

AVIS DES SOCIÉTÉS

La société **CELLCOM** publie ci-après ses indicateurs d'activité relatifs au 1^{er} trimestre 2017 :

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

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

INDICATEURS D'ACTIVITÉ TRIMESTRIELS

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 vous 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 2nd 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 m²**.