

## AVIS DES SOCIÉTÉS

### INDICATEURS D'ACTIVITÉ TRIMESTRIELS

#### CELLCOM

Siège social : 25, rue de l'artisanat, CHARGUIA II, 2080 Tunis

La société **CELLCOM** publie ci-après ses indicateurs d'activité relatifs au 1<sup>er</sup> trimestre 2017 :

INDICATEURS (en MTND)	DU 01/01/2017 AU 31/03/2017	DU 01/01/2016 AU 31/03/2016	DU 01/01/2016 AU 31/12/2016*
Total des revenus (HT)	3.2	6.6	45.3
Coût d'achat des marchandises vendues (hors taxes)	2.3	4.8	35.5
<b>Marge Brute</b>	0.9	1.8	9.8
Charges financières	0.2	0.1	1.2
Produits financiers	0.0	0.0	0.1
Trésorerie nette	(4.5)	(4.0)	(4.0)
Délai moyen de règlement des fournisseurs (en jours)	79	89	88
Nombre de points de vente	11	9	11
Surface totale des points de vente (sans tenir compte des dépôts de stocks)	1 753 M <sup>2</sup>	1 485 M <sup>2</sup>	1 753 M <sup>2</sup>
Masse salariale	0.7	0.7	2.8
Effectif moyen	139	153	150

\* Les chiffres au 31/12/2016 sont en cours d'audit.

#### Faits Marquants et perspectives :

CELLCOM a réalisé un chiffre d'affaires de 45.3 MTND en 2016 et a réalisé un résultat avant impôt s'élevant à +1.4 MTND, et ce malgré toutes les perturbations observées sur le marché de la téléphonie mobile (3G/4G...).

Une étude de marché réalisée en Février 2017 par Mediascan indique que la marque EVERTEK a réussi à maintenir sa place en tant que deuxième distributeur de téléphonie mobile sur le marché tunisien juste après Samsung (27.1%), avec une part de marché de 27% (en fonction du nombre d'unités vendues).

CELLCOM a mis à jour son Business Plan en intégrant le développement de la nouvelle activité Electroménager à partir de Juillet 2017 qui pourrait générer un chiffre d'affaires additionnel en 2017 de l'ordre de 6 MTND.

Les objectifs pour 2017 se comparent favorablement par rapport aux réalisations de 2016 sur le segment téléphonie, et dans les niches de diversification que la société est en cours de développer.

CELLCOM organisera lors des prochains jours une communication financière portant sur les réalisations récentes et les perspectives d'avenir, et permettant de présenter le business plan sur la période 2017-2021. La date sera communiquée ultérieurement.

### Chiffre d'affaires :

- ▶ Au cours du premier trimestre 2017, le chiffre d'affaires de CELLCOM a baissé de 52% par rapport à la même période en 2016, pour s'établir à 3.2 MTND.
- ▶ Cette baisse est justifiée par la rétraction de la demande face à un contexte économique assez difficile qui favorise les segments d'entrée et de moyenne gamme par rapport aux produits premium. Le marché ayant été saturé durant le mois de décembre par des ventes de produits premium de marques concurrentes, les revendeurs trouvent du mal à liquider ces produits qui deviennent chers par rapport au consommateur moyen, impactant ainsi leurs commandes du T1 2017 toutes marques confondues.
- ▶ C'est donc à partir de ce constat que CELLCOM, toujours à l'écoute du marché, s'est adaptée à la demande et prévoit de lancer, à partir du 2<sup>nd</sup> semestre 2017, 10 nouveaux produits dont le prix de vente public sera inférieur à 199 TND, avec un rapport qualité prix défiant toute concurrence.
- ▶ Sur l'année, EVERTEK Lancera en totalité 15 nouveaux produits GSM et 74 articles électroménagers.
- ▶ EVERTEK se positionne comme la Marque Tunisienne de GSM, de petits et de grands électroménagers et de Télévisions. Une marque garante de qualité disponible sur tout le territoire Tunisien à travers ces centres de service après-vente et ses distributeurs.

### Marge Brute :

- ▶ Le taux de marge de CELLCOM s'est établi à 28% T1 2017, comparée à 27% une année auparavant.
- ▶ Le taux de marge brute était de 22% pour l'année 2016.

### Charges financières :

- ▶ Au cours du premier trimestre 2017, les charges financières de CELLCOM ont atteint 0.2 MTND contre 0.1 MTND en 2016.

### Délai de règlement fournisseurs :

- ▶ Le délai moyen de règlement fournisseurs est passé de 89 jours au T1 2016 à **79 jours** au T1 2017.

### Trésorerie Nette :

- ▶ La trésorerie nette a atteint - 4.5 MTND au 31/03/2017 contre -4.0 MTND une année auparavant.

### Nombre de points de vente :

- ▶ Grâce à l'ouverture des deux nouveaux Brand shops en 2016 à El Manar et à La Soukra, le nombre des points de vente passe de 9 à 11 sur une surface totale de 1 753 m<sup>2</sup>.