

MONOPRIX

Présentation aux Intermédiaires en Bourse



DIRECTION GENERALE



02 JUIN 2017



- **Environnement Général**
- **Faits marquants de 2016**
- **Résultats du plan de transformation: principales réalisations**
- **Résultats 2016**
- **Perspectives 2017 - 2020**





Environnement Général



L'année 2016 s'est marquée par un environnement économique difficile :

- Une faible croissance (autour de 1% sur l'année).
- Un secteur du tourisme en grande difficulté malgré une légère amélioration au 3Tr 2016.
- Les consommateurs sont confrontés à un pouvoir d'achat encore affaibli.
- Une économie parallèle non maîtrisée qui s'impose comme une vraie alternative pour le consommateur.
- Une dépréciation du dinar qui se poursuit.

Et une concurrence de plus en plus forte :

- Les grandes enseignes de la distribution se livrent à une surenchère médiatique destinée à retenir leurs clients et à attirer ceux des concurrents
- Des nouvelles enseignes se développent sous la forme de superettes discount en réseau ou en solo.
- Les prix, clés du pouvoir d'achat des consommateurs, s'imposent comme l'un des arguments majeurs pour attirer les clients : **le commerce structuré se trouve de plus en plus sous pression.**





Les faits marquants de 2016



Les faits marquants de 2016

Définition d'un plan de transformation

- L'année 2016 est une année charnière pour Monoprix:
 - Changement de l'équipe managériale
 - Définition d'une nouvelle stratégie et d'un plan de transformation qui ont pour objectif de revenir à des fondamentaux de gestion et de redresser, dans la durée, la situation financière de l'entreprise, et ceci à travers le **développement du chiffre d'affaires** et **la maîtrise des charges**
- Le plan de transformation s'articule autour des initiatives stratégiques, annoncées lors de notre dernière communication du 24/11/2016, à savoir:
 1. Amélioration de l'Expérience Client;
 2. Stratégie de communication et développement RSE;
 3. Développement et rénovation du réseau;
 4. Amélioration de l'efficacité opérationnelle;
 5. Mobilisation et motivation du personnel;
 6. Maîtrise et optimisation des coûts et des charges.





Résultats du plan de transformation: principales réalisations



L'expérience client

Satisfaction clients

- **Baromètre qualité** basé sur des visites de clients mystères afin d'apprécier la qualité de l'accueil et du parcours client.



- Terminal Smiley « **Happy Or Not** » afin de mesurer la satisfaction des clients à tous moments de leurs parcours selon les besoins.

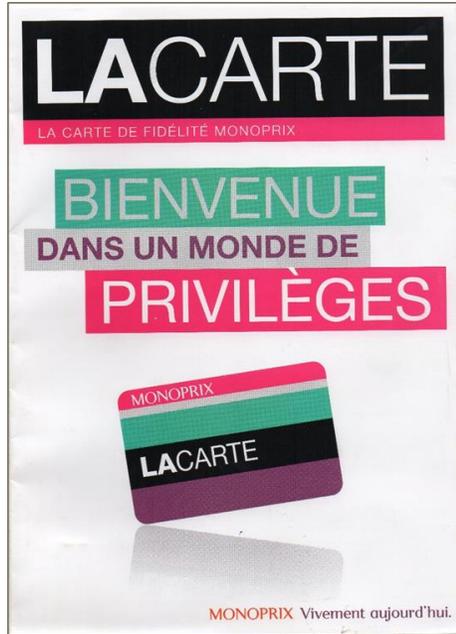
- Service Client – **hotline** – Gratuite et disponible de 8h à 22h tous les jours.



L'expérience client

Relance du programme Fidélité

- Relance et enrichissement du programme de fidélité clients en **mars 2017** pour plus d'accessibilité, de lisibilité et de générosité.



MONOPRIX

BIENVENUE

BONUS DE BIENVENUE

مرحباً بك

هدية ترحيب

AU PREMIER ACHAT

À PARTIR DE
15 DT
D'ACHATS

على أول قضية

COLLECTEZ VOS .SMILES

COLLECTEZ LES SMILES À CHAQUE COURSE

إجمع

إجمع الـ Smiles على كل قضية

ET GAGNEZ PLUS DE SMILES

x2

و إربح أكثر Smiles

Avec **MONOPRIX Mode**

et **MONOPRIX Maison**

على المنتجات المنزلية و الملابس جاهزة مونبري

مزايا أكثر

SMILES x 2

مزايا أكثر

CONVERTISSEZ-LES À LA CAISSE

100 Smiles

=

2,5 DT

خلص بيهم في الكاسه

DES AVANTAGES POUR TOUS

تخفيضات خاصة

DES REMISES EXCLUSIVES

-20%

-15%

-10%

-5%

5% de réduction sur les produits MONOPRIX et les livres

5% تخفيضات على منتجات مولوي و الكتب

في نهار عيد ميلادك

LE JOUR DE VOTRE ANNIVERSAIRE

x 2

وفي مناسبات حضرية أخرى

AUTRES EVENEMENTS EXCLUSIFS

وبع بتخفيضات خاصة على مجموعة من المنتجات الموجودة في المجلة التسويقية

Profitez de REMISES EXCLUSIVES sur une sélection d'articles dans le catalogue

L'expérience client

Les Engagements de MONOPRIX

- Bâtir une relation de confiance avec nos clients à travers « Les 5 Engagements MONOPRIX ». Action Lancée le **27/03/2017**



MONOPRIX S'ENGAGE À

-  **ETRE À VOTRE ECOUTE**
en mettant le numéro vert gratuit 80 103 456 à votre disposition pour traiter vos réclamations et répondre à toutes vos questions
-  **VOUS OFFRIR LES MEILLEURES PROMOS**
tout au long de l'année et sur une large gamme de produits
-  **RENDRE LA MONNAIE EN VOTRE FAVEUR**
-  **ECHANGER OU REMBOURSER VOS ACHATS**
en présentant votre article Mode ou Maison dans son emballage et avec son ticket de caisse et il sera remboursé ou échangé dans un délais de 7 jours
-  **PROTEGER L'ENVIRONNEMENT**
en mettant à votre disposition des sacs écologiques échangeables

