

**Businesscoot**  
sector web reports

**OLFA PROFIL ENTREPRISE**  
- MARS 2014 -



## Sommaire

<b>OLFA</b> .....	4
L'entreprise.....	4
Chiffres clés : Evolution du chiffre d'affaire 2010-2012.....	5
Compte de résultat.....	5
Bilan.....	6
<b>Les concurrents</b> .....	9
Groupe Wirquin.....	9
Dubourgel.....	9
SIAMP.....	9
Saniplast.....	10
Hamberger Sanitary GmbH.....	10
<b>Analyse SWOT</b> .....	11
Forces.....	12
Faiblesses.....	12
Opportunités.....	13
Menaces.....	14
<b>Conclusions</b> .....	15
<b>Sources :</b> .....	16
<b>Annexes :</b> .....	17



# OLFA

## L'entreprise

OLFA est un fabricant spécialisé dans les abattants, offrant une gamme complète de modèles qui répondent aux besoins adaptés des particuliers et des professionnels. L'entreprise basée en Ardennes a plus de 40 ans d'expérience dans le domaine, avec une production annuelle de 180 000 abattants.

OLFA était détenue par la société familiale SAHFF, qui en 2002 suite à un redressement judiciaire a été reprise par le plasturgiste MJ Industrie de Nantua dans l'Ain, filiale du holding Apcia, à Grenoble. La société familiale a été renommée OLFA et continue à opérer avec un effectif de 36 personnes sur un espace de 72000 m<sup>2</sup> dédiés à la production.

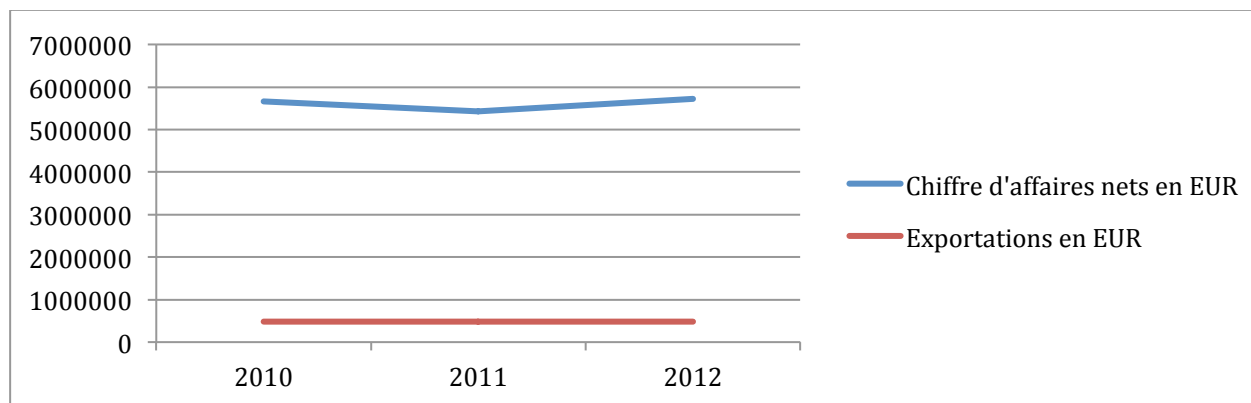
OLFA détient aussi un brevet exclusif, l'entreprise utilisant du bois réticulé pour fabriquer des abattants d'une solidité au-dessus de la moyenne, qui permet de garantir les abattants 5 ans et de bénéficier de labels NF (NF D12-207 et NF 204), une norme élaborée par l'Association Française de Normalisation (AFNOR) et le Centre Scientifique et Technique du Bâtiment (CSTB).

La société fabrique et commercialise les abattants ainsi que les accessoires coordonnés aux abattants, comme des porte-papier, porte-balais, etc. La gamme des abattants est très diversifiée, spécialisée sur des besoins concrets des clients, mais aussi sur des produits innovants, tels que les abattants design, les abattants douche et les abattants mobilité réduite.

