

**SOCIETE DE LIMONADERIES ET BRASSERIES D'AFRIQUE**  
**« SOLIBRA »**

Société Anonyme avec Conseil d'Administration au capital de 4.115.210.000 F CFA  
Siège social : 35, rue des Brasseurs - BP 1304 - ABIDJAN 01  
R.C.C.M : CI-ABJ-1962-B-1168

---

**ASSEMBLEE GENERALE ORDINAIRE**

**Du 22 Juin 2011 à 09h00**

Tenue à la Salle Espace CRISTAL 8, rue du Chevalier de Clieu Zone 4c ABIDJAN  
(située entre la Pâtisserie Abidjanaise et la Casernes des Sapeurs Pompiers)

**Téléphone : +225 21 21 12 00 - Fax : +225 21 35 97 91**

# **SOCIETE DE LIMONADERIES ET BRASSERIES D'AFRIQUE « SOLIBRA »**

Société Anonyme avec Conseil d'Administration au capital de 4.115.210.000 F CFA  
Siège social : 35, rue des Brasseurs - BP 1304 - ABIDJAN 01  
R.C.C.M : CI-ABJ-1962-B-1168

## **ASSEMBLEE GENERALE ORDINAIRE DU 22 JUIN 2011**

### **ORDRE DU JOUR**

- Rapport du Conseil d'Administration,  
Rapport des Commissaires aux Comptes ;
- Approbation des comptes de l'exercice social clos le 31 Décembre 2010 ;
- Affectation des résultats,  
Fixation du dividende et de sa mise en paiement ;
- Approbation du Rapport Spécial des Commissaires aux Comptes ;
- Pouvoirs pour formalités.

- oOo -

# **SOCIETE DE LIMONADERIES ET BRASSERIES D'AFRIQUE**

## **« SOLIBRA »**

Société Anonyme avec Conseil d'Administration au capital de 4.115.210.000 F CFA  
Siège social : 35, rue des Brasseurs - BP 1304 - ABIDJAN 01  
RCCM : CI-ABJ-1962-B-1168

### **AVIS DE CONVOCATION**

Les actionnaires de la Société de Limonaderies et Brasseries d'Afrique « SOLIBRA » sont convoqués à l'ESPACE CRISTAL, 8, Rue du Chevalier de Clieu (Zone 4C) 01 BP 2977 ABIDJAN 01, en Assemblée Générale Ordinaire qui se réunira le :

**MERCREDI 22 JUIN 2011 A 9 HEURES**

A l'effet de statuer sur l'ordre du jour suivant :

- Rapport du Conseil d'Administration, Rapport des Commissaires aux Comptes ;
- Approbation des comptes de l'exercice social clos le 31 Décembre 2010 ;
- Affectation des résultats ; Fixation du dividende et de sa mise en paiement ;
- