1980, la volatilité des cours et l'irrégularité des cycles observés résulte notamment de l'arrivée de nouveaux pays producteurs (Venezuela, Amérique Latine, Bahreïn, Arabie Saoudite, pays du Golfe), et de l'état de la demande (automobile, construction et packaging), fonction de la conjoncture internationale.

En 1997, la hausse des cours enregistrée (+6%) intervient dans un contexte caractérisé par :

- une reprise économique en Europe et une consolidation de la croissance américaine, ayant occasionné une hausse de la demande de près de 8% ;
- un accroissement contrôlé de leur production par les principaux opérateurs, et ce, en dépit de l'arrivée de nouveaux entrants sur le marché.

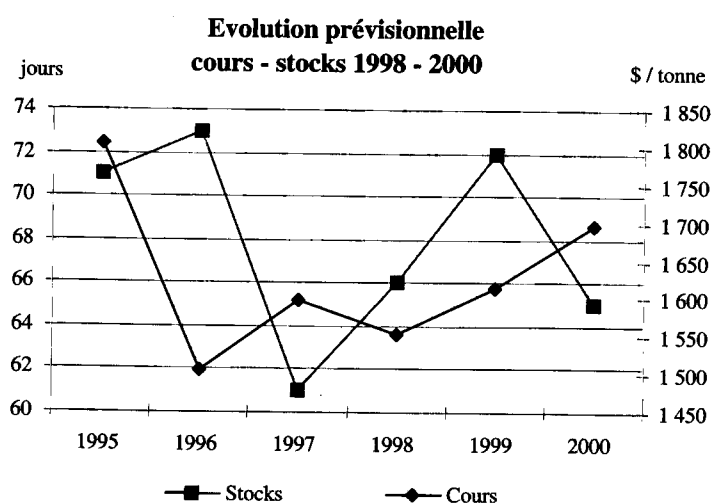
3. Perspectives de la demande mondiale

L'évolution prévisionnelle des indicateurs de l'offre et de la demande mondiale d'aluminium peut être résumée comme suit :

	1995	1996	1997E	1998E	1999E	2000E
Production mondiale	19 762	20 811	21 719	22 558	23 324	24 012
Dont pays de l'ouest	14 584	15 457	16 071	16 711	17 387	18 062
Dont pays de l'est	5 178	5 354	5 648	5 847	5 937	5 950
Consommation mondiale	20 285	20 593	22 136	22 288	22 903	24 242
Dont pays de l'ouest	17 495	17 709	19 038	19 037	19 517	20 262
Dont pays de l'est	2 790	2 884	3 098	3 252	3 387	3 980
Stocks (jours)	71	73	61	66	72	65
Cours (\$ / tonne)	1 805	1 506	1 598	1 553	1 613	1 697

000 tonnes

Source : Brook Hunt, JP Morgan



En 1998, la crise asiatique (1997) devrait induire un ralentissement conjoncturel de la demande et une baisse relative des cours, dans un contexte de marché caractérisé par l'arrivée de capacités de production supplémentaires.

Toutefois, les fondamentaux positifs affichés par les économies nord américaine et européenne, ainsi que le statut relatif des pays d'Asie du sud - est sur le marché de l'aluminium (10% de la demande mondiale) devraient maintenir un trend haussier de la consommation mondiale au delà de 1998 : respectivement +2,8 et +5,8% en 1999 et 2000.

A moyen terme, les cours mondiaux devraient accompagner la croissance de la demande dans un marché caractérisé par l'absence de sur-stockage, et des déficits de capacité de production attendus à horizon 2000.

Les capacités de production installées devraient ainsi avoisiner en 2000 24,8 millions de tonnes, pour une demande de l'ordre de 24 millions de tonnes (et estimée à plus de 26 millions de tonnes en 2005).

Enfin, les perspectives de production et de cours demeurent dans une large mesure tributaires des éléments suivants :

- arbitrage des constructeurs automobiles et fabricants de boissons entre l'aluminium et les autres produits de substitution (acier, plastique...);
- impact du coût des facteurs (alumine et pétrole);
- ajustement en termes de délais entre la réalisation des projets d'investissement visant à accroître les capacités de production disponibles, et l'évolution effective de la demande.

V. DIAGNOSTIC FINANCIER

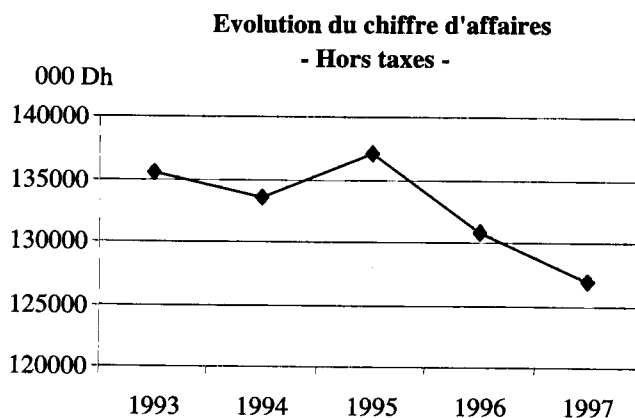
1. Activité

1.1 Evolution globale

L'évolution de l'activité d'Aluminium du Maroc se présente comme suit :

	1993	1994	1995	1996	1997	1998E
Profilés	121 166	119 823	119 964	120 236	118 736	Nd
Accessoires	12 293	12 470	14 994	9 652	6 868	Nd
Autres	2 047	1 243	2 084	855	1 312	Nd
Total	135 506	133 535	137 042	130 742	126 916	139 660
dont export		4 727	4 351	4 117	9 317	Nd

000 Dh – Nd : non disponible
Source : Aluminium du Maroc



L'évolution baissière de l'activité de la société (-1,6% en rythme annuel) est le résultat combiné des facteurs suivants :

- tassement de la demande locale en 1995 – 1996, dans un contexte défavorable de sécheresse et de baisse du pouvoir d'achat ;
- pénétration (relative) des importations induisant un impact baissier sur les prix de vente moyens ;
- les exportations demeurent faiblement contributives en termes de valeur (prix de vente inférieurs aux prix locaux).

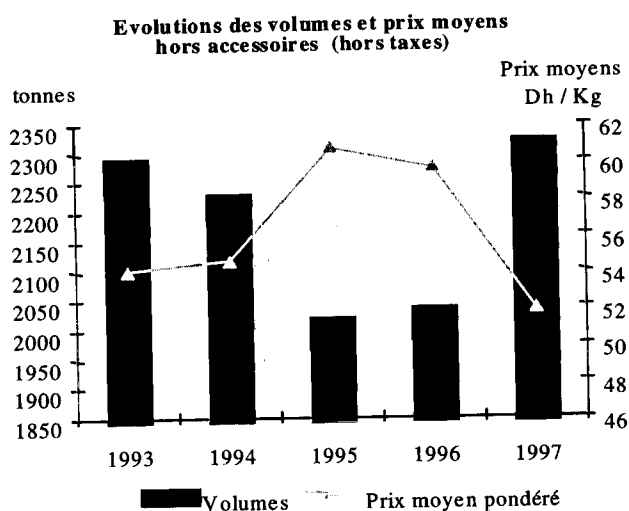
La réallocation de la demande locale vers des produits plus économiques s'est principalement effectuée au détriment de la gamme Alunion, commercialisée par la société, désormais inadaptée aux attentes du marché marocain en termes de coûts et design.

Les accessoires applicables à cette gamme présentent de surcroît des niveaux de prix élevés, et ont partiellement contribué à détourner la demande locale au détriment de cette gamme de profilés.

Ainsi, Aluminium du Maroc a dû faire face à une double évolution :

- baisse des volumes commercialisés au profit de l'importation ;
- pertes de marché des profilés haut de gamme, au profit de produits de moindre qualité : Garbal, Aluma, Alport...

Dans ce contexte, la société a dû consentir des rabais et ristournes supplémentaires afin de préserver ses volumes et positions de marché, appliquant une baisse de ses prix de vente réels d'environ 15% depuis 1995.



Depuis 1995, la société pratique une politique de baisse maîtrisée de ses prix de vente afin de préserver et consolider sa présence commerciale. Ceci se traduit par une baisse relative du chiffre d'affaires, au cours des exercices 1996 et 1997, partiellement compensée par la hausse significative des volumes commercialisés.

En 1997, le redressement des volumes est essentiellement imputable à l'accroissement des exportations auprès des clients Kawneer et Profils Systèmes (de 98 à 278 tonnes).

La signature d'un nouveau contrat de licence avec Profils Systèmes, intervenue en 1998, ainsi que l'élargissement des débouchés à l'export devront permettre de récupérer progressivement les parts de marché concédées, et de réaliser des volumes globaux estimés à 2.700 tonnes.

A cet égard, la poursuite des investissements actuellement entamés devra contribuer à améliorer la qualité et fiabilité des produits commercialisés, et doter la société des leviers nécessaires pour un développement plus soutenu de ses exportations : hall de stockage, ligne de thermolaquage, emballage....

Enfin, la mise en place d'une nouvelle organisation commerciale et un suivi davantage rapproché des gammistes, architectes et bureaux d'étude devra améliorer la « couverture » du réseau de distribution et par suite, relativiser la pénétration des importations.

A titre indicatif, la structure des prix de vente moyens appliqués par la société s'établit comme suit depuis 1993 :

	1993	1994	1995	1996	1997
Marché local (profilés)	54,26	55,32	60,71	59,76	53,43
Marché export	Nd	31,74	36,48	42,22	34,29

Dh / kg - Hors taxes

Source : Aluminium du Maroc

1.2 Activité par produit

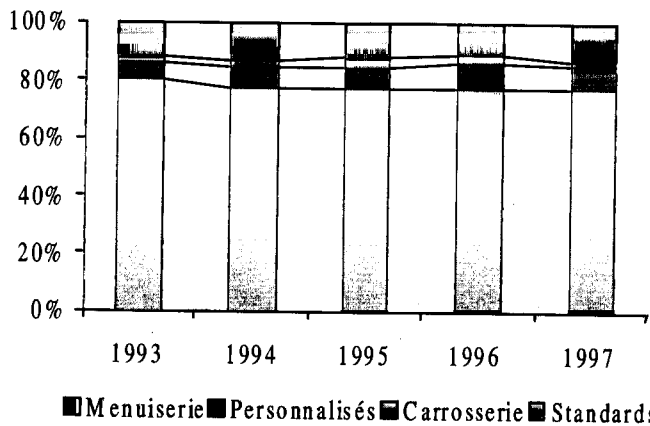
La vente de profilés sur le marché local représente la quasi totalité de l'activité de la société, et se décline comme suit en fonction des produits commercialisés :

	1993	1994	1995	1996	1997
Menuiserie	93 320	90 286	90 936	90 918	83 368
Personnalisés	8 167	8 023	8 600	10 331	10 118
Carrosserie	1 994	3 548	3 975	2 812	2 550
Standards	13 402	13 318	11 839	11 797	13 335
Total	116 883	115 176	115 350	115 857	109 371

000 Dh - Hors taxes

Source : Aluminium du Maroc

Structure de ventes des profilés
- Marché local -



Entre 1993 et 1997, Aluminium du Maroc consolide ses positions sur le créneau des profilés personnalisés et standard, et ce, en dépit d'une baisse tendancielle du chiffre d'affaires.