MONOPRIX
ديما معاك



MONOPRIX يلتزم

-  **باش يسمعكم**
على الرقم الأخضر المجاني 80 103 456
-  **باش يودكم بأحسن LES PROMOS**
عام كامل و على برشا منتوجات
-  **باش يرجو الباقي ديما لصالحكم**
-  **باش بيدلكم مشترياتكم و إلا يرجلكم حقهم**
إذا بذلتو رايكم في منتج MODE و إلا MAISON شريتوه ومازل فال emballage ومعه ticket de caisse متاعو في صرف 7 أيام
-  **باش يحافظ على البيئة**
و يحط على ذمتكم DES SACS ÉCOLOGIQUES و كيف يتقطعو نبدلوهملكم بلاش

MONOPRIX
ديما معاك



Stratégie de communication et développement RSE

Nouvelle plateforme de communication

- Nouvelle plateforme de communication avec une nouvelle signature soulignant la relation de complicité de Monoprix avec ses clients et mettant plus en avant une communication institutionnelle.

JUSQU'AU MOULÉD

LES SUPER PROMOS DE MONOPRIX

LA 2^{ème} GRATUITE

7D390 les 2

كريم لتلوين الشعر
Crème colorante
PALETTE DELUXE



MONOPRIX Vivement aujourd'hui.



JUSQU'AU 18 SEPTEMBRE

LES SUPER PROMOS MONOPRIX

15D990

مسحوق
للغسيل بالآلة
Lessive machine
ARIEL
5 kg



MONOPRIX Vivement aujourd'hui.



Stratégie de communication et développement RSE

Sponsoring

- Signature d'un accord de partenariat et de sponsoring avec la championne tunisienne Habiba GHRIBI le **26/05/16**.



Stratégie de communication et développement RSE

Création de La Fondation MONOPRIX

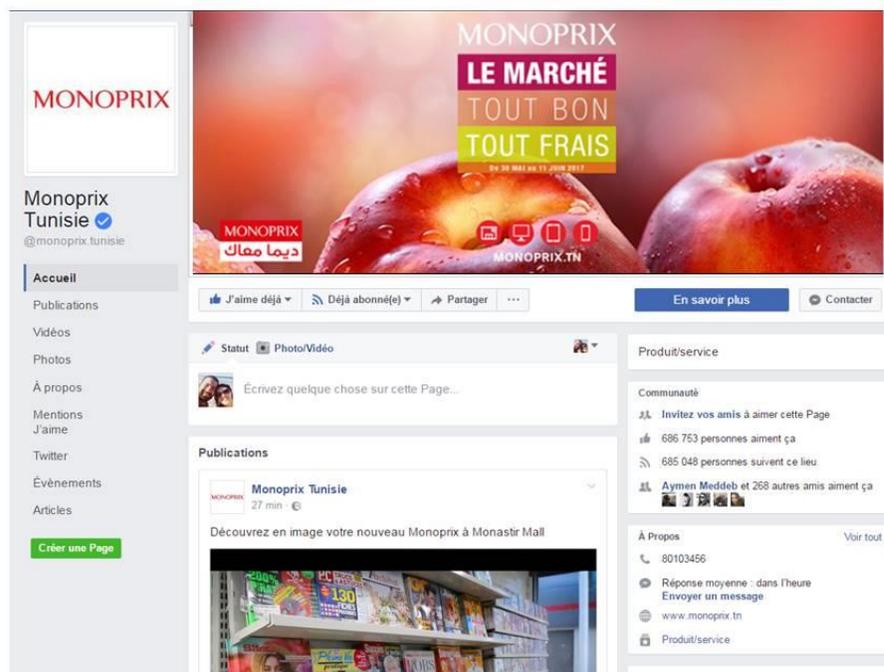
- Création de La Fondation MONOPRIX en **décembre 2016** engageant l'entreprise dans une démarche de responsabilité sociale et de proximité avec comme axes prioritaires : la santé, l'éducation, l'environnement et le social.



Stratégie de communication et développement RSE

Développement du Canal Digital – Les réseaux sociaux

- Développement du canal digital principalement via Facebook et les réseaux sociaux
 - Amélioration et enrichissement du contenu;
 - Forte évolution du nombre de fans depuis le début de l'année 2016 (Environ 3 fois plus).



Stratégie de communication et développement RSE

Développement du Canal Digital

- MONOPRIX Smiles : Application digitale de la carte Fid a vu le jour **début Avril 2017**



- MONOPRIX Go via l'application Monoprix Smiles : jeu d'animation dans les magasins **du 28/04 au 24/05/2017**



Développement et rénovation du réseau

Les ouvertures de 2016

- Cinq nouveaux magasins ont ouvert en 2016 offrant une superficie de vente totale de près de 5000 m²

Sidi Hassine 07/01/16



158 m2

Soukra Square 27/02/16



1380 m2

Ksar HLEL 30/04/16



1061 m2

Mahdia 28/05/16



670 m2

Bardo Hnaya 02/06/2016



1390 m2



Développement et rénovation du réseau

Les ouvertures en 2017

- 5 nouveaux magasins ont ouvert en 2017, totalisant près de 5000 m² de surface de vente.

Zaghouan 26/01/17



Gabes 25/02/17



Bellevue 20/05/17



Cité Khadhra 22/05/17



Monastir Mall 27/05/2017



Développement et rénovation du réseau

Les rénovations du réseau

- Trois magasins d'une superficie de vente totale de plus de 3000 m² ont été rénovés en 2016 :
 - Menzeh6 (03/05/2016) d'une superficie de 1700 m².
 - Mourouj3 (26/12/2016) d'une superficie de 505 m² .
 - Sfax Centre (25/08/2016) d'une superficie de 1009 m².
- Trois magasins totalisant plus de 3000 m² de surface de vente ont été rénovés en 2017:
 - Bardo Centre (25/05/2017) d'une superficie de 773 m².
 - Monastir (13/05/2017) d'une superficie de 719 m².
 - Agrandissement de Sfax centre (22/05/2017) d'une superficie de 1736 m².

