



25 rue de l'artisanat, CHARGUIA II, 2080 Tunis - Tunisie

Indicateurs d'Activité Trimestriels du 01/10/2014 au 31/12/2014

La société **CELLCOM** publie ci-après ses indicateurs d'activité relatifs au 4^{ème} trimestre 2014 :

INDICATEURS (en MTND)	DU 01/10/2014 AU 31/12/2014	DU 01/10/2013 AU 31/12/2013	DU 01/01/2014 AU 31/12/2014	DU 01/01/2013 AU 31/12/2013	DU 01/01/2013 AU 31/12/2013*
Total des revenus (hors taxes)	16,5	12,1	42,0	31,8	31,8
Coût d'achat des marchandises vendues (hors taxes)	13,4	9,6	32,0	23,9	23,9
Charges financières	0,3	0,3	0,9	1,0	1,0
Produits financiers	-	-	0,2	-	-
Trésorerie nette	3,4	4,6	1,0	(3,7)	(3,7)
Délai moyen de règlement des fournisseurs	95	117	80	101	101
Nombre de points de vente	6	6	6	6	6
Surface totale des points de vente (compte non tenu des dépôts de stocks)	1 344 m ²				
Masse salariale	0,8	0,4	2,3	1,8	1,8
Effectif moyen	137	120	120	120	120

*Les chiffres au 31/12/2013 sont audités.

Chiffre d'affaires :

- Au cours du quatrième trimestre 2014, les ventes de **CELLCOM** ont progressé de **36,36%** pour s'établir à **16,500 MTND**. La société continue sa percée sur le marché en devenant le premier vendeur de Smartphones en Tunisie avec une part de marché qui dépasse 25%.
- Par catégorie de produits, les ventes de **CELLCOM** au cours du quatrième trimestre 2014 ont été réalisées grâce à la vente de **70 769** Smartphones, **128 450** téléphones classiques et **1 150** tablettes.
- Le quatrième trimestre a connu le lancement de la commercialisation de quatre nouveaux Smartphones, à savoir **EVERVID, NANO MIRACLE, EVER SLIM** et **D35**.
- Depuis le début de l'exercice, le chiffre d'affaires a atteint **42,000 MTND**, soit une hausse de **32,07%** par rapport à la même date en 2013. Par rapport au business plan présenté lors de l'introduction en Bourse, **CELLCOM** est déjà à un taux de réalisation de **112,51%** (ventes 2014 estimée à 37,330 MTND).
- Sur l'ensemble de l'année 2014, **CELLCOM** a vendu **141 629** Smartphones (contre 41 078 estimés dans le business plan), **383 668** téléphones classiques (contre 345 896 estimés dans le business plan) et **3 306** Tablettes.

Marge Brute :

- La marge brute de **CELLCOM** est passée de 2,500 MTND au cours quatrième trimestre 2013 à **3,100 MTND** au troisième trimestre 2014, soit une hausse de **24,00%**. Le taux de la marge brute s'est établi à **18,78%** contre 20,66% une année auparavant.
- Depuis le début de l'année, la marge brute a atteint **10,000 MTND** contre 7,900 MTND en 2013. Le taux de la marge brute est passé de 24,84% fin décembre 2013 à **23,80%** une année plus tard, soit une baisse de **104 points de base**. Cette baisse traduit la politique agressive de prix que mène **CELLCOM** pour décrocher de nouvelles parts de marché d'une part, et l'impact de la dégradation du dinar tunisien face au dollar américain qui a augmenté le coût des importations sans que cela puisse être répercuté totalement sur les prix de vente d'une autre part.

Charges financières :

- Au cours du quatrième trimestre 2014, les charges financières de **CELLCOM** sont restées stables par rapport au quatrième trimestre 2013 à **0,300 MTND**. Par contre, depuis le début de l'année, une baisse de **10,00%** a été enregistrée à **0,900 MTND**. Les produits de placement depuis le 1^{er} janvier 2014 se montent à **0,200 MTND**.

Délai de règlement fournisseurs :

- Le délai moyen de règlement des fournisseurs est passé de 117 jours fin décembre 2013 à **97 jours** fin décembre 2014. Depuis le début de l'année, ce délai a été réduit à **80 jours**. Cela a mis de la pression sur la trésorerie de **CELLCOM**. Néanmoins, grâce à l'amélioration de la génération de flux d'exploitation, la trésorerie est restée stable à -3,700 MTND.

Force de vente :

- L'effectif moyen de **CELLCOM** est passé à **137 employés** en décembre 2014 contre 120 à la même date en 2013. La masse salariale est passée de 1,800 MTND à **2,300 MTND**, en hausse annuelle de **27,77%**, mais en ligne avec les estimations avancées dans le business plan. Cette hausse est due au recrutement de 34 nouveaux promoteurs répartis sur les différents points de vente afin de booster les ventes d'une part, et à la mise en place d'un nouveau système de rémunération basé sur les primes variables en fonction des ventes d'une autre part. Cette nouvelle politique a positivement impacté les réalisations commerciales de **CELLCOM**.