En 1997, la régression du chiffre d'affaires dégagé par les profilés menuiserie (- 8%) s'explique par la baisse pratiquée des prix.

L'évolution des profilés personnalisés traduit en particulier l'extension du champ d'utilisation des produits aluminium (panneaux de signalisation, enseignes lumineuses, antennes...).

De tels produits sont appelés à enregistrer une croissance corrélée à la pénétration de l'aluminium sur le marché marocain et font d'ores et déjà l'objet d'une action commerciale mieux ciblée.

A l'export, la société s'oriente essentiellement vers un accroissement de la valeur ajoutée des produits commercialisés (parachevés...).

1.3 Ventes par filière

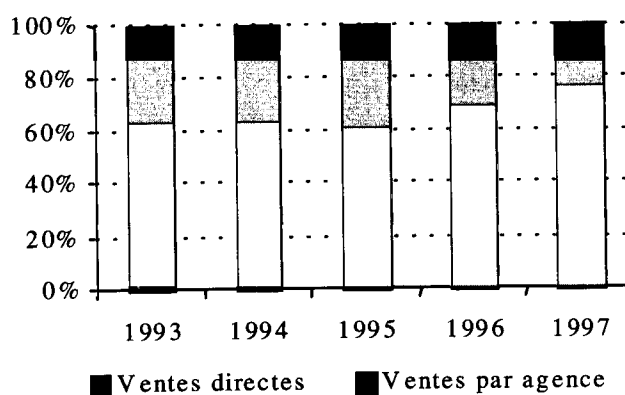
Les ventes de la société sont essentiellement réalisées par le biais de deux canaux : ventes directes usine et agence commerciale sise à Casablanca.

	1993	1994	1995	1996	1997
Ventes directes usine	86 572	85 579	84 463	91 398	98 496
Ventes agence	48 934	47 956	52 579	39 344	28 420
Total	135 506	133 535	137 042	130 742	126 916

000 Dh - Hors taxes

Source : Aluminium du Maroc

Ventes par filière
- % CA Hors taxes -



L'activité générée par l'agence commerciale de Casablanca accuse une baisse significative (-12% en rythme annuel) et représente désormais 22% du chiffre d'affaires global (vs 36% en 1993). Une telle évolution reflète pour l'essentiel les pertes de marché subies par les profilés de la gamme Alunion et accessoires y afférents.

Aujourd'hui, la mise en place d'une force commerciale installée localement (à Casablanca) et structurée (recrutement de commerciaux coiffés par un nouveau directeur commercial) doit permettre de capter dans de meilleures conditions la clientèle de gammistes et menuisiers, et ce, en prenant appui sur des produits novateurs et davantage compétitifs en termes de coûts et design.

A cet égard, le contrat de licence conclu avec Profils Systèmes permettra à Aluminium du Maroc de commercialiser des produits plus légers (en kg par mètre linéaire), et plus économiques, et de fournir les accessoires dans des conditions compétitives.

Au total, hors exportations, les actions de restructuration entamées devront contribuer à l'avenir à un meilleur rééquilibrage de l'activité au bénéfice de l'agence commerciale de Casablanca.

Tableau synthétique des indicateurs d'activité

	1995	1996	1997
Ventes (tonnes)	1.906,48	1.942,68	2.050,32
Dont export	119,26	97,53	271,73
Prix moyens (dh/kg)	59,28	58,92	51,19
Chiffre d'affaires (Kdh)	137 042	130 742	126 916

2. Analyse de la rentabilité

La rentabilité d'exploitation subit l'évolution suivante depuis 1993 :

	1993	1994	1995	1996	1997
Production (1)	135 812	135 229	139 826	129 746	127 103
Achats (2)	65 287	68 923	84 576	71 625	79 103
Marge brute (1) -(2)	70 525	66 306	55 250	58 121	48 001
<i>Taux de marge brute</i>	52%	49%	40%	45%	38%
Résultat d'exploitation	55 622	49 915	35 106	36 062	23 777

000 Dh – Hors taxes

Prévisions Aluminium du Maroc

La société subit une détérioration de sa marge brute sous l'effet conjugué de la baisse des volumes d'activité, et de la réduction des prix de vente moyens, entamée depuis 1996 (environ 19%).

En 1997, l'augmentation du poste « achats » s'explique essentiellement par la hausse des volumes produits et commercialisés par la société.

La baisse des taux de marge trouve une lecture directe au niveau de la rentabilité nette :

	1993	1994	1995	1996	1997
Résultat d'exploitation	55 622	49 915	35 106	36 062	23 777
Résultat financier	2 323	652	1 110	1 338	2 262
Résultat exceptionnel	-1 002	-1 008	458	-5 153	3 070
Résultat net	44 121	39 028	28 886	26 657	24 676

000 Dh

La société dégage une trésorerie structurellement excédentaire et réalise, en conséquence, des produits financiers récurrents provenant de placements effectués et venant conforter ses niveaux de profitabilité.

Les pertes exceptionnelles comptabilisées en 1993–1994 et 1996 sont imputables à des provisions pour investissement, respectivement à hauteur de 1 et 5 millions de dirhams, et ce, dans le cadre de la réalisation du plan d'investissement 1997 – 2000.

A ce titre, la société a procédé en 1997 à une reprise sur provision à hauteur de 3 millions de dirhams.

Hors événements exceptionnels, la rentabilité nette reflète de manière effective la contraction conjointe de l'activité et des marges :

	1993	1994	1995	1996	1997
Résultat net retraité	47 805	41 718	29 878	30 855	21 483

000 Dh

Hors dotations et reprises exceptionnelles

Aluminium du Maroc tire par ailleurs avantage de mesures d'atténuation fiscale, liées à sa localisation dans la zone de Tanger : réduction à hauteur de 50% de l'impôt sur les sociétés, la patente et la taxe urbaine.

Au total, les niveaux de rentabilité de Aluminium du Maroc se présentent comme suit :

	1993	1994	1995	1996	1997
Résultat net	44 121	39 028	28 887	26 657	24 676
Fonds propres (FP)	135 879	152 137	158 944	168 351	175 777
Total Actif	166 624	183 870	190 115	196 117	206 063
Return On Equity (ROE)	-	27,10%	18,57%	16,29%	14,34%
Return On Asset (ROA)	-	22,27%	15,45%	13,80%	12,27%

ROE = Résultat net n / ((FP n-1+FP n)/2)

ROA = Résultat net n / ((Actif net n-1+Actif net n)/2)

3. Structure financière

Les niveaux de profitabilité dégagés permettent – structurellement – de conforter l'assise financière de la société, aux distributions de dividendes près, et de disposer d'une trésorerie excédentaire:

	1993	1994	1995	1996	1997
Fonds de roulement	90 518	97 837	103 810	115 350	121 291
Besoin en fonds de roulement	60 463	85 985	92 533	78 521	75 359
Trésorerie	30 055	11 852	11 277	36 829	45 933

000 Dh

Le poids élevé des besoins en fonds de roulement s'explique principalement par l'importance des délais de règlement accordés à la clientèle (200 jours de CA au 31/12/1997).

Ceci s'explique par une politique délibérée de la société visant à accroître ses volumes d'activité auprès d'une clientèle stable.

A titre indicatif, l'échéancier des créances clients s'établit à 20.581.541,77 Dhs au 30 juin 1998 et se répartit de la manière suivante (en dirhams) :

Juillet 1998	: 1.624.535,80
Août 1998	: 5.348.433,12
Septembre 1998	: 7.029.197,92
Octobre 1998	: 3.940.681,07
Novembre 1998	: 1.138.099,22
Décembre 1998	: 492.945,50
Janvier 1999	: 421.400,00
Février 1999	: 379.277,53
Mars 1999	: 104.000,00
Avril 1999	: 102.971,81

Les créances en souffrance sont classées et provisionnées au cas par cas et ce, en fonction du degré de solvabilité estimé de chaque client.

VI. COMMENTAIRES DE LA DIRECTION GENERALE

Activité

Depuis 1980, les volumes commercialisés ont crû à un rythme annuel moyen de l'ordre de 10%, et d'environ 14% entre 1980 et 1992.

La société a ainsi bénéficié du développement régulier et soutenu du marché local, qui présente à l'avenir des perspectives positives de croissance compte tenu de:

- la croissance attendue du secteur du bâtiment ;
- l'élargissement potentiel considérable des utilisations de l'aluminium : industrie légère, signalisation, enseignes lumineuses, antennes... ;
- la supériorité de l'aluminium par rapport aux produits concurrents ou de substitution (bois, acier et PVC) tant sur le plan des propriétés physiques (inertie, stabilité...) qu'en termes de coûts (à moyen terme).

Depuis 1993, la stagnation des volumes commercialisés par Aluminium du Maroc s'explique par :

- la morosité de la demande locale liée à la crise économique (sécheresse) intervenue en 1995 – 1996 ;
- la pénalisation relative des produits commercialisés dans un contexte de baisse du pouvoir d'achat des opérateurs, et de réallocation partielle de la demande vers des produits plus économiques et bas de gamme, importés à bas prix (en provenance essentiellement de Tunisie) ;
- la dépendance à l'égard du marché du bâtiment et travaux publics.

Aussi, Aluminium du Maroc procède désormais à la mise en œuvre d'une stratégie de redéploiement de sa production destinée à :

- élargir la gamme de ses produits offerts (enseignes, accessoires divers...);
- élargir les débouchés ;
- accroître le niveau de valeur ajoutée des produits commercialisés, notamment dans une optique de développement profitable de l'activité export (thermolaquage, produits parachevés...);
- développer une action commerciale plus soutenue et mieux ciblée en direction des clients gammistes et menuisiers de la société.