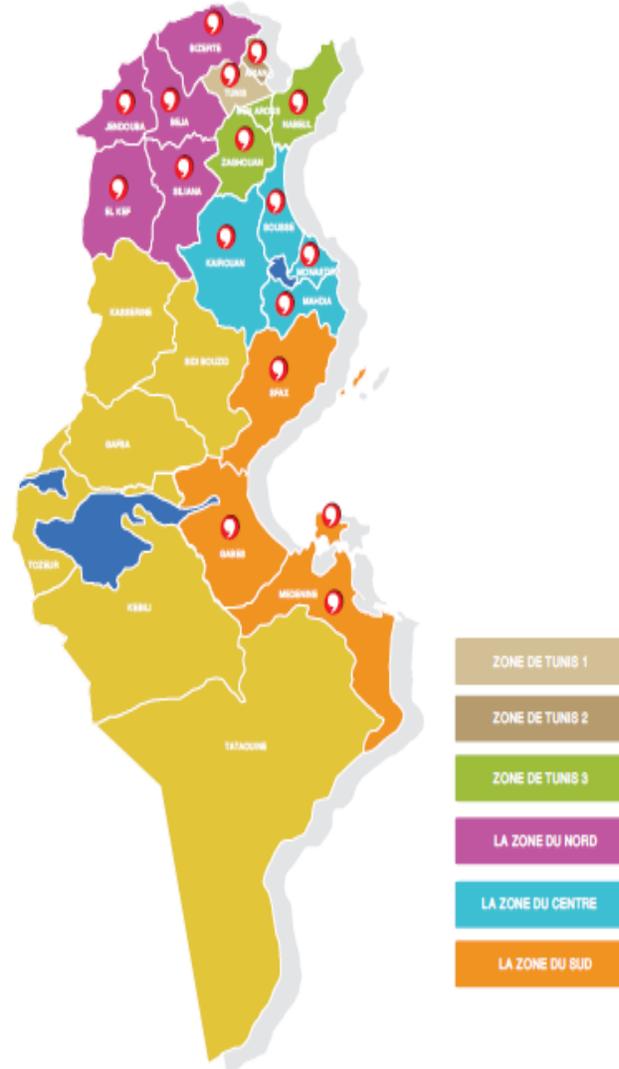
Sfax Centre - 22/05/17



Amélioration de l'efficacité opérationnelle

Mise en place des directions régionales

Région	Gouvernorat
Tunis 1	TUNIS - ARIANA
Tunis 2	TUNIS - ARIANA
Tunis 3	TUNIS - ZAGOUAN - BEN AROUS - NABEUL
Centre	SOUSSE - MAHDIA - MONASTIR - KAIROUAN
Nord	BIZERTE - KEF - JENDOUBA - BEJA
Sud	SFAX - SOUSSE - MEDNINE - GABES
Réseau Mini M	TUNIS - ARIANA - NABEUL - BEN AROUS



- Réorganisation de la Direction de l'Exploitation :
 - Création de six Directions Régionales et d'une Direction du réseau Mini'M;
 - Renforcement du suivi et de la proximité terrain
 - Amélioration du fonctionnement entre les fonctions centrales et le réseau commercial.

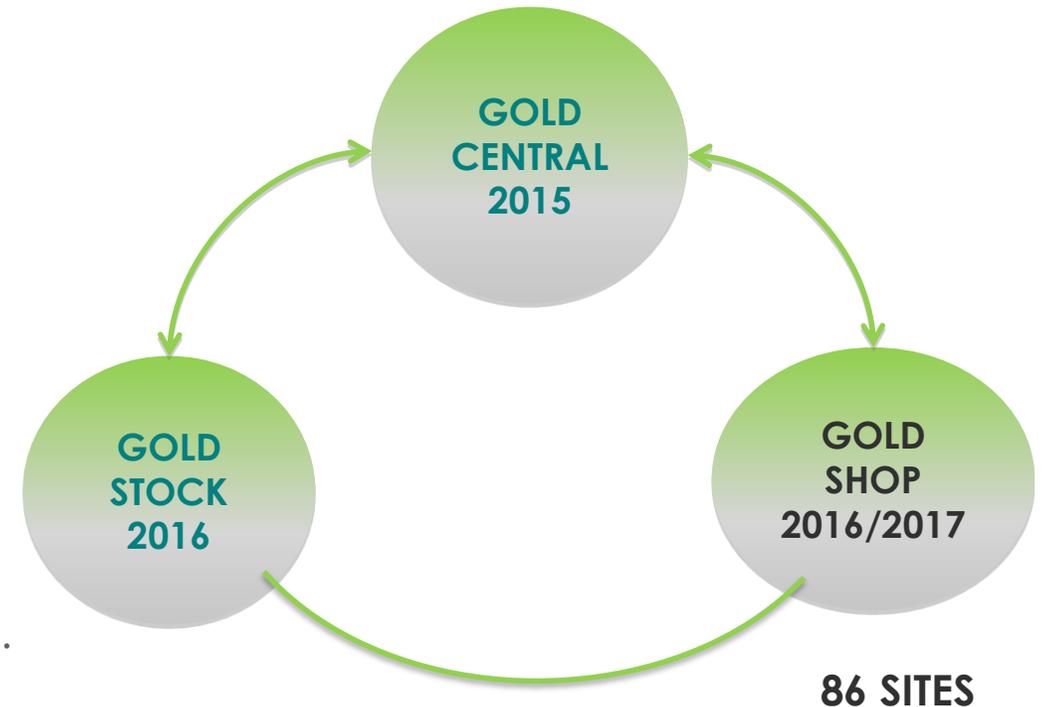


Amélioration de l'efficacité opérationnelle

Nouveau système de gestion des magasins



- Poursuite de la refonte des systèmes d'informations afin d'assurer une gestion plus performante des flux et une amélioration de la productivité au niveau des magasins.
- Les étapes du projet :
 1. Planification projet en mai 2016.
 2. Tenue d'ateliers fonctionnels de mai à septembre 2016.
 3. Phase recette sur 2 mois.
 4. Déploiement du 1er site pilote le 23/12/2016.
 5. Déploiement chaine finalisé le 27/05/17.



