

La société « Magasin Général » a tenu le 13 décembre 2010 une communication financière au siège de l'AIB présidée et animée par M. Tahar BAYAH, Président Directeur Général. Il a débuté la présentation par la revue des principaux faits saillants des exercices 2009-2010 et il a enchaîné sur les perspectives de développement du groupe magasin général.

Mr Tahar BAYAH a indiqué qu'au cours des exercices 2009-2010, l'activité a enregistré une croissance soutenue grâce notamment à l'orientation des produits de grande consommation, l'ouverture de 3 nouveaux magasins et la rénovation de plusieurs magasins (13 magasins relooking light et 6 magasins relooking total). En outre, le groupe s'est doté d'une centrale d'achat afin de garantir un meilleur rapport qualité/prix à sa clientèle et une nouvelle centrale de distribution à Borj Cédria efficace pour assurer l'approvisionnement de ses points de ventes.

Le PDG a enchaîné sur les performances commerciales de « Magasin Général » à la date du 31 octobre 2010. Ainsi, les ventes cumulées du groupe TTC ont atteint 470MD soit +31% par rapport aux 31/12/2009 qui étaient à 358,2MD. En outre, le taux de fréquentation des magasins groupe a progressé de 26%. Du côté individuel, le chiffre d'affaires TTC s'est établi à 269MD (+44%) grâce à l'augmentation de la fréquentation et à la hausse du panier moyen respectivement de 29% et de 12,4%. Par ailleurs, et en raison des nombreuses offres promotionnelles opérées en 2010, le management estime que la marge commerciale de « Magasin Général » devrait se contracter d'un point à 17,5% à fin décembre 2010. Toutefois et pour les deux prochaines années, le management devrait se concentrer sur la maîtrise des charges et l'optimisation logistique et organisationnelle.

Afin de maintenir les niveaux de croissance enregistrés sur les 3 dernières années, le groupe compte allouer pour 2011 une enveloppe de 40MD répartie comme suit : 23MD expansion, 12MD remodelling et 5MD autres. De plus, le groupe s'apprête à lancer une nouvelle marque distributeur 10/10 (exclusivité magasin général) dont le but est de proposer des produits de grande consommation de bonne qualité et à des prix défiant toute concurrence.

Pour l'exercice en cours, le management table sur un chiffre d'affaires de 525MD (+30,9%) et un résultat net hors amortissement du goodwill 10MD. M. BAYAH a souligné qu'un retour à la distribution des dividendes est prévu pour l'exercice 2011 qui se situera aux alentours de 17MD pour un chiffre d'affaires prévisionnel de 641MD.

Concernant la récente acquisition des 21 points de vente de BATAM, le PDG a rassuré l'audience que ça ne concerne que le fonds de commerce et le nom commercial BATAM. En effet, le groupe compte se lancer dans la vente d'électroménager avec une enseigne BATAM : Une enseigne qui ne jouit pas d'une bonne image auprès de la place financière tunisienne suite à sa faillite et les dégâts collatéraux qu'elle a causés. Toutefois, M. BAYAH a justifié cette stratégie par le fait que suite à une étude réalisée par le groupe, l'enseigne continue jusqu'à aujourd'hui de bénéficier d'une excellente notoriété auprès des clients. Il a ajouté que des travaux de réaménagement ont été entamés et que d'ici 2011 tous ces points de vente seront opérationnels.