La commercialisation de ces produits s'effectue par des revendeurs qui couvrent l'intégralité du territoire français. La distribution de ces produits est très ciblée sur la France, les exportations représentant environ 10% du chiffre d'affaires. La société reste concentrée sur la niche du marché des abattants et maintient sa compétitivité grâce à la qualité de ses produits. Son Directeur Général actuel, Frédéric Thomé, mise sur une diversification dans le négoce des mécanismes de chasses d'eau.



## Chiffres clés : Evolution du chiffre d'affaire 2010-2012



Source : Compte annuels 2010-2012 d'OLFA

## Compte de résultat

Résultats (en EUR)	2010	2011	2012	Changement
Chiffre d'affaires	5 661 412	5 428 238	5 730 007	+1,21%
Charges d'exploitation	5 002 113	4 991 073	5 379 334	+7,54%
Charges du personnel	1 551 122	1 508 456	1 411 596	-9,89%
Résultat professionnel	618 652	577 681	468 618	-32,01%
Impôts	231 002	348 981	181 919	-26,98%
Résultat net	432 298	652 264	1 471 528*	+340,39%

\*Résultat exceptionnel de 1 184 829 enregistré pour 2012 à cause des reprises sur dépréciations et provisions



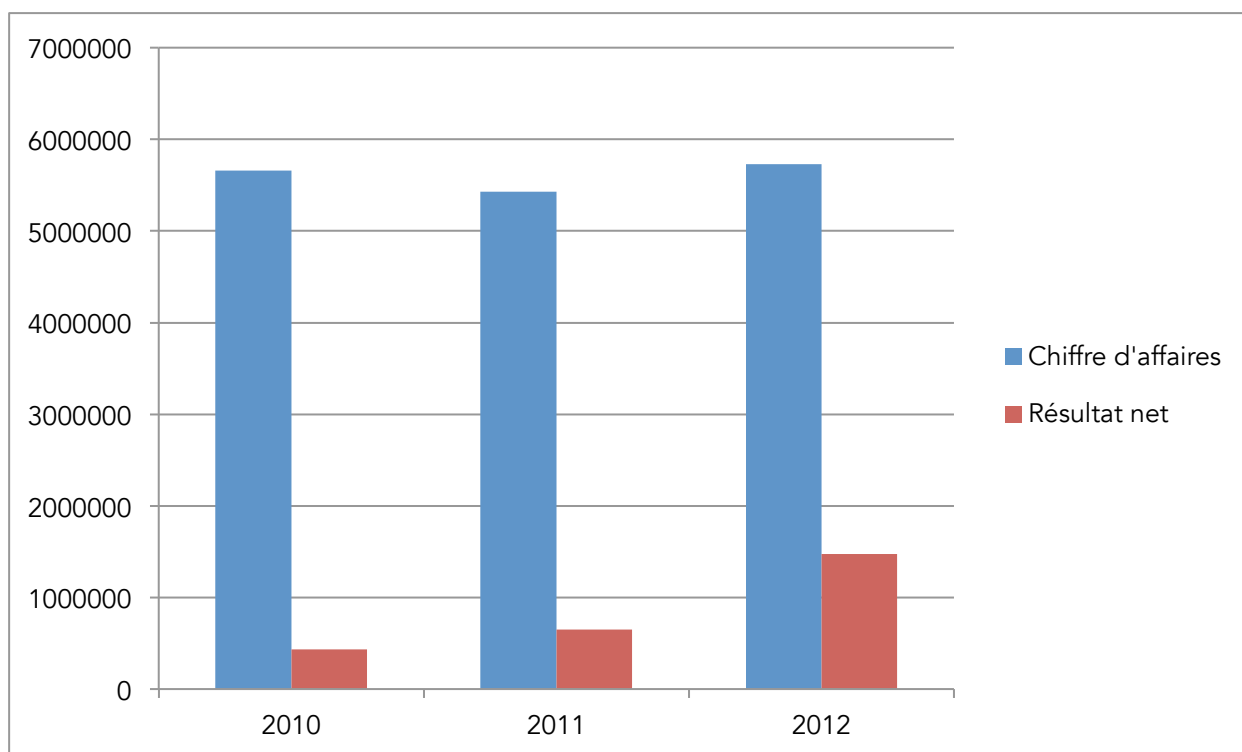
## Bilan

<b>Actif</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
Immobilisations	281 192	236 731	247 328
dont Installations techniques matériel et outillage	195 881	112 605	93 179
Actif circulant	4 924 445	5 246 486	5 225 854
dont disponibilités	312 801	240 544	149 029
<b>Total</b>	<b>5 205 637</b>	<b>5 483 217</b>	<b>5 474 344</b>

<b>Passif</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
Capitaux propres	535 637	1 187 901	2 659 429
Dettes financières	2 809 945	2 816 984	2 523 905
Provisions	1 856 394	1 465 271	285 971
<b>Total</b>	<b>5 205 637</b>	<b>5 483 217</b>	<b>5 474 344</b>

Source : *Compte annuels 2010-2012 d'OLFA*





*Source : Compte annuels 2010-2012 d'OLFA*



## Commentaires du compte de résultat 2012

- **Charges de production et exploitation en hausse.**

Le prix d'achat de matières premières indiqué dans le compte de résultat a fortement augmenté de 2011 à 2012, ce qui rend le taux de croissance du résultat net (en excluant les résultats exceptionnels) assez bas.

- **Diversification interne plutôt qu'externe qui n'impacte pas le résultat net.**

Le montant des exportations reste le même de 2010 à 2012. Même si OLFA reste un acteur important de niche, ses activités ne s'étendent pas vers l'export, mais plutôt vers une diversification interne dans le domaine des mécanismes de chasses d'eau.