Amélioration de l'efficacité opérationnelle

Nouveau dépôt à Rades

- Extension de la plateforme logistique avec l'exploitation d'un nouveau site à Radès d'une superficie de 7 200 m². Cette extension va nous permettre de désengorger le site actuel de Megrine ainsi que les réserves des magasins et d'améliorer nos processus logistiques.



Mobilisation et motivation du personnel

Renforcement de la communication interne: Transformation digitale

- Création d'un département interne de « **Communication Interne et marque employeur** ».
- Début de la transformation digitale:
 - Intranet MONOPRIX (Actualisé, nouveaux recrutements internes, nouveaux produits, procédures, organigrammes, activité Sociale ...).
 - MonServiceRH: Un système de gestion de réclamations RH – Le Helpdesk, opérationnel dans tout le réseau.

The screenshot displays the MONOPRIX intranet interface, titled "دِيمَا مَعَاك" (Dima Ma'ak) and "Intranet MONOPRIX : V1.0". The interface is decorated with Ramadan-themed graphics, including lanterns and the text "رَمَضَانَ كَرِيمًا" (RAMADAN KAREEM). The main navigation bar includes "MONOPTUN", "ACTUALITÉS", "PORTAIL RH", "REVUE DE PRESSE", and "PROCÉDURES & FORMULAIRES". A search bar is located at the top right. The left sidebar contains a menu with items like "MON TABLEAU DE BORD", "ANNUAIRE DES EMPLOYÉS", "ESPACE DES PERFORMANCES", "ESPACE DESK EMPLOYÉ", "ESPACE RECRUTEMENT", "SONDAGE", "LIENS UTILES", and "TROUVER UN MAGASIN". The main content area features a "À LA UNE" section with a "100 chariots gratuits à gagner" promotion, a "La Fondation MONOPRIX" banner for "Voyages...Voyages : Egypte - Maroc - Turquie", a "Portail RH" section, and several other modules like "Quoi De Neuf Chez Nous?", "Votre Avis Compte!", "Coup de Pouce", "Monop*Passions", "Monop*Univers", and "Monop*Galerie". A central graphic titled "LES FONDAMENTAUX DE NOTRE CULTURE D'ENTREPRISE" features a tree with four values: "4 NOS Valeurs" (Professionalisme, Esprit d'Équipe, Respect, Proximité Client) and "1 Vision Stratégique Commune". The bottom of the page includes the MONOPRIX logo and the slogan "LA MARQUE PRÉFÉRÉE DES TUNISIENS".

Mobilisation et motivation du personnel

Culture d'entreprise

- Notre culture d'entreprise par ses composantes constitue l'identité de l'entreprise. C'est ce qu'une entreprise partage avec tous ses collaborateurs, elle sert de **guide**, de **repère**, de manière d'agir à tous les niveaux de l'organisation.



Les Mythes



L'Histoire



Les Rites



Esprit d'équipe



Mobilisation et motivation du personnel

Promotion, Mobilité interne & Formation

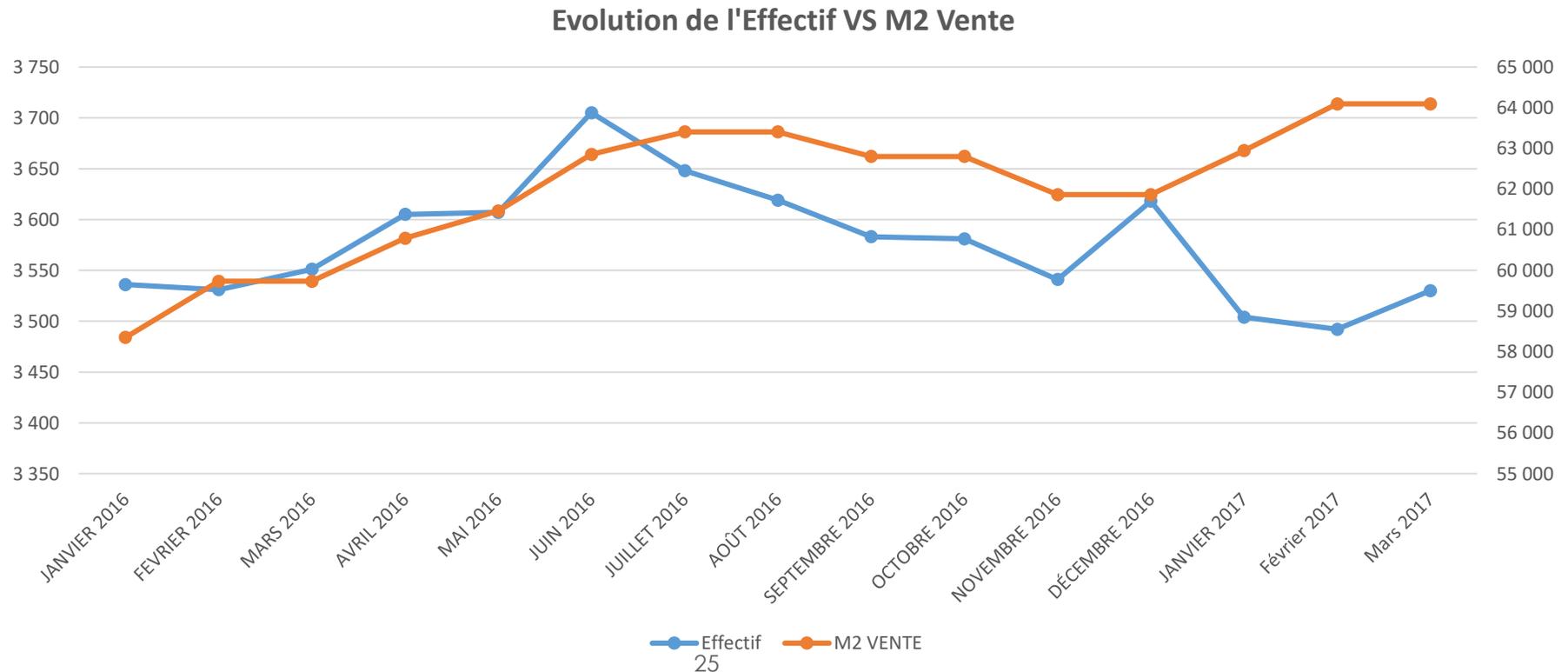
- Une procédure de promotion et mobilité interne est en vigueur qui se base sur des critères de mérite et de performance.
- Coursus de perfectionnement des directeurs de magasins.
- Renforcement des compétences autour de l'accueil clients pour l'ensemble des agents de caisse.
- « L'Employé du mois » et challenges commerciaux.



