

MAGASIN GENERAL

COMMENTAIRE DES COMPTES ANNUELS 2009

Comptes consolidés : Groupe Magasin Général

Unité : KDT	2009	2008	Variation %
Chiffre d'affaires	401 129	350 242	14,53%
Marge Brute	62 625	43 217	44,91%
Taux de Marge Brute	15,6%	12,3%	3,27%
Résultat d'exploitation	629	-2 309	++
EBITDA	17 169	6 165	178,49%
Résultat Net Part du Groupe	-1 587	-2 307	+
Dotation d'amortissement du GOODWILL	7 406	1 100	573,27%
Résultat NPG retraité de l'amort du GW	5 819	-1 207	++

Comptes individuels : Société Magasin Général

Unité : KDT	2009	2008	Variation %
Chiffre d'affaires	219 156	180 395	21,49%
Marge Brute	35 282	26 876	31,28%
Taux de Marge Brute	16,1%	14,9%	1,20%
Charge salariale	19 158	18 897	1,38%
Charge salariale / CA	8,7%	10,5%	-1,73%
Résultat d'exploitation	4 441	-4 419	++
EBITDA	10 834	171	++
Résultat Net	3 619	-2 889	++

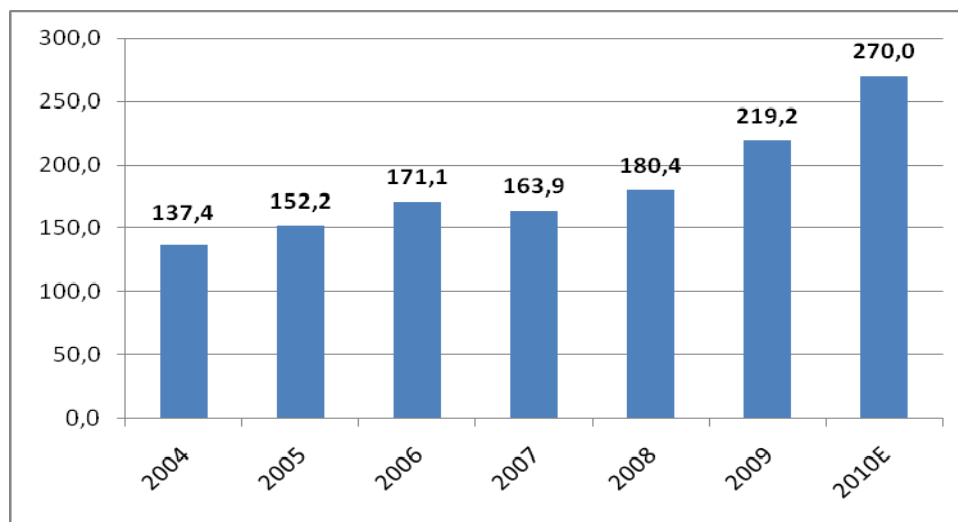
2009 a été une année particulièrement positive pour la société Magasin Général mais aussi pour tout le Groupe constitué de la société mère et ses filiales « Centrale Magasin Général », « Groupe l'Immobilière Magasin Général » et « Groupe BHM ».

Le Groupe a connu un fort développement, avec notamment une progression à deux chiffres des revenus dépassant ainsi la barre des 400MDT (401,1MDT) en évolution de +14,5% par rapport à l'année dernière.

Profitant des économies d'échelle procurées par l'intégration de Promogro dans le Groupe et grâce à un renforcement du pouvoir de négociation à l'égard des fournisseurs, la Marge Brute (en absolu) s'est appréciée de manière notable progressant de +45% à 62,6MDT. Le taux de Marge Brute s'est par conséquent amélioré de 327pb pour s'établir à 15,6% à fin 2009.

A noter que la SMG a été le principal contributeur à ce développement des ventes puisque le chiffre d'affaires de la société a enregistré un bond remarquable de +21,5% à 219,2MDT représentant 55% du CA du Groupe.

Evolution du CA de la SMG



Pour sa part, l'EBITDA au niveau du Groupe s'est inscrit en nette amélioration passant de 6,2MDT en 2008 à 17,2MDT à fin 2009. L'effort de restructuration entamé depuis 2007 a connu des avancées importantes en 2009 : { remise à niveau des points de vente (nouvelle charte graphique, nouveaux équipements, réaménagement des magasins...), investissement dans la formation du personnel, optimisation des ressources humaines, investissement dans la logistique, recours aux compétences locales et étrangères pour la mise à niveau de l'activité... }

Concernant la Société Magasin Général, les charges d'approvisionnement ont évolué de 19% augmentant la marge brute à 35,3MDT, ce qui correspond à un taux de marge brute de 16,1% contre 14,9% un an auparavant. La société a réussi en effet à améliorer ses conditions d'achat et à assurer une meilleure rotation des stocks (à travers la mise en place d'une nouvelle politique en matière d'achats et de stockage) ⇒ Un grand pas vers une meilleure maîtrise des coûts et une optimisation des marges.

Quant aux charges de personnel, qui représentaient l'un des principaux chantiers de l'enseigne, celles-ci n'ont augmenté que de 1,4% passant à 19,1MDT au 31-12-2009 pour un chiffre d'affaires qui évolue de +21,5% ! Le ratio de la masse salariale rapportée au CA a baissé à 8,7% contre 10,5% au titre de l'année dernière. A noter que ce ratio a été ramené à 7% à la fin du premier trimestre de l'année 2010, soit un niveau de ratio qui converge désormais vers les normes du secteur.

Au niveau du Bottom line, la **SMG** a réussi, grâce à ce développement étudié de l'activité, de renouer avec la rentabilité avec un bénéfice de 3,6MDT au titre de l'année 2009 contre un déficit de -2,889MDT en 2008.

Par ailleurs, au niveau des comptes consolidés, il y a lieu de retraiter le bénéfice de l'amortissement du Goodwill pour assurer une analyse fiable de l'évolution des résultats du

Groupe et pour mieux apprécier la rentabilité de l'exploitation. De ce fait, le bénéfice revenant au Groupe s'est situé à **5,8MDT en 2009** contre un déficit de -1,2MDT une année auparavant.

Ce Goodwill dégagé suite aux acquisitions du Groupe BHM (société mère BHM Promogro et ses filiales BHM Distribution, BHM Immobilière et SS auto) correspond en fait à l'écart entre le prix payé et la quote-part des capitaux propres des nouvelles filiales.

Ainsi, il convient d'inscrire au bilan du Groupe les actifs incorporels acquis même s'ils n'étaient pas comptabilisés au bilan de la société acquise.

L'écart entre le prix d'acquisition et la valeur des actifs et passifs exigibles de l'entreprise acquise constitue ce Goodwill ou encore écart d'acquisition.

Selon les normes comptables tunisiennes (NCT 38), cet écart d'acquisition est amorti linéairement sur une durée d'utilité estimée à 10 ans.

D'un point de vue économique, le Goodwill est un actif comme un autre qui peut donc subir des pertes de valeur brutales constatées par la technique de l'amortissement. **Il s'agit par conséquent de charges non récurrentes qui nécessitent d'être réintégréées au niveau du résultat net.**