Jusqu'à présent, la licence Alunion, dont dispose Aluminium du Maroc, lui permettait de commercialiser directement les produits fabriqués sous cette marque à travers l'agence commerciale sise à Casablanca – Aïn Sebâa, et ce, en contrepartie du versement de royalties annuels à hauteur de 3% des ventes de profilés de la gamme :

	1993	1994	1995	1996	1997
Chiffre d'affaires Alunion	33 176	32 022	33 201	26 720	19 050
Royalties	917	831	907	712	537

000 Dhs – Hors taxes

Source : Aluminium du Maroc

En février 1996, la cession par Pechiney Bâtiment de son activité de gammiste (Alunion) au groupe Belge Raynaers est intervenue et a occasionné une non reconduction du contrat de licence en faveur de Aluminium du Maroc.

Par suite, cette dernière a concrétisé un rapprochement avec le gammiste français Profils Systèmes, formalisé par la signature d'un contrat de licence en mars 1998, et dont les principales dispositions se résument comme suit :

- exclusivité de distribution des produits de la marque Profils Systèmes sur les pays du Maghreb ;
- engagement de Aluminium du Maroc à ne pas distribuer des systèmes concurrents directement ou par le biais de filiales ;
- conformité du filage effectué aux normes européennes (Ewaa, Euras et Qualicoat) ainsi qu'aux plans fournis par le partenaire étranger.

Par ailleurs, le contrat de licence (à durée indéterminée) inclut des dispositions relatives à la formation des équipes, et de manière générale, aux modalités de l'assistance technique. En contrepartie, une redevance annuelle* de 3% sera versée par Aluminium du Maroc sur la base des ventes de profilés de marque Profils Systèmes réalisées.

Ces derniers doivent ainsi venir en remplacement de la gamme Alunion et permettre à la société de récupérer la part de marché concédée, car présentent des caractéristiques supérieures notamment en termes de design et coûts (poids inférieur au m² linéaire, et accessoires à meilleurs prix).

Concurrence

Dans le contexte du démantèlement douanier à venir, Aluminium du Maroc dispose d'un certain nombre d'atouts et a d'ores et déjà entamé des actions visant à consolider et accroître sa position concurrentielle sur le marché local, et ce, à travers :

- l'acquisition de la licence Profils Systèmes qui devra progressivement permettre de récupérer la part de marché concédée par la gamme Alunion ;
- une action commerciale davantage soutenue et mieux ciblée en direction des menuisiers et bureaux d'études et architectes, visant à accroître les tonnages vendus par l'agence de Casablanca, mais aussi, amener les gammistes à développer une action similaire afin de « couvrir » davantage les menuisiers et limiter la pénétration des importations ;
- une action sur les prix de vente ayant contribué en 1997 à l'accroissement des volumes commercialisés et des parts de marché.

Par ailleurs, la société est en mesure d'assurer une commercialisation « en direct » de ses produits auprès des menuisiers en se conformant aux prix de vente actuellement appliqués par les gammistes.

Une telle réorientation de la démarche commerciale permettra de « capter » la clientèle de menuisiers, et d'éviter leur « migration » en direction de fournisseurs étrangers.

Enfin, les importations de profilés réalisées par les revendeurs depuis 1993 s'expliquent également par le fait que Aluminium du Maroc ne satisfait pas les commandes portant sur des volumes réduits, non rentables en termes d'économies d'échelle et de couverture de frais fixes (acquisition de filières spécifiques par commandes, préparation de l'outillage...).

Sur le plan national, le marché local tend à s'orienter progressivement vers une utilisation davantage soutenue de l'aluminium eu égard à son caractère plus économique à moyen et long terme, ainsi qu'à ses qualités d'utilisation intrinsèque : faible dilatation, stabilité, inertie.

* La société ne supporte pas d'autres redevances au titre de son activité.

Organisation interne

La société a développé un niveau particulièrement élevé de maîtrise de son outil de production et dispose de plusieurs labels de qualité attestant la conformité de ses produits et process aux standards internationaux les plus exigeants : norme NF (pour le filage), directives Qualanod et Qualicoat...

Le personnel employé présente un niveau élevé d'ancienneté et bénéficie de programmes de formation réguliers destinés à actualiser en permanence ses connaissances.

Sur le plan financier, la société présente des performances satisfaisantes et régulières, avec une absence d'endettement financier à moyen et long terme.

Sur le plan organisationnel, un système de gestion intégré et personnalisé permet d'assurer un traitement sécurisé des opérations, tout en répondant de manière adéquate aux demandes du service commercial : calcul automatique des prix de revient et des prix de vente à partir de marges standard déterminées par la direction générale...

Le système informatique a subi une mise à niveau et est opérationnel dans l'optique du passage à l'an 2000.

Perspectives

Les orientations de développement retenues par la Direction Commerciale se déclinent comme suit:

- assurer une couverture étroite des bureaux d'études et cabinets d'architectes et promouvoir les produits de gamme fabriqués par la société ;
- développer une action commerciale soutenue en direction des menuisiers aluminium en vue de leur fidélisation, et d'en faire de véritables partenaires commerciaux (prescription systématique des produits Aluminium du Maroc...);
- poursuivre la mise en œuvre d'une politique commerciale de sélection de la clientèle privilégiant les recouvrements effectifs à la maximisation du chiffre d'affaires.

Cette politique devra également susciter un effet d'entraînement auprès des autres gammistes (clients de la société) en amenant ces derniers à développer une action commerciale similaire en direction des architectes, et à orienter ces derniers vers leurs menuisiers partenaires.

Actuellement, les gammistes se considèrent en effet uniquement comme revendeurs, et ne développent pas d'action commerciale en direction de leurs clients, ce qui occasionne une importante « volatilité » des menuisiers, qui s'approvisionnent successivement auprès d'une multiplicité de fournisseurs.

A titre indicatif, la société présente les indicateurs d'activité suivants au 30 juin 1998 :

	30/06/1998
Quantités vendues (tonnes)	1506
Dont exportations (tonnes)	389
Prix moyens de vente locaux (dh/kg)	52,26
Prix moyens de vente à l'export (dh/kg)	31,06

Source : Aluminium du Maroc

PARTIE IV : FACTEURS DE RISQUES – FAITS EXCEPTIONNELS OU LITIGES

I. FACTEURS DE RISQUES

1. Risques mondiaux

Aluminium du Maroc importe la totalité de ses matières premières, principalement des billettes d'aluminium et dans une moindre mesure des consommables de production (filières) auprès de deux fournisseurs principaux : Pechiney (France) et Hydro Aluminium (Norvège), et se trouve par conséquent exposée à deux types de risques :

- l'évolution des cours des matières premières
- l'évolution des cours dirham / dollar (principale monnaie de facturation).

Toutefois, la société dispose auprès de ses fournisseurs de contrats d'approvisionnement définissant une formule de calcul des coûts d'approvisionnement permettant d'atténuer, dans une certaine mesure, la volatilité des cours mondiaux de l'aluminium ;

Le cours dirham/dollar dépend de plusieurs facteurs notamment la situation des économies respectives et la composition de la formule de détermination du cours élaborée par Bank Al Maghrib.

2. Risques nationaux

Aluminium du Maroc subit principalement deux types de risques nationaux :

- Le comportement de la demande locale : programmes de construction de logements... ;
- l'impact de la déprotection douanière à venir.

Toutefois, la demande locale n'est que partiellement corrélée à la croissance du secteur du bâtiment. En effet, les niveaux actuels de pénétration de l'aluminium dans le secteur du BTP sont limités, et les volumes commercialisés par la société connaissent une croissance régulière et continue.

Aluminium du Maroc a ainsi bénéficié de la croissance soutenue du marché local (10% en moyenne par an depuis 1980) et les perspectives de développement demeurent largement positives en raison de :

- l'élargissement potentiel considérable des utilisations de l'aluminium : industries légères, signalisation et des faibles niveaux de pénétration actuels de l'aluminium dans le secteur du bâtiment...
- la supériorité de l'aluminium par rapport aux produits concurrents et de substitution tant sur le plan des propriétés physiques qu'en termes de coûts.

Concernant l'impact de la déprotection douanière, la société serait certes confrontée à une baisse relative mais contrôlée de ses taux de marge moyens.

En effet, Aluminium du Maroc développe une approche commerciale plus soutenue et davantage ciblée en direction des gammistes pour amener ces derniers à mieux « capter » les menuisiers.

Par ailleurs, la société se positionne depuis 1998 sur des produits davantage compétitifs (Profils Systèmes...) devant permettre de relativiser la pénétration des produits importés.

Enfin, Aluminium du Maroc s'engage dans une promotion accrue de ses exportations, avec pour double objectif de pénétrer les marchés européens, et limiter le degré d'exposition de la société aux risques liés au marché local.

Aluminium du Maroc respecte des normes rigoureuses en matière de protection de l'environnement et dispose d'une unité de traitement des effluents (renvoi de l'eau utilisée dépolluée avec un PH neutre) ainsi que d'une station de neutralisation des chromes et eaux de rinçage.

II. FAITS EXCEPTIONNELS ET LITIGES

A la date de réalisation de la présente Note d'Information, la société ne connaît pas selon la Direction Générale, de faits exceptionnels ou de litiges affectant de manière significative la situation de Aluminium du Maroc.

PARTIE V : ETATS ET METHODES COMPTABLES

I. PRINCIPALES METHODES COMPTABLES

Les états financiers de Aluminium du Maroc sont établis conformément aux principes comptables fondamentaux de la loi 9-98 et la société applique le nouveau plan comptable marocain en vigueur depuis le 1^{er} janvier 1994.

Les principes généraux suivants ont été établis :

- **Actif Immobilisé**

Les immobilisations en non valeur représentent entre autre les frais d'augmentation de capital et les frais afférents aux stand d'exposition utilisés par la société en 1996 et amortis sur une période de cinq ans.

Les immobilisations incorporelles comportent principalement les frais d'assistance technique de la société Pechiney en début d'exploitation, entièrement amortis ainsi que les logiciels amortis sur cinq ans.

Les immobilisations corporelles sont enregistrées à leur prix d'acquisition majoré des frais d'approche. Les taux d'amortissement pratiqués pour les principales immobilisations corporelles sont les suivantes :

Constructions	5-10%
Matériel et outillage	10%
Matériel de transport	20%
Mobilier et matériel de bureau	10%

La société a opté pour un matériel acquis en 1996 pour l'amortissement dégressif.

- **Actif circulant (hors trésorerie)**

Les stocks de matières premières et marchandises sont valorisés au coût moyen pondéré. Les stocks de produits finis sont valorisés au coût direct de fabrication.

Les créances douteuses font l'objet de provisions pour dépréciation dont le montant est estimé en fonction du risque encouru.

- **Les financements permanents, passif circulant (hors trésorerie) et trésorerie** sont à la valeur nominale comptable.