- **Variation de stock de matière première peut avoir un impact négatif sur le résultat net.**

Les coûts de stockage de la matière première ainsi que les approvisionnements ont triplé de 2011 à 2012, ce qui montre l'importance de la fluctuation des prix des matières premières ainsi que l'importance du bon timing dans l'approvisionnement.



## Les concurrents

### Groupe Wirquin

Description : Groupe familial avec une présence internationale (10 filiales) et 6 sites de production, commercialisant dans plus de 60 pays dans le monde

Chiffres clés : 1335 collaborateurs ; 130 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2011

Forces : Produits novateurs (ex. : la chasse d'eau à double flux), commercialisés à l'international

Faiblesses : Gestion familiale centralisée, entreprise dirigée encore par Daniel Le Coënt

### Dubourgel

Description : Créée en 1945, la société est une entreprise familiale basée à Fontaine. À l'origine fabricant d'abattants de WC en bois, Dubourgel a évolué vers l'injection plastique et la fabrication de produits en matériaux thermodurcissables. En 2010, Dubourgel a intégré la société MPMP, spécialiste des mécanismes de chasse d'eau

Chiffres clés : 11 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2012 ; 65 collaborateurs

Forces : Spécialisation dans l'injection plastique, fabricant de produits haut de gamme

Faiblesses : Dépendance supérieure à des contrats à gros volumes de commande

### SIAMP

Description : Créée en 1947 à Monaco, SIAMP s'est imposé comme expert dans la conception, la fabrication et la distribution d'une vaste gamme de produits et de systèmes à destination de l'espace toilettes. SIAMP a créé dans les années 90 un système de double-chasse, qui permet de diviser par deux la consommation des ménages, ainsi qu'une nouvelle génération de joints d'étanchéité performants ces dernières années. La production de la société s'est internationalisée par l'ouverture des filiales en Europe de l'Est, en Turquie et au Vietnam





Chiffres clés : Effectif de 200 employés

Forces : Chaîne de production internationale, coûts de production bas, spécialisation sur le développement de nouveaux produits, surtout pour des besoins spécifiques (ex. : mobilité réduite, systèmes de chasse d'eau écologiques, etc.)

