



Les indicateurs d'activité première trimestre 2017

Désignation	1 ^{ème} Trimestre 2016	1 ^{ème} Trimestre 2017 Réalisé	Evolution	% Evolution
Revenus consolidés	3 613	3 670	57	2%
Local	3 570	3 670	100	3%
Export	43	-	43 -	
Investissement	58	4 153	4 117	99%
Investissement corporel et incorporel "SAM"	34	4 140	4 106	99%
Investissement corporel et incorporel "SMC"	24	13	11	-81%
Investissement corporel et incorporel "Bureau Plus"				
Structure de l'endettement	171	138	33	-24%
Endettement à Long & Moyen Terme	70	82	12	14%
Emprunts à moins d'un an	101	57	45	-79%
Découvert & autres crédits CT				

- Le chiffre d'affaire a cru de 2% en glissement annuel traduisant un niveau d'activité commerciale conforme à nos prévisions compte tenu de la saisonnalité historique de l'activité de la société.
- Le carnet de commande s'est apprécié significativement par rapport à la même période de l'année 2016, ce qui nous conforte quant à la réalisation des chiffres retenus dans le business plan.
- Le plan d'investissement porte essentiellement sur la concrétisation de l'acquisition de la nouvelle usine pour un montant de 3.7 KTD conformément aux engagements affichés au niveau de BP. A rappeler que cet investissement permettra à l'entreprise d'augmenter très sensiblement ses capacités de production et de stockage ce qui est de nature à optimiser significativement les structures de coût.

- Côté export, des signes encourageant de reprise ont été observés. En effet, le focus sur nos marchés historiques (*prospection commune avec nos partenaires, Foires, intensification du réseau de partenaires....*) a permis d'identifier des pistes concrètes de commandes à court terme et un potentiel important sur de nouveaux pays de l'Afrique de l'ouest à partir de la Côte d'Ivoire.
- Nouveautés commerciales 2017 : fidèle à sa devise d'innovation, notre bureau d'étude a enrichi la gamme par le lancement de quatre nouveaux modèles (*TORINO, QUEBEC, Archi*) afin de rester précurseur des nouvelles tendances du marché du mobilier de bureau. Le lancement de la marque Herman Miller s'inscrit confirme notre stratégie de développement de niches (BRANDING Haut de gamme) en tant que relais de croissance.

L'embellie d'activité recensée au premier trimestre 2017, conforte le bien-fondé de la stratégie et des perspectives de croissance affichées à l'occasion de notre introduction en Bourse et nous rassure quant à la capacité de notre société à relever le défi de Leadership régional à travers

L'intensification des efforts (Marketing et commercial), la qualité de nos produits et l'expertise de nos équipes.