II. COMPTES SOCIAUX DE ALUMINIUM DU MAROC

1. Bilan

ACTIF

	1 993	1 994	1995	1996	1997	30/06/98
IMMOBILISATIONS EN NON VALEURS (A)						
Frais préliminaires	68	38	10	537	428	373
Charges à répartir sur plusieurs exercices	68	38	10	537	428	373
Primes de remboursement des obligations						
IMMOBILISATIONS INCORPORELLES (B)						
Immobilisations en recherche et développement	0	326	400	317	325	387
Brevets, marques, droits et valeurs similaires	0	326	400	317	325	387
Fonds commercial						
Autres immobilisations incorporelles						
IMMOBILISATIONS CORPORELLES (C)						
Terrains	21 105	22 524	23 170	25 770	24 136	22 233
Constructions	1 816	1 816	1 816	1 816	1 816	1 816
Installations techniques, matériels et outillage	3 300	3 076	4 120	3 935	3 572	3 270
Matériel de transport	12 268	11 486	14 947	17 672	14 938	13 520
Mobilier, matériel de bureau et aménagements divers	575	271	324	223	1 924	1 706
Autres immobilisations corporelles	2 239	2 110	1 963	2 124	1 886	1 921
Immobilisations incorporelles en cours	0	0	0	0	0	0
	908	3 764	0	0	0	0
IMMOBILISATIONS FINANCIERES (D)						
Prêts immobilisés	26 638	34 862	35 004	34 828	34 597	30 685
Autres créances financières	0	1 000	1 000	1 000	6 168	2 000
Titres de participation	409	7 383	7 525	7 702	7 473	7 730
Autres titres immobilisés	25 483	25 733	25 733	25 733	20 955	20 955
	747	747	747	393	0	0
ECART DE CONVERSION - ACTIF (E)						
Diminution des créances immobilisées	0	0	0	0	0	0
Augmentation des dettes financières						
TOTAL I (A+B+C+D+E)	47 811	57 751	58 584	61 451	59 486	53 679
STOCK (F)						
Marchandises	23 569	23 783	49 026	28 181	23 832	25 694
Matières et fournitures consommables	10 205	9 572	12 859	9 048	7 619	6 333
Produits en cours	9 125	8 278	27 450	11 412	8 305	15 117
Produits intermédiaires et produits résiduels						
Stock de produits finis	4 239	5 933	8 717	7 721	7 908	4 244
CREANCES DE L'ACTIF CIRCULANT (G)						
Fournisseurs débiteurs, avances et acomptes	65 181	90 477	70 426	69 611	76 732	76 079
Clients et comptes rattachés	0	23	3	5	21	1 904
Personnel	59 502	85 990	64 841	65 986	70 788	69 694
Etat	241	205	189	308	400	537
Comptes d'associés	2 202	3 978	5 257	3 058	4 287	2 629
Autres débiteurs	2 949	250	115	0	(893)	240
Comptes de régularisation actif	4	4	17	135	75	120
	283	27	3	120	268	955
TITRES ET VALEURS DE PLACEMENT (H)						
	0	0	0	0	0	8
ECARTS DE CONVERSION - ACTIF (I)						
Eléments circulants	9	8	14	44	80	0
TOTAL II (F+G+H+I)	88 759	114 268	119 466	97 836	100 644	101 782
TRESORERIE ACTIF						
Chèques et valeurs à encaisser	6 178	1 574	5 403	6 260	5 320	14 567
Banques, T.G. et CCP	23 806	10 125	6 539	30 446	40 488	38 020
Caisse, régie d'avances et accreditifs	72	154	125	123	125	145
TOTAL III	30 055	11 852	12 066	36 829	45 933	52 732
TOTAL GENERAL (I+II+III)	166 625	183 871	190 116	196 117	206 063	208 192
Kdh						

PASSIF

	1993	1994	1995	1996	1997	30/06/98
Capital social ou personnel (1) moins actionnaires, capital souscrit non appelé capital appelé dont versé	41 400	41 400	41 400	41 400	41 400	41 400
Prime d'émission, de fusion, d'apport						
Ecarts de réévaluation						
Réserve légale	4 140	4 140	4 140	4 140	4 140	4 140
Réserve d'investissement	1 493	1 493	1 493	1 493	1 493	1 493
Autres réserves						
Report à nouveau (2)	44 725	66 076	83 024	94 661	104 068	94 244
Résultat net en instance d'affectation (2)	0	0	0	0	0	0
Résultat net de l'exercice (2)	44 121	39 028	28 887	26 657	24 676	12 897
Total des capitaux propres (A)	135 879	152 137	158 944	168 351	175 777	154 174
CAPITAUX PROPRES ASSIMILES (B)	2 450	3 450	3 450	8 450	5 000	5 000
Subvention d'investissement	0	0	0	0	0	0
Provisions réglementés	2 450	3 450	3 450	8 450	5 000	5 000
DETTES DE FINANCEMENT (C)	0	0	0	0	0	0
Emprunts obligataires						
Autres dettes de financement						
PROVISIONS DURABLES POUR RISQUES ET CHARGES (D)	0	0	0	0	0	0
Provisions pour risques						
Provisions pour charges						
ECART DE CONVERSION - PASSIF (E)	0	0	0	0	0	0
Augmentation des créances immobilisées						
Diminution des dettes de financement						
TOTAL I (A+B+C+D+E)	138 329	155 587	162 394	176 801	180 777	159 174
DETTES DU PASSIF CIRCULANT (F)	28 264	28 261	26 919	19 267	25 245	48 938
Fournisseurs et comptes rattachés	16 075	12 701	14 291	4 304	10 678	14 775
Clients créditeurs, avances et acomptes	24	50	88	64	35	157
Personnel	77	85	86	94	86	84
Organismes sociaux	219	270	365	409	592	442
Etat	11 827	15 104	11 807	14 033	13 561	15 296
Comptes d'associés	11	12	6	7	8	16 988
Autres créanciers	31	38	38	38	36	42
Comptes de régularisation passif	0	0	239	318	250	1 153
AUTRES PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES (G)	0	0	0	0	0	0
ECARTS DE CONVERSION - PASSIF (Eléments circulants) (H)	32	23	13	49	40	80
TOTAL II (F+G+H)	28 296	28 284	26 932	19 316	25 286	49 018
TRESORERIE PASSIF						
Crédits d'escompte			790			
Crédits de trésorerie						
Banques de régularisation						
TOTAL III	0	0	790	0	0	0
TOTAL GENERAL (I+II+III)	166 625	183 871	190 116	196 117	206 063	208 192
Kdh						
(1) Capital personnel débiteur (-)						
(2) Bénéficiaire (+) déficitaire (-)						

2. Compte de Produits et Charges

	1993	1994	1995	1996	1997	30/06/98
I PRODUITS D'EXPLOITATION						
Ventes de marchandises en l'état						
Ventes de biens et services produits	12 740	12 982	16 072	10 143	7 448	4 708
Variation de stocks de produits finis (+/-) (1)	122 766	120 553	120 970	120 600	119 468	73 146
Immobilisations produites par l'entreprise pour elle-même	307	1 695	2 784	-996	187	-3 664
Subventions d'exploitation						
Autres produits d'exploitation						
Reprise d'exploitation; transferts de charges						
TOTAL I	135 813	135 230	139 826	129 746	127 103	74 190
II CHARGES D'EXPLOITATION						
Achats revendus (2) de marchandises	11 348	11 899	14 941	8 379	6 863	3 448
Achats consommés (2) de matières et fournitures	53 939	57 024	69 635	63 246	72 240	42 739
Autres charges externes	4 655	5 004	6 322	5 526	5 751	3 604
Impôts et taxes	658	543	571	580	566	288
Frais de Personnel	7 366	7 973	10 006	10 623	11 764	6 875
Autres charges d'exploitation	136	136	136	136	107	54
Dotations d'exploitation	2 088	2 735	3 109	5 194	6 035	2 969
TOTAL II	80 191	85 315	104 720	93 684	103 326	59 976
III RESULTAT D'EXPLOITATION						
	55 621	49 915	35 106	36 062	23 777	14 214
IV PRODUITS FINANCIERS						
Produits des titres de participations et autres titres immobilisés						
Gains de change	306	103	395	203	394	195
Intérêts et autres produits financiers	2 263	849	1 408	1 301	2 052	836
Reprises financières; transfert de charges						
TOTAL IV	2 569	953	1 803	1 504	2 446	1 032
V CHARGES FINANCIERES						
Charges d'intérêts		18	226	135		
Pertes de change	246	283	467	31	183	73
Autres charges financières						
Dotations financières						
TOTAL V	246	300	693	166	183	73
VI RESULTAT FINANCIER (IV - V)						
	2 323	653	1 110	1 338	2 262	958
VII RESULTAT COURANT (III + VI)						
	57 944	50 567	36 216	37 400	26 040	15 172
VIII PRODUITS NON COURANTS						
Produits de cessions d'immobilisations			115			288
Subventions d'équilibre						
Reprises sur subventions d'investissement						
Autres produits non courants	6		366	4	10	
Reprises non courantes; transferts de charges					3 450	
TOTAL VIII	6	0	481	4	3 460	288
IX CHARGES NON COURANTES						
Valeurs nettes d'amortissement des immobilisations cédées			4			
Subventions accordées						
Autres charges non courantes	8	8	18	156	389	19
Dotations non courantes aux amortissements et aux provisions	1 000	1 000		5 000		
TOTAL IX	1 008	1 008	22	5 156	389	19
X RESULTAT NON COURANT (VIII-IX)						
	-1 002	-1 008	458	-5 153	3 070	269
XI RESULTAT AVANT IMPOTS (VII +/- X)						
	56 943	49 559	36 674	32 247	29 110	15 441
XII IMPOTS SUR LES RESULTATS						
	12 822	10 531	7 788	5 590	4 434	2 544
XIII RESULTAT NET (XI-XII)						
	44 121	39 028	28 887	26 657	24 676	12 897
TOTAL DES PRODUITS (I+IV+VIII)						
	138 387	136 182	142 110	131 254	133 009	75 510
TOTAL DES CHARGES (II+V+IX+XII)						
	94 266	97 155	113 224	104 597	108 332	62 612
RESULTAT NET (total des produits - total des charges)						
	44 121	39 028	28 887	26 657	24 676	12 897

(1) Variations de stocks: Stock final - stock initial; augmentation (+); diminution (-)

