

La communication financière de la société ASSAD aurait permis à la direction de démontrer que le meilleur reste à venir telles que l'attestent les projets de développement que la société a réalisés ou ambitionne de réaliser à l'échelle internationale.

En effet, après une 1<sup>ère</sup> expérience réussie en Algérie à travers sa filiale Algérienne spécialisée dans l'assemblage de batteries industrielles, la société vise un développement plus soutenu de son activité à travers une plus grande intégration en participant au rachat de Mpeck, une société algérienne publique spécialisée elle aussi dans la fabrication de batteries industrielles. Retenue comme meilleure offre, la société Assad est en cours de négociation avec les autorités algériennes.

Toujours concernant le volet exportation, la société vient de créer la société SAPHIR Tunisie, société totalement exportatrice en partenariat avec Enersys leader mondial pour la production et la commercialisation de Batteries industrielles. Les BI fabriquées dans le cadre de ce partenariat seront destinées à son « hub » de distribution logé en Europe. Il desservira essentiellement le marché européen et dans une moindre mesure le Moyen orient et l'Afrique. Ce partenariat permettra aussi à la société de bénéficier d'un transfert de savoir faire technologique lié à la technologie AGM.

Du côté de l'activité maintenant et malgré un contexte difficile lié notamment au démantèlement tarifaire, la société a pu maintenir une part de marché > à 50% sur son marché local et consolider ses acquis à l'export et ce grâce à un bon rapport qualité prix qui lui a permis d'augmenter son chiffre d'affaires de 36% pour se situer à 36 MD à fin septembre 2008, soit une hausse de plus de 50% sur le marché local et de 24% sur l'export. Le chiffre d'affaire consolidé du groupe a atteint les 44 MD en hausse de 26% par rapport à la même période écoulée.

Le résultat net s'est lui aussi inscrit en hausse pour atteindre 4MD à fin septembre 2008 contre 4,3 MD à fin 2007.

Pour l'année 2008, le management table sur un chiffre d'affaire prévisionnel de 50MD en hausse de 20% par rapport à 2007 et un chiffre d'affaires consolidé du groupe de 60 MD en hausse lui aussi de 20%. Le résultat net devrait dépasser les 5 MD.

Le 3<sup>ème</sup> volet soulevé par la direction a trait à ses plans d'investissement.

La société a ainsi réalisé la totalité de son programme d'investissement pour la période 2005 -2008 qui a été présenté lors de son introduction en bourse ; ce qui lui a permis d'une part de doubler sa capacité de production tout en améliorant sa productivité.

Concernant les investissements encours, la société prévoit de mettre en place une nouvelle ligne d'assemblage de batteries industrielles durant le 2<sup>ème</sup> semestre de l'année 2009 pour un budget de 4 MD et qui a pour objectif le doublement de ses capacités.

Par ailleurs, le management a ré étiré ses propos concernant la bonne santé financière de la société et les horizons de développement importants qui s'ouvrent à la société notamment sur l'Europe où la société dispose d'un avantage compétitif important. En effet, la batterie tel que l'a spécifié le directeur est un produit périssable et qui nécessite une certaine flexibilité de production et un temps de réponse court, qualités dont disposent la société de par sa proximité avec l'Europe. Il est à préciser que la taille du marché européen de la batterie est estimé à 40 millions pour la batterie de rechange et 20 millions pour la batterie de démarrage.

De plus, il a précisé que le groupe n'est nullement concerné par la crise qui sévit sur les constructeurs automobiles puisqu'il vend les batteries exclusivement pour le marché de rechange et pas pour la première monte, lequel marché n'est pas lié directement à la vente de véhicules neufs.

Concernant le marché local, la concurrence provenant d'importation de batteries est très minime et ne présente pas à terme un danger pour la société. En effet, les barrières à l'entrée sont tellement importantes (nécessité d'avoir son propre réseau de distribution et d'un service après vente ajouté à cela le caractère périssable du produit) que les importateurs n'arrivent pas à percer.

Enfin, le management a précisé que les prévisions établies lors du prospectus d'introduction en bourse ont été réalisés voire largement dépassés. Et que par conséquent, la société va soumettre lors de sa prochaine communication un business plan actualisé.