Faiblesses : Distribution exclusive par le catalogue annuel de l'entreprise, aucune commercialisation en magasin

## Saniplast

Description : L'entreprise italienne Saniplast est depuis 1962 une entreprise spécialisée dans l'élaboration et la production d'abattants WC et d'accessoires et compléments pour salle de bain, utilisant surtout l'étampage et le travail des résines thermodures. L'entreprise est composée de trois unités de production : accessoires en thermodur, accessoires en thermoplastique et tapis en coton.

Chiffres clés : 23 millions d'euros de chiffre d'affaires (2012)

Forces : L'entreprise a diversifié ses activités en produisant également des accessoires de bain et des tapis en coton.

Faiblesses : Très faibles marges de profit - 146 000 euros en 2012. Le directeur, M. Gino Corioni, vise à acquérir le club de la région, Brescia Calcio.

## Hamberger Sanitary GmbH

Description : La société familiale allemande Hamberger Sanitary GmbH est actuellement le plus grand fabricant d'abattants en Europe. Créée en 1912, la société s'est spécialisée dans le design individuel et les techniques de charnière et reste le leader mondial dans la production d'abattants Thermoset.

Chiffres clés : 60 millions d'euros (2011)

Forces : L'entreprise exporte 50% de la production dans plus de 50 pays

Faiblesses : La production reste assez localisée, avec seulement deux filiales étrangères en Bulgarie et en Chine.



## Analyse SWOT

### Forces

1. Leader de niche
2. Distribution dans toutes les régions de la France
3. Produits de qualité supérieure
3. Production et R&D locaux

### Faiblesses

1. Aucune croissance remarquable
2. Variété limitée pour chaque série de produits
3. Aucune présence internationale
4. Management des stocks

### Opportunités

1. Partenariat avec des distributeurs internationaux
2. Diversification des produits basée sur le bois réticulé
3. Vente de produits par des e-commerces

### Menaces

1. Rachat par un grand groupe sanitaire
2. Concurrence internationale
3. Fluctuation des prix de matières premières



## Forces

### 1. Leader de niche

- OLFA reste le leader du marché d'abattoirs en France.
- Grâce aux différents distributeurs, la société peut servir à la fois les clients professionnels et particuliers.
- Avec son propre centre de R&D interne, la société crée des variations uniques pour les abattoirs.

### 2. Distribution dans toutes les régions de la France

- La distribution s'étend à des revendeurs spécialisés ainsi qu'à des magasins communs de bricolage sous des marques différentes.

### 3. Produits de qualité supérieure

- Les produits OLFA sont reconnus pour leur niveau de qualité supérieure ; c'est une raison pour laquelle OLFA offre une garantie de 5 ans sur ses produits.

### 4. Production et R&D locaux

- L'entreprise développe ses nouveaux produits en interne et fabrique tout en France.
- OLFA bénéficie d'un très bon réseau local pour attirer des bons professionnels.

## Faiblesses

### 1. Croissance relativement modérée

- Le chiffre d'affaires n'augmente que modérément, et en même temps les coûts d'exploitation augmentent plus que le chiffre d'affaires.
- La seule croissance enregistrée reste au niveau des opérations en France.



## 2. Variété limitée pour chaque série de produits

- La gamme de produits sur chaque série est limitée à 3-5 tailles et une dizaine de couleurs.

## 3. Pas de présence à l'international

- OLFA a été intégrée au holding Apcia, qui n'a aucune présence internationale.

## 4. Management des stocks

- Les comptes de l'entreprise montrent une variation importante dans les coûts de stockage et d'approvisionnement. Cela peut résulter de variations de prix des matières premières ou d'achats de volumes importants pour se protéger de la volatilité des prix des matières premières.