Maîtrise et optimisation des coûts et des charges

Evolution de l'effectif

- Maîtrise de l'évolution de l'effectif à travers:
 - La normalisation des taux d'encadrement et du dimensionnement des équipes par rayon et par magasin.
 - L'encouragement de la mobilité interne à l'occasion des nouvelles ouvertures de magasins.



Maîtrise et optimisation des coûts et des charges

Autres actions

- Réduction des frais de fonctionnement et des moyens généraux (sous-traitance, télécoms, etc.).
- Lancement du programme d'économie d'énergie qui a permis de maintenir la charge d'électricité de 2016 égale à celle de 2015 malgré les ouvertures. Pour 2017, nous projetons une réduction de 15% de cette charge à périmètre constant.
- Mise en place de la fonction achat hors marchandises pour supporter les fonctions métiers et maîtriser les dépenses.
- Amélioration de la trésorerie et réduction des charges financières :
 - Plan de cession d'actifs non stratégiques effectué;
 - Développement de la fonction recouvrement.

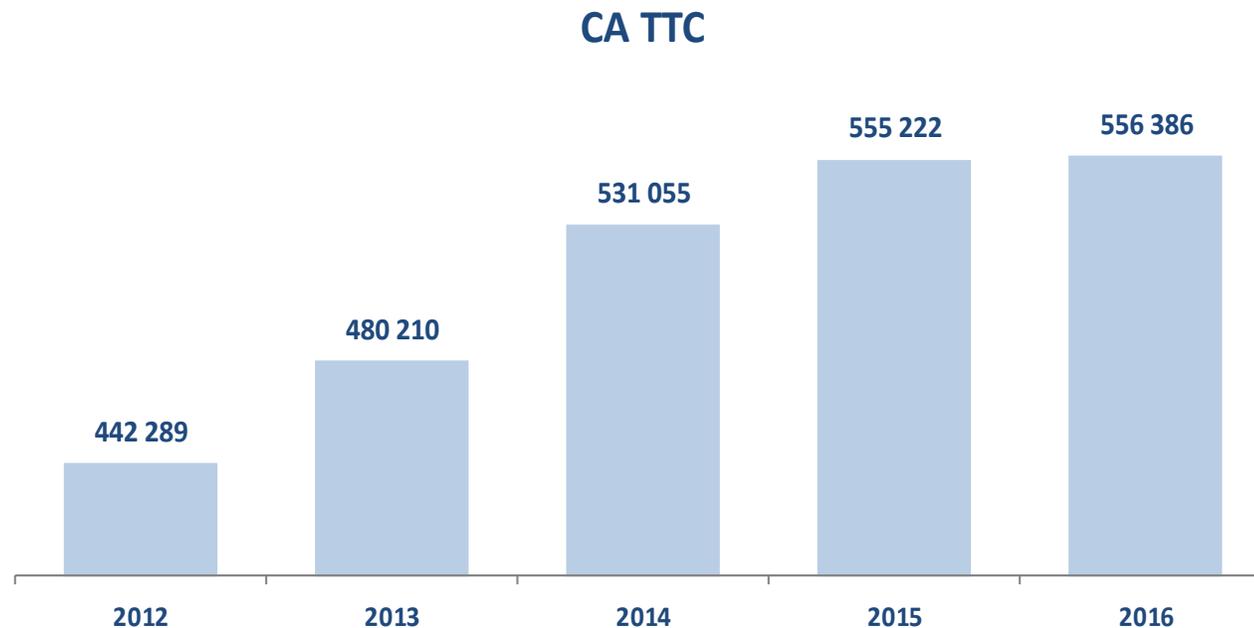




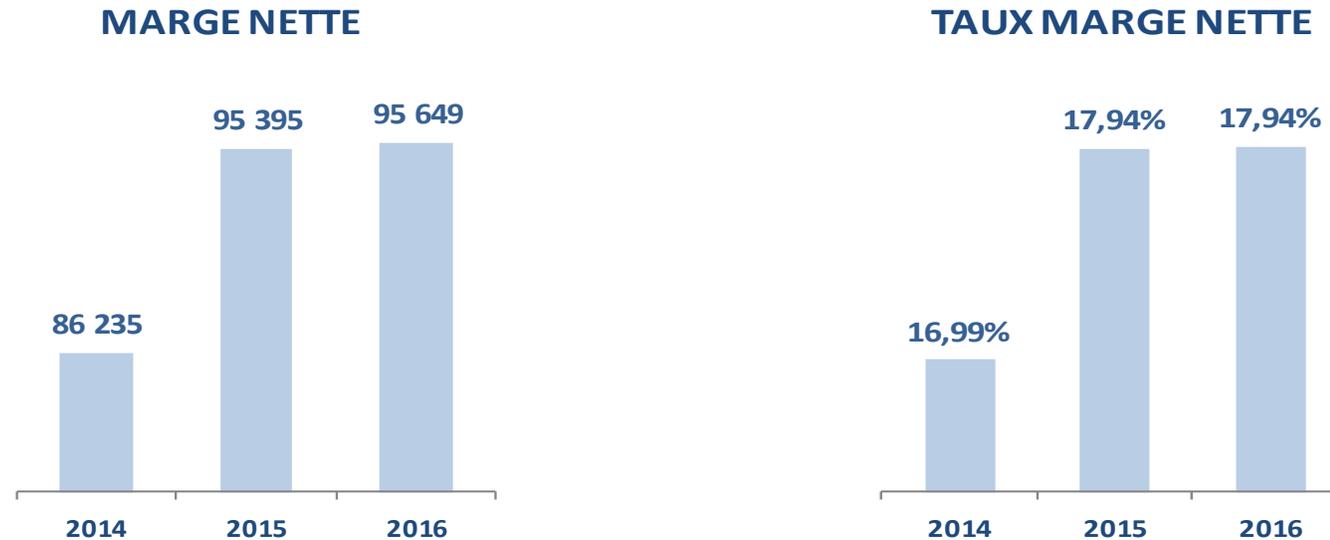
Résultats 2016