(2) Achats revendus ou consommés: achats - variations de stock

3. Etat des soldes de gestion

	1993	1994	1995	1996	1997	30/06/98
Ventes de marchandises en l'état	12 740	12 982	16 072	10 143	7 448	4 708
Achats revendus de marchandises	11 348	11 899	14 941	8 379	6 863	3 448
MARGE BRUTE VENTE EN L'ETAT	1 392	1 083	1 132	1 764	585	1 260
Ventes de biens et services produits	122 766	120 553	120 970	120 600	119 468	73 146
Variation stocks de produits	307	1 695	2 784	-996	187	-3 664
PRODUCTION DE L'EXERCICE	123 072	122 248	123 754	119 603	119 655	69 482
Achats consommés de matières et fournitures	53 939	57 024	69 635	63 246	72 240	42 739
Autres charges externes	4 655	5 004	6 322	5 526	5 751	3 604
CONSOMMATIONS DE L'EXERCICE	58 594	62 028	75 957	68 772	77 991	46 342
VALEUR AJOUTEE	65 870	61 302	48 928	52 595	42 250	24 399
Subventions d'exploitation	658	543	571	580	566	288
Impôts et taxes	7 366	7 973	10 006	10 623	11 764	6 875
Charges de personnel	57 846	52 786	38 351	41 393	29 920	17 236
EXCEDENT BRUT D'EXPLOITATION	57 846	52 786	38 351	41 393	29 920	17 236
Autres produits d'exploitation	136	136	136	136	107	54
Autres charges d'exploitation	136	136	136	136	107	54
Reprises d'exploitation; transferts de charges	2 088	2 735	3 109	5 194	6 035	2 969
Dotations d'exploitation	55 621	49 915	35 106	36 062	23 777	14 214
RESULTAT D'EXPLOITATION	55 621	49 915	35 106	36 062	23 777	14 214
RESULTAT FINANCIER	2 323	653	1 110	1 338	2 262	958
RESULTAT COURANT	57 944	50 567	36 216	37 400	26 040	15 172
RESULTAT NON COURANT	-1 002	-1 008	458	-5 153	3 070	269
Impôt sur les résultats	12 822	10 531	7 788	5 590	4 434	2 544
Résultat net de l'exercice	44 121	39 028	28 887	26 657	24 676	12 897
Kdh						
CAPACITE D'AUTOFINANCEMENT	1 993	1 994	1 995	1 996	1 997	30/06/98
Résultat net de l'exercice	44 121	39 028	28 887	26 657	24 676	12 897
Dotation d'exploitation	2 088	2 735	3 109	3 535	4 755	
Dotation financières						
Dotation non courantes	1000	1 000		5 000		
Reprises d'exploitation						
Reprises financières					3 450	
Reprises non courantes						
Produits des cessions d'immob			115			
Valeurs nettes d'amt des immob cédées			4			
CAPACITE D'AUTOFINANCEMENT	47 209	42 762	31 884	35 192	25 981	12 897
Distribution des bénéfices	22 770	22 770	22 080	17 250	17 250	
AUTOFINANCEMENT	24 439	19 992	9 804	17 942	8 731	12 897
Kdh						

4. Tableaux de financement

I SYNTHÈSE DES MASSES DU BILAN

MASSES	
1	Financement permanent
2	- Actif immobilisé
3	= Fonds de roulement fonctionnel (A)
4	Actif circulant
5	- Passif circulant
6	= Besoin de financement global (B)
7	Trésorerie nette (A-B)

1997 (a)	1996 (b)	Variation (a-b)	
		Emplois (c)	Ressources (d)
180 777	176 801		3 976
59 485	61 452	0	1 966
121 291	115 349	0	5 943
100 644	97 837	2 808	
25 286	19 317		5 969
75 359	78 520		3 161
45 933	36 829	9 104	

II EMPLOIS ET RESSOURCES

I RESSOURCES STABLES DE L'EXERCICE (flux)	
Autofinancement (A)	
Capacité d'autofinancement	
- Distribution des bénéficiaires	
Cession et réduction d'immobilisations (B)	
Cessions d'immobilisations incorporelles	
Cessions d'immobilisations corporelles	
Cessions d'immobilisations financières	
Récupération sur créances immobilisées	
Cession des placements affectés aux op. d'ass.	
Augmentation des capitaux propres (C)	
Augmentation de capital, apports	
Augmentation des dettes de financement (D)	
Augmentation des provisions techniques (E)	
Total I = Ressources stables (A+B+C+D+E)	
II EMPLOIS STABLES DE L'EXERCICE (flux)	
Acquisition et augmentation d'immobilisations (F)	
Acquisition d'immobilisations incorporelles	
Acquisition d'immobilisations corporelles	
Acquisition d'immobilisations financières	
Augmentation de créances immobilisées	
Augmentation des placements affectés aux op. d'ass. (G)	
Remboursement des capitaux propres (H)	
Remboursement des dettes de financement (I)	
Emplois en non valeurs (J)	
Total II = Emplois stables (F+G+H+I+J)	
III VARIATION DU BESOIN DE FINANCEMENT GLOBAL	
IV VARIATION DE LA TRÉSORERIE	
TOTAL GENERAL	

1997		1996	
Emplois	Ressources	Emplois	Ressources
	25 981	17 250	39 546
17 250	25 981	17 250	
	5 606		354
	393		354
	5 213		
	0		
	0		
	0		
0	31 587		39 546
8 394		6 212	
110		14	
2 909		6 021	
5 375		177	
		545	
8 394	0	6 757	0
	3 161		10 014
9 104		25 553	
34 748	34 748	49 560	49 560

Kdh

5. Tableau des titres de participation au 31/12/1997

Raison sociale de la société émettrice	Secteur d'activité	Capital social	Participation au capital en %	Prix d'acquisition global	Valeur comptable nette	Extraits des derniers états de synthèse de la société			Produits inscrits au CPC de l'exercice
						Date de clôture	Situation nette	Résultat net	
Ste Handel	Immobilière	36 750	51.00%	148 000.00	148 000.00	31/12/96	36 750.00		
SMA Strucral	Immobilière	2 150 000	76.75%	1 650 000.00	1 650 000.00	31/12/96	8 286 573.43	-387 933.15	
Afrique Industrie	Industrielle	14 575 000	34.58%	13 007 463.09	13 007 463.09	31/12/96	8 134 971.42	-5 373 335.24	
Mansart	Industrielle	1 000 000	100%	5 900 000.00	5 900 000.00	31/12/96	730 987.52	-26 000.00	
Belpromo	Immobilière	1 000 000	100%	250 000.00	250 000.00	31/12/96	29 914.08	-181 294.64	
TOTAL		18 761 750		20 955 463.09	20 955 463.09		17 219 196.45	-5 968 563.03	

Dh

6. Tableau d'affectation du résultat

ORIGINE DES RESULTATS A AFFECTER					AFFECTATION DES RESULTATS				
	1994	1995	1996	1997		1994	1995	1996	1997
Report a nouveau					Réserve légale				
Résultat net en instance d'affectation	39 028	28 887	26 657	24 676	Autres réserves				
Résultat net de l'exercice					Tantièmes				
Prélèvements sur réserves					Dividendes	22 080	17 250	17 250	
Autres prélèvements					Autres affectations				
					Reports à nouveau	16 948	11 637	9 407	
TOTAL	39 028	28 887	26 657	24 676	TOTAL	39 028	28 887	26 657	0

Dh

7. Sûretés réelles reçues ou données

	1995	1996	1997
Sûretés réelles données			
Sûretés réelles reçues			
Total			

NEANT

8. Engagements donnés ou reçus hors opérations de crédit bail

ENGAGEMENTS RECUS	1996	1997
Avals et cautions	3 799 701	2 487 914
Engagements en matière de pensions et retraites		
Autres engagements donnés		
Total	3 799 701	2 487 914
ENGAGEMENTS DONNES		
Avals et cautions	NEANT	
Autres engagements reçus		
Total		

Dh

9. Biens en crédit bail

Néant

10. Datation et événements postérieurs

DATATION

Date de clôture	31/12/1997
Date d'établissement des états de synthèse	31/03/1998

EVENEMENTS NES POSTERIEUREMENT A LA CLOTURE DE L'EXERCICE NON RATTACHABLES A CET EXERCICE ET CONNUS AVANT LA 1° COMMUNICATION EXTERNE DES ETATS DE SYNTHESE

Dates	Indication des événements
	Favorables: NEANT
	Défavorables: NEANT

11. Tableau des créances et dettes du bilan au 31/12/1997

	TOTAL	ANALYSE PAR ECHEANCE			AUTRES ANALYSES			
		> 1 an	< 1an	Echues non recouvrées	Devises	Etat organismes publics	Entreprises liées	Effets
Prêts immobilisés	6 168							
Autres créances financières	7 473	1	7 472			106	7 366	
Total créances de l'Actif Immobilisé	7 473	1	7 472	0	0	106	7 366	0

Fournisseur, débiteurs...	21	21						
Clients et comptes rattachés	74 124	69 425	593	4 107	4 680		8 929	31 584
Personnel	400	400						
Etat	4 287	4 287				4 287		
Comptes d'associés	893	893						
Autres débiteurs	75	75						
Comptes de régul - Actif	268	268						
Total créances de l'Actif circulant	80 068	75 369	593	4 107	4 680	4 287	8 929	31 584

Kdh

TABLEAU DES DETTES - ALUMINIUM DU MAROC

	TOTAL	ANALYSE PAR ECHEANCE			AUTRES ANALYSES			
		> 1 an	< 1an	Echues non recouvrées	Devises	Etat organismes publics	Entreprises liées	Effets
Emprunts obligataires								
Autres dettes de financement								
Total dettes de financement								

Fournisseur et comptes rattachés		10 678	0		5 789	948		9
Clients créditeurs, avances..		35						
Personnel		86						
Organismes sociaux		592	0					
Etat		13 561	0			13 561		
Comptes d'associés		8	0					
Autres créanciers		36	0					
Comptes de régularisation passif		250	0					
Total dettes du passif circulant	25 245	25 245	0	0	5 789	14 509	0	9

Kdh

12. Tableau des provisions au 31/12/1997

	Début d'exercice	Dotations			Reprises			Fin d'exercice
		Exploitation	Financière	Non courante	Exploitation	Financière	Non courante	
Provision pour dépréciation de l'actif immobilisé Provision réglementées Provisions durables pour risques et charges	8 450						3 450	5 000
Sous total 1	8 450	0	0	0	0	0	3 450	5 000
Provision pour dépréciation de l'actif circulant Autres provisions pour risques et charges Provision pour dépréciation de comptes de trésorerie	2 055	1 281						3 336
Sous total 2	2 055	1 281	0	0	0	0	0	3 336
TOTAL	10 505	1 281	0	0	0	0	3 450	8 336

Kdh

13. Plus ou moins values sur cessions ou retraits d'immobilisations 1997

Néant

14. Etat des créances de l'actif immobilisé (extrait du Rapport de l'auditeur)

Prêts immobilisés

	Taux d'intérêt	31.12.1997	31.12.1996*
Prêt au personnel	5%	1 000 000	1 000 000
Prêts aux associés	8%	4 168 000	
Autres prêts	8%	1 000 000	
		6 168 000	1 000 000