# Opportunités

## 1. Partenariat avec des distributeurs internationaux

- Vu que la société OLFA ne commercialise pas ses produits sous sa marque, cela permettrait d'exporter à travers des distributeurs internationaux.
- Alternativement, OLFA peut chercher des grossistes plus connus avec une forte présence internationale et conclure un partenariat pour les exportations en dehors de la France.

## 2. Diversification des produits basée sur le bois réticulé

- Avec la technologie inédite développée par OLFA, la société pourrait envisager une extension de gamme surtout dans les accessoires de bains, une nouvelle ligne de produits qu'elle vient de lancer.
- Une autre option serait de fabriquer des produits en bois réticulé pour d'autres fabricants d'abattants.

## 3. Vente de produits par des e-commerces

- Pour augmenter les volumes, OLFA pourrait créer son propre point de distribution par un magasin en ligne.
- En plus, OLFA devrait négocier avec les grossistes existants pour inclure leurs produits dans leurs catalogues en ligne.



## Menaces

### 1. Rachat par un grand groupe sanitaire

- La possibilité de rachat par un plus grand producteur d'objets sanitaires reste élevée pour OLFA du fait de son statut de leader de niche.

### 2. Concurrence internationale

- Les grands fabricants d'abattants européens ont étendu leur production et leur distribution au niveau international.
- A cause d'une notoriété de marque supérieure, une gamme plus diversifiée de produits et une variété des prix, les clients pourraient s'orienter plutôt vers les grands fabricants d'abattants.

### 3. Fluctuation des prix de matières premières

- Les dernières années ont enregistré une forte hausse dans les prix des matières premières, surtout pour le pétrole. Cela affecte surtout les coûts de production et de logistique.
- Les prix du bois montrent une grande volatilité et une forte oscillation dans les dernières années.



## Conclusions

### Croissance

La société semble avoir déjà atteint le rang de leader dans la niche d'abattants de toilettes en France. Les opportunités de croissance dans ce domaine et dans le territoire restent très faibles, surtout parce que le marché est saturé et que les marges de profit se font plutôt sur les volumes que sur les prix.

### Produits de qualité « made in France »

L'expertise du métier ainsi que la qualité qui provient d'un produit développé et fabriqué exclusivement en France, et conforme aux normes européennes jouent un rôle très important dans la commercialisation des produits sur le marché français.

### Concurrents

Le paysage concurrentiel dans le marché des abattants reste très divisé entre deux extrêmes : d'un côté les producteurs locaux de niche et de l'autre côté les grands fabricants mondiaux, qui exportent plus de 40% de leurs volumes ou qui produisent dans plusieurs pays pour fournir un plus grand nombre de régions.



## Sources :

## Concurrents :

- Groupe Wirquin :

[http://www.lesechos.fr/28/03/2012/LesEchos/21154-516-ECH\\_le-specialiste-des-accessoires-de-toilette-innove-a-l-international.htm](http://www.lesechos.fr/28/03/2012/LesEchos/21154-516-ECH_le-specialiste-des-accessoires-de-toilette-innove-a-l-international.htm)

<http://www.wirquin.fr/le-groupe-wirquin.html>

- Dubourgel :

[http://www.nostrodomus.fr/actualite/2012/02/discretion-les-toilettes-silencieuses-de-dubourgel\\_1328717204.html](http://www.nostrodomus.fr/actualite/2012/02/discretion-les-toilettes-silencieuses-de-dubourgel_1328717204.html)

<http://www.ledauphine.com/economie-et-finance/2012/04/19/dubourgel-investit-250-000-euros-et-s-apprete-a-recruter>

- SIAMP :

<http://www.usinenouvelle.com/article/investissements.N100270>

<http://www.clubbusiness06.com/wp-content/uploads/2013/03/Monaco-un-pays-a-la-hauteur-de-votre-ambition.pdf>