- Grâce aux initiatives lancées en 2016 et malgré un début d'année difficile (baisse de 3,69% du CA lors du T1 2016), nous avons réussi à rattraper le retard en chiffre d'affaires pour finir l'année à 556 386 KDT contre 555 221 KDT en 2015, soit une augmentation de 0.21%.



- La marge nette s'est stabilisée au même niveau que celui de l'an dernier à 17.94%.

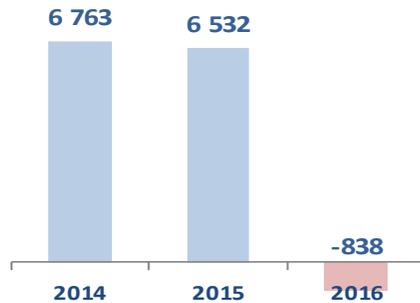


- Quant aux charges d'exploitation, une hausse de 8,4% a été enregistrée, principalement au niveau des postes de charges du personnel (+15%) et des Dotations aux amortissements et provisions (+21%) suite à l'effet des ouvertures en 2015 et 2016.
- Le résultat d'exploitation avant amortissement est passé de 18 165md en 2015 à 13 273md en 2016.

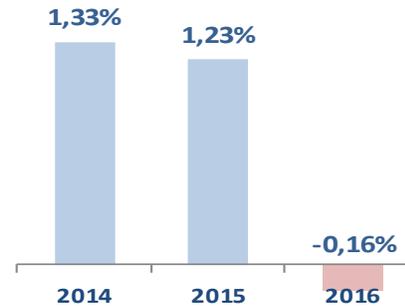


Résultats 2016 (3/4)

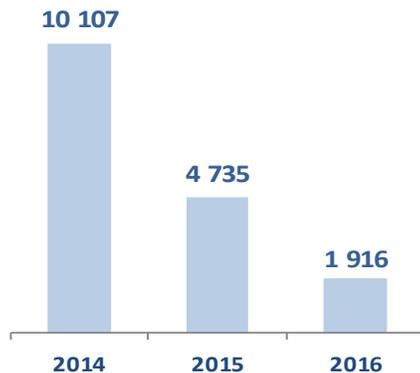
RESULTAT D'EXPLOITATION



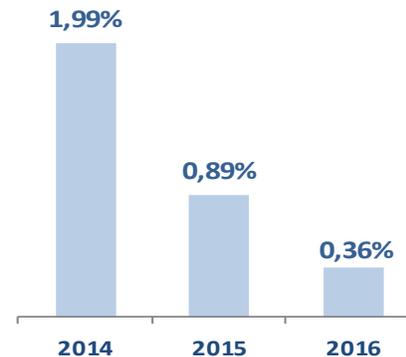
RATIO RESULTAT D'EXPLOITATION



RESULTAT NET DE L'EXERCICE



RATIO RESULTAT DE L'EXERCICE



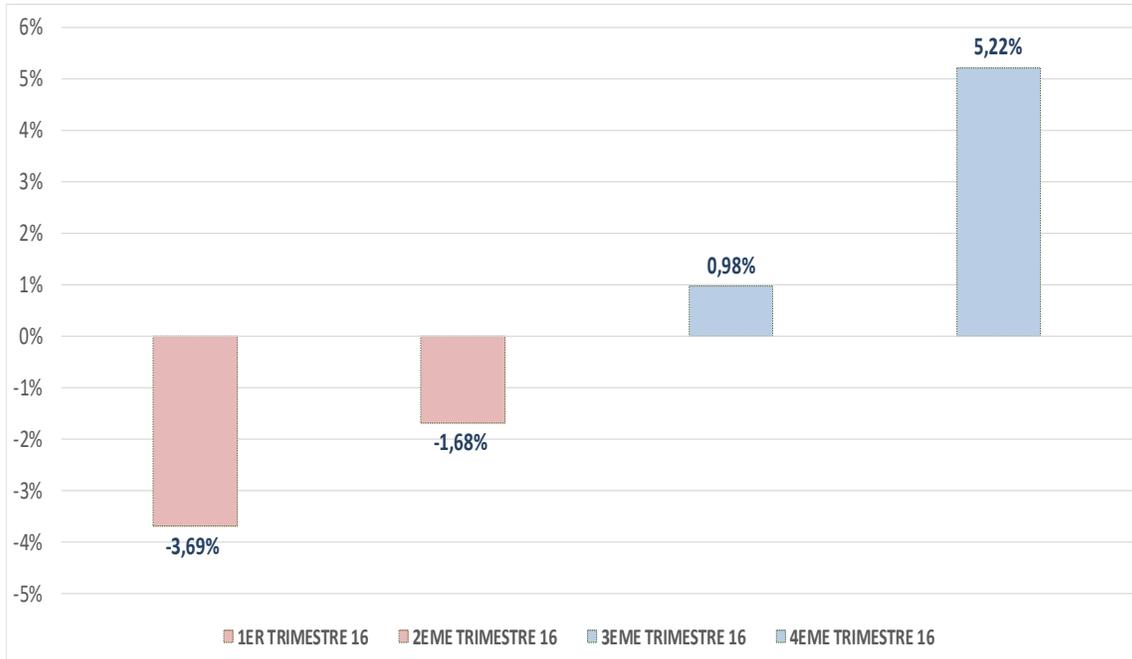
- Le résultat net est passé de 4 735 md en 2015 à 1 916 md en 2016.
- Au niveau consolidé, l'EBITDA a régressé de -10.9% et le résultat net global est passé de 3 993 md en 2015 à 2 801 md en 2016 (compte tenu de l'impôt conjoncturel de 966 md)

