**Chiffre d'affaires record pour LIQUI MOLY avec une croissance ralentie**

Les conflits commerciaux, la faiblesse du rouble et le prix du pétrole brut freinent le spécialiste allemand des huiles et additifs

**Décembre 2018 – LIQUI MOLY a atteint un nouveau record de chiffre d'affaires dès sa première année sous l'égide du groupe Würth. Mais la courbe de croissance est moins élevée que par le passé. Le spécialiste allemand des huiles et additifs a enregistré un chiffre d'affaires de 544 millions d'euros en 2018, soit seulement deux pour cent de plus que l'année précédente. « Les conflits commerciaux internationaux, l'été chaud et l'augmentation des coûts, notamment la hausse spectaculaire des prix du pétrole brut, ont considérablement ralenti la croissance de notre chiffre d'affaires et de nos bénéfices », a déclaré Ernst Prost, directeur général de LIQUI MOLY.**

Alors que ces dernières années ont été marquées par des taux de croissance élevés, 2018 a été une année modérée – à une exception près : avec un chiffre d'affaires de près de 54 millions d'euros et une croissance de 34 %, le mois d'octobre a été le mois le plus réussi en plus de 60 ans d'histoire de l'entreprise. Une série de facteurs ont empêché la réalisation d'un taux de croissance aussi élevé pour l'ensemble de l'année : les conflits commerciaux qui couvent dans le monde entier ont ainsi également eu un impact sur les ventes de LIQUI MOLY. Par exemple, l'activité en Chine a diminué de plus d'un tiers. L'activité en Russie, de loin le marché d'exportation le plus important pour la société, a également connu une baisse considérable au cours des 24 derniers mois en raison de la forte dévaluation du rouble. « De tels changements laissent des traces », déclare Salvatore Coniglio, directeur des exportations. « Si nous n'étions pas représentés dans 150 pays dans le monde, les résultats en Chine et en Russie auraient beaucoup plus de poids. Nous pouvons donc compenser la baisse des ventes dans différents pays avec de nouveaux marchés. »

Le recul des exportations n'a pas été compensé par la légère croissance du marché allemand, qui fait l'objet d'une forte concurrence. « Dans les circonstances actuelles, une croissance de 2 % en Allemagne et en Autriche est un véritable succès », souligne Günter Hiermaier, directeur général. « Après tout, le nombre de concurrents augmente, mais le gâteau à partager reste le même. Il est donc âprement disputé. Nous continuerons à nous concentrer sur la combinaison des offres marketing et du pouvoir de vente. »

Parallèlement à la baisse de l'augmentation des ventes, les coûts de l'entreprise ont augmenté de façon spectaculaire. Outre les investissements estimés à environ onze millions d'euros pour des concepts supplémentaires de gestion des marchandises, un nouveau logiciel et un nouveau réservoir de stockage, des coûts additionnels d'environ six millions d'euros ont été engagés en raison de la hausse du prix des matières premières et des conditions météorologiques : les températures élevées prolongées de l'été ont rendu le Rhin peu ou pas navigable, entraînant la hausse du coût du transport des matières premières et des produits finis. « Au total, nos coûts de fret et de logistique ont augmenté de 1,2 million d'euros. En somme, une douche froide. Un tel double coup dur – des coûts plus élevés et des ventes plus faibles que prévu – font bien entendu drastiquement baisser nos bénéfices. Mais c'est comme ça dans la vie et dans les affaires – il faut s'adapter aux circonstances pour ne pas se mettre hors-jeu. Et chaque année n'est pas la même », explique Ernst Prost.

Les frais de marketing et de recherche et développement ont également augmenté, mais cette hausse était prévue. LIQUI MOLY a investi 19,8 millions d'euros dans le développement de sa marque en 2017 et près d'un million d'euros en 2018. « Notre plus gros coup est certainement le contrat publicitaire avec les Chicago Bulls. Cette équipe de basket-ball est l'une des marques sportives les plus connues au monde. Elle compte 175 millions de fans. Aucune autre équipe professionnelle aux États-Unis ne bat ce chiffre », a déclaré Peter Baumann, directeur marketing, soulignant l'importance des mesures internationales pour l'entreprise allemande.

Tant au niveau national qu'international, la qualité « Made in Germany » demeure un excellent moteur pour LIQUI MOLY. Ce niveau constant de qualité élevée est garanti par la recherche et le développement. C'est la raison pour laquelle les dépenses dans ce domaine ont été portées à près de 6 millions d'euros. « Les lubrifiants modernes sont des structures extrêmement complexes. Afin de rester à la pointe du marché, il faut une technologie de pointe pour le développement et les tests de qualité », explique David Kaiser, responsable de ce domaine et de la technique d'application.

Un autre chiffre a également engendré des coûts supplémentaires : celui des employés de LIQUI MOLY. 24 emplois ont été créés en 2018. Les sites d'Ulm et de Saarlouis ainsi que les filiales étrangères emploient un total de 848 personnes. « Nous sommes heureux de dépenser cet argent, car c'est un plaisir de créer des emplois. Nous sommes tout aussi heureux de payer les coûts supplémentaires d'un million d'euros pour la nouvelle convention collective du syndicat de l'industrie minière, chimique et énergétique, car les membres de la famille LIQUI MOLY en valent la peine », ajoute a déclaré Ernst Prost.

Après la vente des parts de l'ancien associé gérant au groupe Würth au début de l'année, beaucoup craignaient un changement radical pour le spécialiste des huiles et additifs. « En fait, c'est le contraire », se réjouit Ernst Prost. « Ma carte de visite n'indique plus que directeur général et non plus associé gérant, tandis qu'en la personne de Günter Hiermaier, notre ancien directeur commercial de longue date est devenu second directeur général, mais tout le reste reste a été conservé. »

**À propos de LIQUI MOLY**

Avec près de 4 000 produits, LIQUI MOLY propose un assortiment de chimie automobile unique au monde : huiles moteur et additifs, graisses et pâtes, sprays et entretien automobile, colles et produits d’étanchéité. Fondée en 1957, LIQUI MOLY développe et produit ses articles exclusivement en Allemagne. La société y est le leader incontesté du marché des additifs et continuellement élue meilleure marque d’huile. L’entreprise vend ses produits dans plus de 120 pays et a réalisé un chiffre d’affaires de 532 millions d’euros en 2017.

**Pour de plus amples informations, merci de consulter:**

LIQUI MOLY GmbH

Peter Szarafinski

Head of Media Relations international

Jerg-Wieland-Str. 4

89081 Ulm-Lehr

Germany

Tel.: +49 7 31/14 20 189

Fax: +49 7 31/14 20 82

[peter.szarafinski@liqui-moly.de](mailto:peter.szarafinski@liqui-moly.de)