

## AVIS DES SOCIÉTÉS

### INDICATEURS D'ACTIVITÉ TRIMESTRIELS

#### CELLCOM

Siège social : 25, rue de l'Artisanat Charguia II-2035 Ariana

La société CELLCOM publie ci-dessous ses indicateurs d'activité relatifs au 2<sup>ème</sup> trimestre 2016.

| INDICATEURS (En M.TND)   | DU 01/04/2016<br>AU 30/06/2016 | DU 01/04/2015<br>AU 30/06/2015 | DU 01/01/2016<br>AU 30/06/2016 | DU 01/01/2015<br>AU 30/06/2015 | DU 01/01/2015<br>AU 31/12/2015 |
|--|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| Total des revenus (hors taxes)   | 8.5                            | 14.9                           | 15.1                           | 24.0                           | 54.1                           |
| Coût d'achat des marchandises vendues (hors taxes)   | 6.7                            | 11.6                           | 11.5                           | 18.4                           | 41.6                           |
| <b>Marge Brute</b>   | 1.8                            | 3.3                            | 3.6                            | 5.6                            | 12.5                           |
| Charges financières  | 0.4                            | 0.1                            | 0.5                            | 0.4                            | 0.9                            |
| Produits financiers  | 0.0                            | 0.0                            | 0.0                            | 0.0                            | 0.0                            |
| Trésorerie nette   | (0.5)                          | (5.6)                          | (4.5)                          | (5.1)                          | (1.4)                          |
| Délai moyen de règlement des fournisseurs (en jours)   | 69                             | 109                            | 69                             | 112                            | 60                             |
| Nombre de points de vente  | 9                              | 6                              | 9                              | 6                              | 9                              |
| Surface totale des points de vente (compte non tenu des dépôts de stocks) (En m <sup>2</sup> ) | 1 485                          | 1 344                          | 1 485                          | 1 344                          | 1 485                          |
| Masse salariale  | 0.7                            | 0.7                            | 1.4                            | 1.2                            | 3.0                            |
| Effectif moyen   | 152                            | 141                            | 153                            | 140                            | 142                            |

### Fait Marquants :

- L'avancement de la mise en place de la stratégie de focalisation sur les Smartphones au détriment des téléphones classiques en dépit d'une conjoncture difficile marquée par la baisse de la demande,
- Un taux de marge brute de 21,18% (S1 15 : 22,15%),
- Lancement des smart TV Evertek au cours du deuxième trimestre avec un partenariat exclusif avec un hyper marché de la capitale,
- L'accès à plus de 21 millions de clients nouveaux à partir de la deuxième semestre de 2016 grâce aux partenariats au Maroc et en Côte d'Ivoire,

### Chiffre d'affaires :

- ▶ Durant le deuxième trimestre 2016, CELLCOM a continué son action sur son offre afin de suivre l'évolution du changement du comportement des consommateurs. Le lancement, plus tôt que prévu, des services de la 4G par les opérateurs télécom a perturbé le marché qui s'est retrouvé avec un stock important de terminaux compatibles avec la technologie 3G et un manque de l'offre de terminaux 4G. Devant cette structure de l'offre, CELLCOM a préféré observer la tendance du marché, en continuant à alimenter le marché et éviter de constituer des stocks importants qui risquent d'altérer à sa rentabilité future. Ainsi, la demande sur les nouveaux produits a reculé de 37% sur les six premiers mois pour s'établir à 15,1 MTND. Trois mois après cette stratégie, CELLCOM dispose d'une image claire sur le marché ainsi que des produits pouvant satisfaire les besoins de ses clients. Les résultats seront visibles dès le prochain trimestre.
- ▶ Par ligne de produits, CELLCOM a enregistré la vente de 72 255 Smartphones (128 553 au S1 2015), soit 37 576 unités au cours du T2 2016. Le nombre de téléphones classiques vendus a continué sa baisse à 108 366 unités (contre 167 137 unités au S1 2015), conformément à la stratégie de la société qui se place de plus en plus sur le segment des Smartphones. Le chiffre d'affaires généré par les ventes de téléphones mobiles a atteint 11,5 MTND, soit 75% du chiffre d'affaires S1 2016 contre 21,2 MTND durant la même période en 2015. En ce qui concerne les tablettes, 4 962 unités ont été commercialisées (contre 487 fin Juin 2015) grâce à une forte demande du marché. CELLCOM a déjà mis sur le marché ses tablettes éducatives, qui donnent un accès gratuit à une bibliothèque numérique contenant toutes les ressources pédagogiques de l'enseignement primaire.
- ▶ En ce qui concerne le développement à l'international, CELLCOM continue à développer le marché ivoirien. Après l'inauguration de son premier point de vente dans la capitale ivoirienne, au centre PlaYce Marcory, qui regroupe 55 enseignes internationales, CELLCOM travaille sur le développement de son réseau de distribution. Dans ce sens, elle a signé un partenariat avec l'opérateur télécom MTN, pour la distribution des produits Evertek. MTN est le leader sur le marché ivoirien avec 8 millions de clients, ce qui permettra d'augmenter rapidement les ventes sur ce marché prometteur. Grâce au partenariat avec le fonds d'investissement SWICORP, CELLCOM dispose des ressources nécessaires pour répondre à la demande croissante de ce marché. SWICORP a déjà mis à la disposition de CELLCOM 1,850 millions de dollars, qui peuvent être utilisés pour la croissance africaine.

- ▶ La présence de CELLCOM au Maroc, à travers son partenaire First Télécom, continue à évoluer. First Télécom est l'un des distributeurs de l'opérateur Méditel, la filiale marocaine d'Orange. Méditel dispose d'une part de marché de 31,9% et d'un parc de client de 13,7 millions de clients, avec un réseau qui couvre 99% de la population. Le marché marocain se caractérise par la forte utilisation des technologies 3G/4G qui représente 92% du parc internet global, ce qui offre un potentiel très important pour CELLCOM. D'ailleurs, Méditel est fortement présente sur le marché de l'internet mobile avec 3,69 millions de clients, et a été le premier opérateur à lancer les services 4G au Royaume avec un taux de couverture de 35% de la population à fin 2015. Méditel dispose d'un large réseau de distribution sur l'ensemble du territoire marocain à travers 420 magasins et plus de 50 000 revendeurs.
- ▶ Avec l'assèchement du marché des produits 3G, à partir du T3 2016. CELLCOM estime une reprise significative du volume de nouveaux téléphones commercialisés 3G et 4G premier prix.
- ▶ Au cours du deuxième trimestre 2016, CELLCOM a lancé les télévisions sous sa marque Evertek. Les premiers chiffres s'avèrent promoteurs et un partenariat a été signé avec un hyper marché à Tunis pour la vente de ces télévisions. L'impact sera visible au niveau des chiffres du T3 2016

#### Marge Brute :

- ▶ Le taux de marge brute s'est montré résilient à 21.18% contre 22.15% une année auparavant.

#### Charges financières :

- ▶ Au cours du premier semestre 2016, les charges financières de CELLCOM ont atteint 0,5 MTND contre 0,4 MTND au S1 15. Cette augmentation est due à l'appréciation du dollar vis-à-vis du dinar durant les six premiers mois.

#### Délai de règlement fournisseurs :

- ▶ Le délai moyen de règlement fournisseurs est passé de 109 jours durant le deuxième trimestre 2015 à 69 jours en T2 2016. La trésorerie nette reste à -4.5 MTND fin Juin 2016 contre -5.1 MTND au 30/06/2015, soit une amélioration de 0,6 MTND.