- Tenant compte des résultats réalisés, le conseil n'a pas proposé à l'ordre du jour de L'AGO de distribution de dividendes.

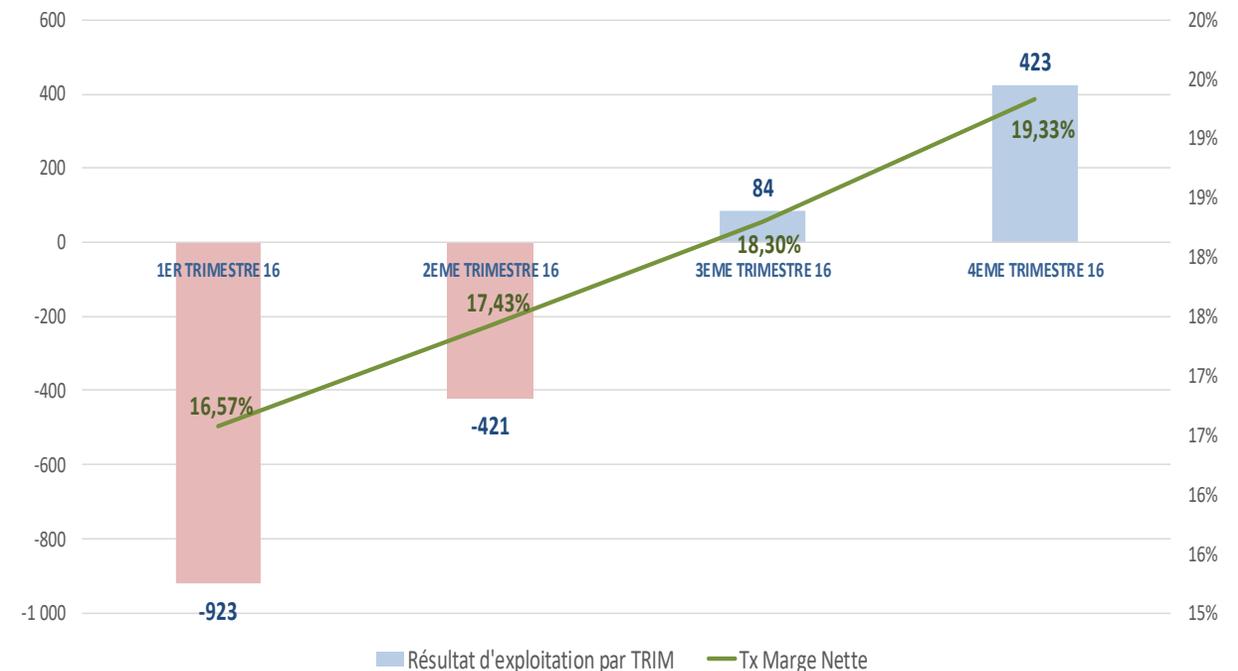


Résultats 2016 (4/4)

- Evolution CA TTC par trimestre N/N-1



- Le résultat d'exploitation par trimestre durant l'année 2016 s'est amélioré en passant de -923md le 1^{er} trimestre à +423md pour le 4^{ème} trimestre 2016.



