

## **SOCIETE DES BRASSERIES DU MAROC**

### **COMMUNIQUE DE PRESSE**

Le Conseil d'Administration de la Société des Brasseries du Maroc, réuni le 21 mars 2011 à Paris sous la Présidence de Monsieur Michel PALU, a examiné l'activité et les résultats du Groupe au titre de l'exercice 2010.

#### **Comptes consolidés :**

<b>En Millions de dirhams</b>	<b>2009</b>	<b>2009 Pro forma*</b>	<b>2010</b>	<b>Variation</b>
Chiffre d'affaires	2 125	2 125	2 201	3,6%
Excédent Brut d'exploitation	646	640	609	-4,8%
Résultat d'exploitation	531	528	486	-7,9%
Résultat net	326	319	259	-18,8%
Résultat net part du groupe	313	307	250	-18,6%

\*Le Proforma 2009 tient compte des retraitements liés au changement du périmètre de consolidation après acquisition de la société Euro Africaine des Eaux en juin 2010.

En 2010, le volume d'activité du Groupe des Brasseries du Maroc a accusé une forte baisse qui a atteint 12,5% par rapport à 2009. Cette contre-performance résulte des différentes augmentations de tarifs à la suite de la répercussion de l'augmentation de la Taxe Intérieure de Consommation sur les boissons et du coût du marquage fiscal sécurisé.

Malgré une légère augmentation du chiffre d'affaires hors TVA de 3,6%, le Groupe a enregistré une diminution de ses résultats opérationnels notamment le résultat d'exploitation qui a diminué de 7,9% par rapport à 2009.

Le résultat net s'est établi, au terme de l'exercice à 259 MMAD, en retrait de 18,8% par rapport à l'année précédente.

### **Comptes sociaux :**

Le Conseil d'Administration a également examiné et arrêté au cours de cette réunion, les états de synthèse de SBM S.A pour l'année 2010.

Le résultat d'exploitation a atteint 380 MMAD, en dégradation de 4,1% par rapport à l'année précédente.

Le résultat net se situe à 315 MMAD en baisse de 6,3% par rapport à 2009

Le Conseil a décidé de soumettre ces comptes sociaux à l'approbation de la prochaine Assemblée Générale Ordinaire et propose la distribution d'un dividende de 100 MAD par action.

### **Perspectives 2011**

Les augmentations répétées des tarifs depuis le début de l'année 2010 et la coïncidence des mois de Châabane et Ramadan avec juillet et août, mois de très fortes ventes, auront inéluctablement des effets négatifs sur l'activité et les résultats du groupe pour l'année 2011.

Les actions d'optimisation des moyens et de réduction de charges permettraient d'en limiter les effets, mais ne pourraient pas compenser les manques à gagner en terme de résultat à la suite des baisses attendues des volumes de ventes.