Dh - * non audité

Autres créances financières

	31.12.1997	31.12.1996*
Créances rattachées à des participations		
C/C Structural (a)	201 034	403 018
C/C Afric Industries (a)	2 855 600	3 022 500
C/C Haendel (a)	242 684	200 356
C/C Mansart (a)	273 831	138 948
C/C Belpromo (b)	3 793 301	3 763 301
Sous total	7 366 450	7 522 123
Dépôts et cautionnements	106 900	174 159
Total	7 473 350	7 702 282

Dh - * non audité

(a) ces comptes courants des filiales de la société ne sont pas générateurs d'intérêts

(b) ce compte enregistre la contrevaletur des investissements effectués pour la société Belpromo (terrain et frais d'approche)

15. Comptes courants d'associés

Associés débiteurs	Montant	Observations
Holding de Participation et d'Investissements du Nord	235.000,00	Avance sur dividende
Holding Financière d'Investissement du Detroit	85.902,32	Avance + facture d'intérêts
Holding SA	507.005,45	Avance + facture d'intérêts
Sopinord	56.097,32	Facture d'intérêts
Cofinord	9.193,20	Facture d'intérêts
TOTAL	893.198,29	-

Dh - Source : Aluminium du Maroc

III. COMPTES SOCIAUX DES FILIALES

1. Comptes SMA STRUCTAL

1.1 Bilan

ACTIF

	1997
IMMOBILISATIONS EN NON VALEUR (A)	8
Frais préliminaires	8
Charges à répartir sur plusieurs exercices	
Primes de remboursement des obligations	54
IMMOBILISATIONS INCORPORELLES (B)	54
Immobilisations en recherche et développement	
Brevets, marques, droits et valeurs similaires	
Fonds commercial	54
Autres immobilisations incorporelles	
IMMOBILISATIONS CORPORELLES (C)	1 805
Terrains	1 085
Constructions	238
Installations techniques, matériel et outillage	120
Matériel de transport	362
Mobilier, matériel de bureau et aménagements divers	
Autres immobilisations corporelles	
Immobilisations corporelles en cours	
IMMOBILISATIONS FINANCIERES (D)	198
Prêts immobilisés	73
Autres créances financières	125
Titres de participation	
Autres titres immobilisés	
ECARTS DE CONVERSION ACTIF (E)	0
Diminution des créances immobilisées	
Augmentation des dettes financières	
TOTAL I (A+B+C+D+E)	2 065
STOCKS (F)	4 152
Marchandises	1 965
Matières et fournitures consommables	2 187
Produits en cours	
Produits intermédiaires et produits résiduels	
Produits finis	
CREANCES DE L'ACTIF CIRCULANT (G)	12 875
Fournisseurs débiteurs, avances et acomptes	8 952
Clients et comptes rattachés	115
Personnel	3 793
Etat	
Comptes d'associés	
Autres débiteurs	15
Compte de régularisation actif	
TITRES ET VALEURS DE PLACEMENTS (H)	0
ECARTS DE CONVERSION - ACTIF (I)	0
Eléments circulants	
TOTAL II (F+G+H+I)	17 027
TRESORERIE ACTIF	
Chèques et valeurs à encaisser	163
Banque, T.G. et CCP	14
Caisse, Régies d'avances et accréditifs	177
TOTAL III	354
TOTAL GENERAL I+II+III	19 269
Kdh	

PASSIF

	1997
Capital social ou personnel (1)	2 150
moins: actionnaires, capital souscrit non appelé	
Capital appelé dont versé	
Prime d'émission, de fusion, d'apport	
Ecart de réévaluation	
Réserve légale	215
Réserve légale	
Autres réserves	
Report à nouveau	5 922
Résultat net en instance d'affectation	
Résultat de l'exercice	-3 737
Total des capitaux propres (A)	4 549
CAPITAUX PROPRES ASSIMILES (B)	0
Subvention d'investissement	
Provisions réglementés	
DETTES DE FINANCEMENT (C)	197
Emprunts obligataires	
Autres dettes de financement	197
PROVISIONS DURABLES POUR RISQUES ET CHARGES (D)	0
Provisions pour risques	
Provisions pour charges	
ECART DE CONVERSION - PASSIF (E)	0
Augmentation des créances immobilisées	
Diminution des dettes de financement	
TOTAL I (A+B+C+D+E)	4 746
DETTES DU PASSIF CIRCULANT (F)	14 520
Fournisseurs et comptes rattachés	11 335
Clients créditeurs, avances et acomptes	2 039
Personnel	44
Organismes sociaux	200
Etat	893
Comptes d'associés	
Autres créanciers	9
Comptes de régularisation passif	
AUTRES PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES (G)	0
ECARTS DE CONVERSION - PASSIF (Eléments circulants) (H)	0
TOTAL II (F+G+H)	14 520
TRESORERIE PASSIF	
Crédits d'escompte	
Crédits de trésorerie	
Banques (soldes créditeurs)	2
TOTAL III	2
TOTAL GENERAL (I+II+III)	19 269
Kdh	
(1) Capital personnel débiteur (-)	
(2) Bénéficiaire (+) déficitaire (-)	

1.2 Comptes de Produits et Charges

	1997
I PRODUITS D'EXPLOITATION	
Ventes de marchandises en l'état	129
Ventes de biens et services produits	10 265
Variation de stocks de produits (+/-) (1)	1 295
Immobilisations produites par l'entreprise pour elle-même	
Subventions d'exploitation	
Autres produits d'exploitation	
Reprise d'exploitation; transferts de charges	803
TOTAL I	12 492
II CHARGES D'EXPLOITATION	
Achats revendus (2) de marchandises	8 814
Achats consommés (2) de matières et fournitures	1 343
Autres charges externes	98
Impôts et taxes	4 867
Charges de personnel	
Autres charges d'exploitation	
Dotations d'exploitation	354
TOTAL II	15 476
III RESULTAT D'EXPLOITATION (I-II)	-2 983
IV PRODUITS FINANCIERS	
Produits des titres de participations et autres titres immobilisés	
Gains de change	1
Intérêts et autres produits financiers	4
Reprises financières; transfert de charges	
TOTAL IV	5
V CHARGES FINANCIERES	
Charges d'intérêts	118
Pertes de change	
Autres charges financières	
Dotations financières	
TOTAL V	118
VI RESULTAT FINANCIER (IV-V)	-113
VII RESULTAT COURANT (III+VI)	-3 096
VIII PRODUITS NON COURANTS	
Produits de cessions d'immobilisations	
Subventions d'équilibre	
Reprises sur subventions d'investissement	
Autres produits non courants	22
Reprises non courantes; transferts de charges	
TOTAL VIII	22
IX CHARGES NON COURANTES	
Valeurs nettes d'amortissement des immobilisations cédées	
Subventions accordées	
Autres charges non courantes	660
Dotations non courantes aux amortissements et aux provisions	
TOTAL IX	660
X RESULTAT NON COURANT (VIII-IX)	-638
XI RESULTAT AVANT IMPÔT (VII +/- X)	-3 734
XII IMPÔTS SUR LES RESULTATS	3
XIII RESULTAT NET (XI-XII)	-3 737
TOTAL DES PRODUITS (I+IV+VIII)	12 519
TOTAL DES CHARGES (II+V+IX+XII)	16 256
RESULTAT NET (total des produits - total des charges)	-3 737

Kdh

(1) Variations de stocks: Stock final - stock initial; augmentation (+); diminution (-)

(2) Achats revendus ou consommés: achats - variations de stock

2. Comptes AFRIC INDUSTRIES

2.1 Bilan

ACTIF

	1997
IMMOBILISATIONS EN NON VALEUR (A)	56
Frais préliminaires	
Charges à répartir sur plusieurs exercices	56
Primes de remboursement des obligations	
IMMOBILISATIONS INCORPORELLES (B)	3 500
Immobilisations en recherche et développement	
Brevets, marques, droits et valeurs similaires	
Fonds commercial	3 500
Autres immobilisations incorporelles	
IMMOBILISATIONS CORPORELLES (C)	9 752
Terrains	394
Constructions	1 976
Installations techniques, matériel et outillage	5 652
Matériel de transport	94
Mobilier, matériel de bureau et aménagements divers	1 627
Autres immobilisations corporelles	9
Immobilisations corporelles en cours	
IMMOBILISATIONS FINANCIERES (D)	95
Prêts immobilisés	
Autres créances financières	85
Titres de participation	10
Autres titres immobilisés	
ECARTS DE CONVERSION ACTIF (E)	0
Diminution des créances immobilisées	
Augmentation des dettes financières	
TOTAL I (A+B+C+D+E)	13 402
STOCKS (F)	12 881
Marchandises	
Matières et fournitures consommables	9 697
Produits en cours	2 275
Produits intermédiaires et produits résiduels	
Produits finis	910
CREANCES DE L'ACTIF CIRCULANT (G)	27 503
Fournisseurs débiteurs, avances et acomptes	54
Clients et comptes rattachés	25 021
Personnel	11
Etat	2 326
Comptes d'associés	
Autres débiteurs	
Compte de régularisation actif	90
TITRES ET VALEURS DE PLACEMENTS (H)	0
ECARTS DE CONVERSION - ACTIF (I)	30
Eléments circulants	
TOTAL II (F+G+H+I)	40 414
TRESORERIE ACTIF	
Chèques et valeurs à encaisser	5
Banque, T.G. et CCP	97
Caisse, Régies d'avances et accreditifs	8
TOTAL III	110
TOTAL GENERAL I+II+III	53 925
Kdh	

PASSIF

	1997
Capital social ou personnel (1)	14 575
moins: actionnaires, capital souscrit non appelé	
Capital appelé	
dont versé	
Prime d'émission, de fusion, d'apport	
Ecart de réévaluation	
Réserve légale	410
Réserve légale	18
Autres réserves	-6 868
Report à nouveau	
Résultat net en instance d'affectation	
Résultat de l'exercice	4 496
Total des capitaux propres (A)	12 631
CAPITAUX PROPRES ASSIMILES (B)	0
Subvention d'investissement	
Provisions réglementés	
DETTES DE FINANCEMENT (C)	6 700
Emprunts obligataires	
Autres dettes de financement	6 700
PROVISIONS DURABLES POUR RISQUES ET CHARGES (D)	0
Provisions pour risques	
Provisions pour charges	
ECART DE CONVERSION - PASSIF (E)	0
Augmentation des créances immobilisées	
Diminution des dettes de financement	
TOTAL I (A+B+C+D+E)	19 331
DETTES DU PASSIF CIRCULANT (F)	16 864
Fournisseurs et comptes rattachés	10 616
Clients créditeurs, avances et acomptes	218
Personnel	36
Organismes sociaux	337
Etat	3 935
Comptes d'associés	1 381
Autres créanciers	186
Comptes de régularisation passif	155
AUTRES PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES (G)	111
ECARTS DE CONVERSION - PASSIF (Eléments circulants) (H)	180
TOTAL II (F+G+H)	17 155
TRESORERIE PASSIF	
Crédits d'escompte	9 935
Crédits de trésorerie	2 548
Banques (soldes créditeurs)	4 956
TOTAL III	17 440
TOTAL GENERAL (I+II+III)	53 926
Kdh	
(1) Capital personnel débiteur (-)	
(2) Bénéficiaire (+) déficitaire (-)	