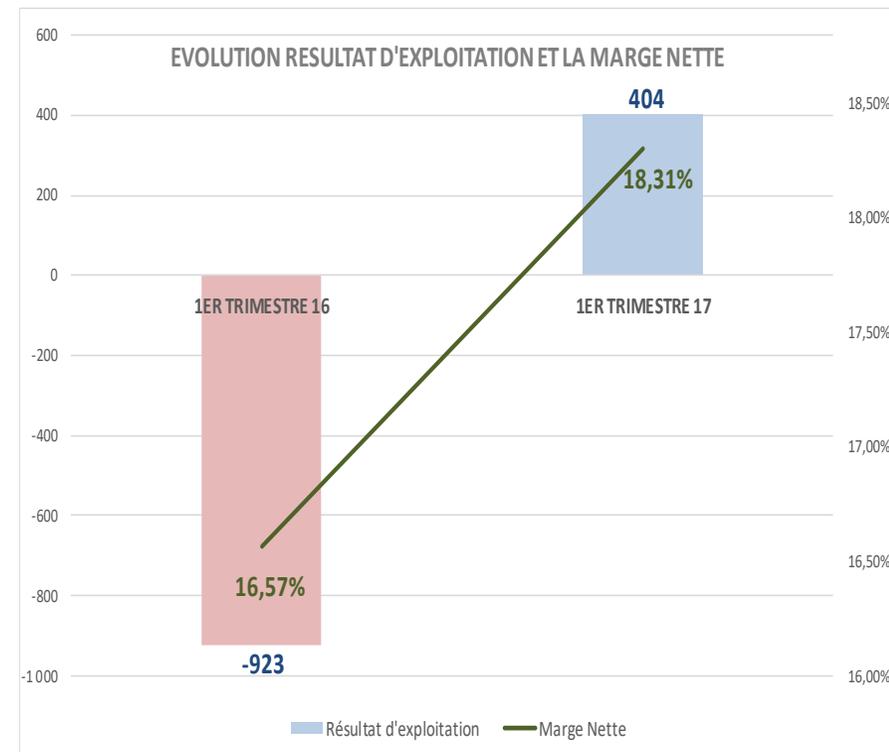
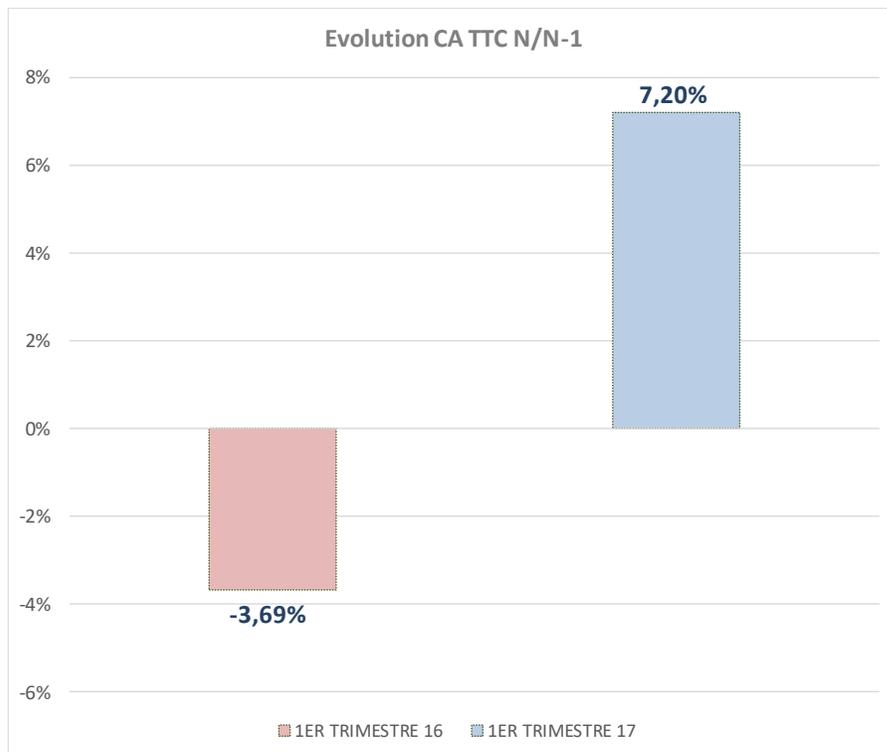
- Une dynamique positive, supportée par le plan de transformation, a permis de rattraper le retard enregistré au premier semestre 2016





Perspectives 2017 - 2020

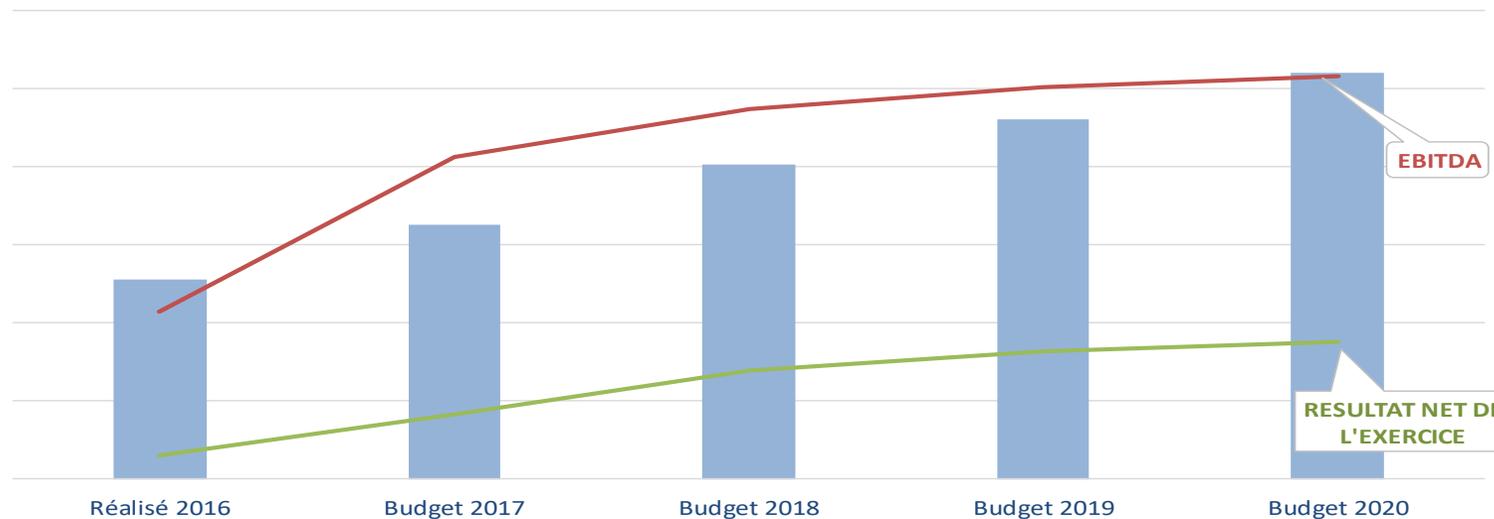




- Une dynamique qui se confirme en début d'année 2017, et qui nous conforte dans nos choix stratégiques et dans notre démarche de transformation, dans un contexte socio économique qui reste difficile pour le secteur de la grande distribution.
- 2017 se présente largement meilleure que 2016



- Poursuivre le programme de développement du réseau avec un rythme de 5000m² de surface de vente par an, pour attendre une surface de vente totale entre 85.000 m² et 90.000 m² en 2020.
- Améliorer la productivité et maîtriser l'évolution des charges
- Assurer une croissance annuelle du CA entre 8% et 10 % sur la période 2017-2020
- Maintenir à minima le niveau de marge nette de 2016
- Atteindre un ratio EBITDA supérieur à 5% dès fin 2018 et de 6% fin 2020 (2,49% en 2016)
- Atteindre un ratio de résultat net supérieur à 1,5% dès 2018 et de 2% fin 2020 (0,36% en 2016)



MERCI