<http://www.journaldunet.com/economie/magazine/creer-son-entreprise-au-vietnam/christophe-industrie.shtml>

[http://www.siamp.com/images/stories/CataloguePdt/Catalogue\\_FR\\_Web\\_2013.pdf](http://www.siamp.com/images/stories/CataloguePdt/Catalogue_FR_Web_2013.pdf)

- Saniplast :

<http://www.calcioefinanza.it/brescia-manenti-corioni-cessione/?lang=fr>

- Hamberger Sanitary GmbH

<http://www.euwid-holz.de/news/bauelemente/einzelansicht/Artikel/hamberger-erwirtschaftet-280-mio-EUR-umsatz.html>



## Annexes :

### Bilan

Actif (en EUR)	2010	2011	2012
Stocks et en-cours	573 512	651 750	876 308
Disponibilités	312 801	240 544	149 029
Créances clients et comptes rattachés	979 674	913 042	894 816
Charges constatées d'avance	29 760	43 359	26 519
Autres créances	3 028 698	3 397 791	3 279 182
<b>Actif circulant</b>	<b>4 924 445</b>	<b>5 246 486</b>	<b>5 225 854</b>
Immobilisations corporelles nettes	280 212	235 761	247 264
Immobilisations incorporelles nettes	917	908	1
Autres actifs	63	63	1 225
<b>Total général</b>	<b>5 205 637</b>	<b>5 483 217</b>	<b>5 474 344</b>

Source : Compte annuels 2010-2012 d'OLFA





<b>Passif (en EUR)</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	1 149 107	1 438 687	1 320 991
Emprunts et dettes financières	544 873	475 081	428 505
Dettes fiscales et sociales	559 454	441 456	447 166
Autres dettes	556 511	461 759	327 243
<b>Total dettes</b>	<b>2 809 945</b>	<b>2 816 984</b>	<b>2 523 905</b>
Provisions pour risques et charges	1 856 394	1 465 271	285 971
Capital social ou individuel	150 000	150 000	150 000
Réserve légale	15 000	15 000	15 000
Report à nouveau	(61 761)	370 637	1 022 901
Résultat de l'exercice	432 398	652 264	1 471 528
<b>Capitaux propres</b>	<b>535 637</b>	<b>1 187 901</b>	<b>2 659 429</b>
Ecart de conversion passif	3 661	13 061	5 039
<b>Total général</b>	<b>5 205 637</b>	<b>5 483 217</b>	<b>5 474 344</b>

Source : Compte annuels 2010-2012 d'OLFA



## Compte de résultats

Résultat (en EUR)	2010	2011	2012
Chiffre d'affaires net	5 661 412	5 428 238	5 730 007
Produits d'exploitation	5 640 951	5 568 046	5 862 249
Achats de matières premières et autres approvisionnements	1 715 221	1 762 679	2 315 638
Autres achats et charges externes	1 407 242	1 437 491	1 547 722
Salaires et traitements	1 135 072	1 096 764	1 023 001
Dotations d'exploitation	191 745	179 547	145 475
Autres charges d'exploitation	552 833	514 592	347 498
Charges d'exploitation	5 002 113	4 991 073	5 379 334
Résultat d'exploitation	638 839	576 973	482 915
Résultat financier	(20 187)	707	(14 297)
Résultat courant avant impôt	618 652	577 681	468 618
Résultat exceptionnel	44 748	423 564	1 184 829
<b>Bénéfice ou perte</b>	<b>432 398</b>	<b>652 264</b>	<b>1 471 528</b>

Source : Compte annuels 2010-2012 d'OLFA



## Articles

### Olfa repris par le plasturgiste MJ Industrie

[http://www.lesechos.fr/01/08/2002/LesEchos/18709-105-ECH\\_olfa-repris-par-le-plasturgiste-mj-industrie.htm](http://www.lesechos.fr/01/08/2002/LesEchos/18709-105-ECH_olfa-repris-par-le-plasturgiste-mj-industrie.htm)

Le fabricant ardennais d'abattants pour lunettes de WC passe dans le giron du holding Apcia, basé à Nantua, dans la « Plastic Valley ». Pour Apcia, la marque, bien distribuée, représente une montée en gamme.