2.2 Comptes de Produits et Charges

	1997
I PRODUITS D'EXPLOITATION	
Ventes de marchandises en l'état	0
Ventes de biens et services produits	48 282
Variation de stocks de produits (+/-) (1)	1064.1
Immobilisations produites par l'entreprise pour elle-même	0
Subventions d'exploitation	0
Autres produits d'exploitation	
Reprise d'exploitation; transferts de charges	1235.6
TOTAL I	50 581
II CHARGES D'EXPLOITATION	
Achats revendus (2) de marchandises	0
Achats consommés (2) de matières et fournitures	27 700
Autres charges externes	2 545
Impôts et taxes	322
Charges de personnel	7 090
Autres charges d'exploitation	0
Dotation d'exploitation	4 623
TOTAL II	42 280
III RESULTAT D'EXPLOITATION (I-II)	8 302
IV PRODUITS FINANCIERS	
Produits des titres de participations et autres titres immobilisés	0
Gains de change	155
Intérêts et autres produits financiers	2
Reprises financières; transfert de charges	0
TOTAL IV	157
V CHARGES FINANCIERES	
Charges d'intérêts	2 949
Pertes de change	117
Autres charges financières	0
Dotations financières	30
TOTAL V	3 096
VI RESULTAT FINANCIER (IV-V)	-2 939
VII RESULTAT COURANT (III+VI)	5 363
VIII PRODUITS NON COURANTS	
Produits de cessions d'immobilisations	
Subventions d'équilibre	
Reprises sur subventions d'investissement	
Autres produits non courants	974
Reprises non courantes; transferts de charges	
TOTAL VIII	974
IX CHARGES NON COURANTES	
Valeurs nettes d'amortissement des immobilisations cédées	
Subventions accordées	
Autres charges non courantes	1 728
Dotations non courantes aux amortissements et aux provisions	
TOTAL IX	1 728
X RESULTAT NON COURANT (VIII-IX)	-754
XI RESULTAT AVANT IMPÔT (VII +/- X)	4 609
XII IMPOTS SUR LES RESULTATS	113
XIII RESULTAT NET (XI-XII)	4 496
TOTAL DES PRODUITS (I+IV+VIII)	51 713
TOTAL DES CHARGES (II+V+IX+XII)	47 217
RESULTAT NET (total des produits - total des charges)	4 496

Kdh

(1) Variations de stocks: Stock final - stock initial; augmentation (+); diminution (-)

(2) Achats revendus ou consommés: achats - variations de stock

3. Comptes MANSART

3.1 Bilan

ACTIF

	1997
IMMOBILISATIONS EN NON VALEUR (A)	0
Frais préliminaires	
Charges à répartir sur plusieurs exercices	
Primes de remboursement des obligations	
IMMOBILISATIONS INCORPORELLES (B)	0
Immobilités en recherche et développement	
Brevets, marques, droits et valeurs similaires	
Fonds commercial	
Autres immobilisations incorporelles	
IMMOBILISATIONS CORPORELLES (C)	1 090
Terrains	1 000
Constructions	90
Installations techniques, matériel et outillage	
Matériel de transport	
Mobilier, matériel de bureau et aménagements divers	
Autres immobilisations corporelles	
Immobilités corporelles en cours	
IMMOBILISATIONS FINANCIERES (D)	22
Prêts immobilisés	
Autres créances financières	
Titres de participation	22
Autres titres immobilisés	
ECARTS DE CONVERSION ACTIF (E)	0
Diminution des créances immobilisées	
Augmentation des dettes financières	
TOTAL I (A+B+C+D+E)	1 112
STOCKS (F)	0
Marchandises	
Matières et fournitures consommables	
Produits en cours	
Produits intermédiaires et produits résiduels	
Produits finis	
CREANCES DE L'ACTIF CIRCULANT (G)	0
Fournisseurs débiteurs, avances et acomptes	
Clients et comptes rattachés	
Personnel	
Etat	
Comptes d'associés	
Autres débiteurs	
Compte de régularisation actif	
TITRES ET VALEURS DE PLACEMENTS (H)	0
ECARTS DE CONVERSION - ACTIF (I)	0
Eléments circulants	
TOTAL II (F+G+H+I)	0
TRESORERIE ACTIF	
Chèques et valeurs à encaisser	
Banque, T.G. et CCP	
Caisse, Régies d'avances et accreditifs	
TOTAL III	0
TOTAL GENERAL I+II+III	1 112
K dh	

PASSIF

	<u>1997</u>
Capital social ou personnel (1)	
moins: actionnaires, capital souscrit non appelé	1 000
Capital appelé dont versé	
Prime d'émission, de fusion, d'apport	
Ecart de réévaluation	
Réserve légale	
Réserve légale	
Autres réserves	
Report à nouveau	
Résultat net en instance d'affectation	-269
Résultat de l'exercice	
Total des capitaux propres (A)	<u>-123</u> <u>608</u>
CAPITAUX PROPRES ASSIMILES (B)	
Subvention d'investissement	<u>0</u>
Provisions réglementés	
DETTES DE FINANCEMENT (C)	
Emprunts obligataires	<u>0</u>
Autres dettes de financement	
PROVISIONS DURABLES POUR RISQUES ET CHARGES (D)	
Provisions pour risques	<u>0</u>
Provisions pour charges	
ECART DE CONVERSION - PASSIF (E)	
Augmentation des créances immobilisées	<u>0</u>
Diminution des dettes de financement	
TOTAL I (A+B+C+D+E)	<u>608</u>
DETTES DU PASSIF CIRCULANT (F)	<u>504</u>
Fournisseurs et comptes rattachés	
Clients créditeurs, avances et acomptes	
Personnel	
Organismes sociaux	
Etat	
Comptes d'associés	16
Autres créanciers	488
Comptes de régularisation passif	
AUTRES PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES (G)	<u>0</u>
ECARTS DE CONVERSION - PASSIF (Eléments circulants) (H)	<u>0</u>
TOTAL II (F+G+H)	<u>504</u>
TRESORERIE PASSIF	
Crédits d'escompte	
Crédits de trésorerie	
Banques (soldes créditeurs)	
TOTAL III	<u>0</u>
TOTAL GENERAL (I+II+III)	<u>1 112</u>
Kdh	
(1) Capital personnel débiteur (-)	
(2) Bénéficiaire (+) déficitaire (-)	

3.2 Comptes de Produits et Charges

	1997
I PRODUITS D'EXPLOITATION	
Ventes de marchandises en l'état	
Ventes de biens et services produits	
Variation de stocks de produits (+/-) (1)	
Immobilisations produites par l'entreprise pour elle-même	
Subventions d'exploitation	
Autres produits d'exploitation	
Reprise d'exploitation; transferts de charges	
TOTAL I	0
II CHARGES D'EXPLOITATION	
Achats revendus (2) de marchandises	
Achats consommés (2) de matières et fournitures	
Autres charges externes	
Impôts et taxes	8
Charges de personnel	
Autres charges d'exploitation	
Dotation d'exploitation	15
TOTAL II	23
III RESULTAT D'EXPLOITATION (I-II)	-23
IV PRODUITS FINANCIERS	
Produits des titres de participations et autres titres immobilisés	
Gains de change	
Intérêts et autres produits financiers	
Reprises financières; transfert de charges	
TOTAL IV	0
V CHARGES FINANCIERES	
Charges d'intérêts	
Pertes de change	
Autres charges financières	
Dotations financières	
TOTAL V	0
VI RESULTAT FINANCIER (IV-V)	0
VII RESULTAT COURANT (III+VI)	-23
VIII PRODUITS NON COURANTS	
Produits de cessions d'immobilisations	
Subventions d'équilibre	
Reprises sur subventions d'investissement	
Autres produits non courants	
Reprises non courantes; transferts de charges	
TOTAL VIII	0
IX CHARGES NON COURANTES	
Valeurs nettes d'amortissement des immobilisations cédées	
Subventions accordées	
Autres charges non courantes	97
Dotations non courantes aux amortissements et aux provisions	
TOTAL IX	97
X RESULTAT NON COURANT (VIII-IX)	-97
XI RESULTAT AVANT IMPÔT (VII +/- X)	-120
XII IMPOTS SUR LES RESULTATS	3
XIII RESULTAT NET (XI-XII)	-123
TOTAL DES PRODUITS (I+IV+VIII)	0
TOTAL DES CHARGES (II+V+IX+XII)	123
RESULTAT NET (total des produits - total des charges)	-123

Kdh

(1) Variations de stocks: Stock final - stock initial; augmentation (+); diminution (-)

(2) Achats revendus ou consommés: achats - variations de stock

4. Comptes BELPROMO

4.1 Bilan

ACTIF

	1997
IMMOBILISATIONS EN NON VALEUR (A)	336
Frais préliminaires	
Charges à répartir sur plusieurs exercices	336
Primes de remboursement des obligations	
IMMOBILISATIONS INCORPORELLES (B)	0
Immobilisations en recherche et développement	
Brevets, marques, droits et valeurs similaires	
Fonds commercial	
Autres immobilisations incorporelles	
IMMOBILISATIONS CORPORELLES (C)	3 000
Terrains	3 000
Constructions	
Installations techniques, matériel et outillage	
Matériel de transport	
Mobilier, matériel de bureau et aménagements divers	
Autres immobilisations corporelles	
Immobilisations corporelles en cours	
IMMOBILISATIONS FINANCIERES (D)	0
Prêts immobilisés	
Autres créances financières	
Titres de participation	
Autres titres immobilisés	
ECARTS DE CONVERSION ACTIF (E)	0
Diminution des créances immobilisées	
Augmentation des dettes financières	
TOTAL I (A+B+C+D+E)	3 336
STOCKS (F)	0
Marchandises	
Matières et fournitures consommables	
Produits en cours	
Produits intermédiaires et produits résiduels	
Produits finis	
CREANCES DE L'ACTIF CIRCULANT (G)	0
Fournisseurs débiteurs, avances et acomptes	
Clients et comptes rattachés	
Personnel	
Etat	
Comptes d'associés	
Autres débiteurs	
Compte de régularisation actif	
TITRES ET VALEURS DE PLACEMENTS (H)	0
ECARTS DE CONVERSION - ACTIF (I)	0
Eléments circulants	
TOTAL II (F+G+H+I)	0
TRESORERIE ACTIF	
Chèques et valeurs à encaisser	
Banque, T.G. et CCP	250
Caisse, Régies d'avances et accreditifs	
TOTAL III	250
TOTAL GENERAL I+II+III	3 586
K dh	

PASSIF

	<u>1997</u>
Capital social ou personnel (1)	1 000
moins: actionnaires, capital souscrit non appelé	
Capital appelé	
dont versé	-750
Prime d'émission, de fusion, d'apport	
Ecart de réévaluation	
Réserve légale	
Réserve légale	
Autres réserves	
Report à nouveau	-280
Résultat net en instance d'affectation	
Résultat de l'exercice	-183
Total des capitaux propres (A)	-213
CAPITAUX PROPRES ASSIMILES (B)	0
Subvention d'investissement	
Provisions réglementés	
DETTES DE FINANCEMENT (C)	0
Emprunts obligataires	
Autres dettes de financement	
PROVISIONS DURABLES POUR RISQUES ET CHARGES (D)	0
Provisions pour risques	
Provisions pour charges	
ECART DE CONVERSION - PASSIF (E)	0
Augmentation des créances immobilisées	
Diminution des dettes de financement	
TOTAL I (A+B+C+D+E)	-213
DETTES DU PASSIF CIRCULANT (F)	3 799
Fournisseurs et comptes rattachés	
Clients créditeurs, avances et acomptes	
Personnel	
Organismes sociaux	
Etat	5
Comptes d'associés	3 795
Autres créanciers	
Comptes de régularisation passif	
AUTRES PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES (G)	0
ECARTS DE CONVERSION - PASSIF (Eléments circulants) (H)	0
TOTAL II (F+G+H)	3 799
TRESORERIE PASSIF	
Crédits d'escompte	
Crédits de trésorerie	
Banques (soldes créditeurs)	
TOTAL III	0
TOTAL GENERAL (I+II+III)	3 586
Kdh	
(1) Capital personnel débiteur (-)	
(2) Bénéficiaire (+) déficitaire (-)	

4.2 Comptes de Produits et Charges

	1997
I PRODUITS D'EXPLOITATION	
Ventes de marchandises en l'état	
Ventes de biens et services produits	
Variation de stocks de produits (+/-) (1)	
Immobilisations produites par l'entreprise pour elle-même	
Subventions d'exploitation	
Autres produits d'exploitation	
Reprise d'exploitation; transferts de charges	
TOTAL I	0
II CHARGES D'EXPLOITATION	
Achats revendus (2) de marchandises	
Achats consommés (2) de matières et fournitures	
Autres charges externes	
Impôts et taxes	30
Charges de personnel	
Autres charges d'exploitation	
Dotation d'exploitation	152
TOTAL II	182
III RESULTAT D'EXPLOITATION (I-II)	-182
IV PRODUITS FINANCIERS	
Produits des titres de participations et autres titres immobilisés	
Gains de change	
Intérêts et autres produits financiers	
Reprises financières; transfert de charges	
TOTAL IV	0
V CHARGES FINANCIERES	
Charges d'intérêts	
Pertes de change	
Autres charges financières	
Dotations financières	
TOTAL V	0
VI RESULTAT FINANCIER (IV-V)	0
VII RESULTAT COURANT (III+VI)	-182
VIII PRODUITS NON COURANTS	
Produits de cessions d'immobilisations	
Subventions d'équilibre	
Reprises sur subventions d'investissement	
Autres produits non courants	
Reprises non courantes; transferts de charges	
TOTAL VIII	0
IX CHARGES NON COURANTES	
Valeurs nettes d'amortissement des immobilisations cédées	
Subventions accordées	
Autres charges non courantes	
Dotations non courantes aux amortissements et aux provisions	
TOTAL IX	0
X RESULTAT NON COURANT (VIII-IX)	0
XI RESULTAT AVANT IMPÔT (VII +/- X)	-182
XII IMPOTS SUR LES RESULTATS	2
XIII RESULTAT NET (XI-XII)	-183
TOTAL DES PRODUITS (I+IV+VIII)	0
TOTAL DES CHARGES (II+V+IX+XII)	183
RESULTAT NET (total des produits - total des charges)	-183

Kdh

(1) Variations de stocks: Stock final - stock initial; augmentation (+); diminution (-)

(2) Achats revendus ou consommés: achats - variations de stock

5. Comptes HAENDEL

5.1 Bilan

ACTIF

	1997
IMMOBILISATIONS EN NON VALEUR (A)	0
Frais préliminaires	
Charges à répartir sur plusieurs exercices	
Primes de remboursement des obligations	
IMMOBILISATIONS INCORPORELLES (B)	0
Immobilisations en recherche et développement	
Brevets, marques, droits et valeurs similaires	
Fonds commercial	
Autres immobilisations incorporelles	
IMMOBILISATIONS CORPORELLES (C)	523
Terrains	37
Constructions	
Installations techniques, matériel et outillage	
Matériel de transport	
Mobilier, matériel de bureau et aménagements divers	
Autres immobilisations corporelles	
Immobilisations corporelles en cours	486
IMMOBILISATIONS FINANCIERES (D)	0
Prêts immobilisés	
Autres créances financières	
Titres de participation	
Autres titres immobilisés	
ECARTS DE CONVERSION ACTIF (E)	0
Diminution des créances immobilisées	
Augmentation des dettes financières	
TOTAL I (A+B+C+D+E)	523
STOCKS (F)	0
Marchandises	
Matières et fournitures consommables	
Produits en cours	
Produits intermédiaires et produits résiduels	
Produits finis	
CREANCES DE L'ACTIF CIRCULANT (G)	0
Fournisseurs débiteurs, avances et acomptes	
Clients et comptes rattachés	
Personnel	
Etat	
Comptes d'associés	
Autres débiteurs	
Compte de régularisation actif	
TITRES ET VALEURS DE PLACEMENTS (H)	0
ECARTS DE CONVERSION - ACTIF (I)	0
Eléments circulants	
TOTAL II (F+G+H+I)	0
TRESORERIE ACTIF	
Chèques et valeurs à encaisser	
Banque, T.G. et CCP	2
Caisse, Régies d'avances et accreditifs	
TOTAL III	2
TOTAL GENERAL I+II+III	525
Kdh	

PASSIF

	1997
Capital social ou personnel (1)	37
moins: actionnaires, capital souscrit non appelé	
Capital appelé	
dont versé	
Prime d'émission, de fusion, d'apport	
Ecart de réévaluation	
Réserve légale	
Réserve légale	
Autres réserves	
Report à nouveau	
Résultat net en instance d'affectation	
Résultat de l'exercice	
Total des capitaux propres (A)	37
CAPITAUX PROPRES ASSIMILES (B)	0
Subvention d'investissement	
Provisions réglementés	
DETTES DE FINANCEMENT (C)	0
Emprunts obligataires	
Autres dettes de financement	
PROVISIONS DURABLES POUR RISQUES ET CHARGES (D)	0
Provisions pour risques	
Provisions pour charges	
ECART DE CONVERSION - PASSIF (E)	0
Augmentation des créances immobilisées	
Diminution des dettes de financement	
TOTAL I (A+B+C+D+E)	37
DETTES DU PASSIF CIRCULANT (F)	488
Fournisseurs et comptes rattachés	
Clients créditeurs, avances et acomptes	
Personnel	
Organismes sociaux	
Etat	
Comptes d'associés	487
Autres créanciers	
Comptes de régularisation passif	2
AUTRES PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES (G)	0
ECARTS DE CONVERSION - PASSIF (Eléments circulants) (H)	0
TOTAL II (F+G+H)	488
TRESORERIE PASSIF	
Crédits d'escompte	
Crédits de trésorerie	
Banques (soldes créditeurs)	
TOTAL III	0
TOTAL GENERAL (I+II+III)	525
Kdh	
(1) Capital personnel débiteur (-)	
(2) Bénéficiaire (+) déficitaire (-)	

5.2 Comptes de Produits et Charges

1997

I PRODUITS D'EXPLOITATION

Ventes de marchandises en l'état
 Ventes de biens et services produits
 Variation de stocks de produits (+/-) (1)
 Immobilisations produites par l'entreprise pour elle-même
 Subventions d'exploitation
 Autres produits d'exploitation
 Reprise d'exploitation; transferts de charges

TOTAL I

0

II CHARGES D'EXPLOITATION

Achats revendus (2) de marchandises
 Achats consommés (2) de matières et fournitures
 Autres charges externes
 Impôts et taxes
 Charges de personnel
 Autres charges d'exploitation
 Dotation d'exploitation

TOTAL II

0

III RESULTAT D'EXPLOITATION (I-II)

0

IV PRODUITS FINANCIERS

Produits des titres de participations et autres titres immobilisés
 Gains de change
 Intérêts et autres produits financiers
 Reprises financières; transfert de charges

TOTAL IV

0

V CHARGES FINANCIERES

Charges d'intérêts
 Pertes de change
 Autres charges financières
 Dotations financières

TOTAL V

0

VI RESULTAT FINANCIER (IV-V)

0

VII RESULTAT COURANT (III+VI)

0

VIII PRODUITS NON COURANTS

Produits de cessions d'immobilisations
 Subventions d'équilibre
 Reprises sur subventions d'investissement
 Autres produits non courants
 Reprises non courantes; transferts de charges

TOTAL VIII

0

IX CHARGES NON COURANTES

Valeurs nettes d'amortissement des immobilisations cédées
 Subventions accordées
 Autres charges non courantes
 Dotations non courantes aux amortissements et aux provisions

TOTAL IX

0

X RESULTAT NON COURANT (VIII-IX)

0

XI RESULTAT AVANT IMPÔT (VII +/- X)

0

XII IMPOTS SUR LES RESULTATS

XIII RESULTAT NET (XI-XII)

0

TOTAL DES PRODUITS (I+IV+VIII)

0

TOTAL DES CHARGES (II+V+IX+XII)

0

RESULTAT NET (total des produits - total des charges)

0

Kdh

(1) Variations de stocks: Stock final - stock initial; augmentation (+); diminution (-)

(2) Achats revendus ou consommés: achats - variations de stock



aluminium du maroc

Zone industrielle du Moghoha, route de Tétouan, Tanger, Maroc
Tél. : 09 35 02 17 / 35 03 90 - Fax : 09 35 17 24