Les Echos n° 18709 du 01 Aout 2002 • page 19

En redressement judiciaire depuis fin décembre dernier, la société familiale SAHFF à Signy-le-Petit, dans les Ardennes, spécialisée dans la fabrication d'abattants pour WC en bois réticulé, distribués sous la marque Olfa, vient d'être reprise par le plasturgiste MJ Industrie de Nantua, dans l'Ain, filiale du holding Apcia, à Grenoble. La firme ardennaise, qui réalise un chiffre d'affaires de 10 millions d'euros, avait déposé son bilan et procédé à un plan social ramenant ses effectifs de 140 à 100 salariés à la suite de difficultés de trésorerie. Le plan de reprise prévoit le maintien des trois quarts des effectifs.

MJ Industrie, qui emploie 140 salariés et réalise un chiffre d'affaires de 23 millions d'euros, est spécialisé dans la fabrication d'accessoires de salles de bains et d'abattants pour WC en plastique. Elle produit aussi des bacs à plantes à réservoir.

Logique de complémentarité  
« La reprise d'Olfa s'inscrit dans une logique commerciale de complémentarité et de montée en gamme. Cette marque est en effet présente chez les grossistes et les distributeurs de haut de gamme, alors que nos produits sont distribués sous les marques Erref, Tissot et Chatelain dans les chaînes de bricolage ou en grandes surfaces généralistes », explique le président du holding grenoblois, qui détient des participations dans plusieurs entreprises de différents secteurs d'activité basées essentiellement en Rhône-Alpes.

### Signy-le-Petit – Olfa – Des abattants de toilettes personnalisés.

[http://www.reims.cci.fr/newsletters/essentiel/archives/2013/03/essentiel\\_20130305.html](http://www.reims.cci.fr/newsletters/essentiel/archives/2013/03/essentiel_20130305.html)

L'entreprise Olfa, spécialisée dans la fabrication d'abattants de toilettes haut de gamme, compte 33 salariés et réalise un CA de 6 millions d'euros. La qualité de ses produits notamment en matière d'hygiène, est un atout majeur de l'entreprise. Aujourd'hui, afin de



poursuivre sa croissance dans un marché de niche, la société, gérée par Frédéric Thomé, s'est diversifiée dans le négoce de mécanismes de chasses d'eau.

## **La holding APCIA prend le contrôle de la SAHFF**

Par L'Usine Nouvelle - Publié le 04 juillet 2002, à 16h00

<http://www.usinenouvelle.com/article/la-holding-apcia-prend-le-contrôle-de-la-sahff.N2322>

### **Capital**

La société familiale SAHFF (10 millions d'euros de chiffre d'affaires) à Signy-le-Petit dans les Ardennes, spécialisée dans la fabrication d'abattants pour WC en bois réticulé distribués sous la marque Olfa, en redressement judiciaire depuis décembre dernier, vient d'être reprise par la société MJ Industrie de Nantua (Ain), filiale de la holding APCIA à Grenoble (Isère).

Le plan de reprise prévoit le maintien de 75 des 100 emplois actuels.

MJ Industrie (140 salariés, 23 millions d'euros de CA), est spécialisée dans la fabrication d'accessoires de salle de bains et d'abattants pour WC en plastique.

« La reprise de la SAHFF s'inscrit dans une logique de synergie commerciale entre nos produits basiques, distribués en grandes surfaces spécialisées, et ceux de l'entreprise ardennaise, plus haut de gamme », explique-t-on à la direction de MJ Industrie.

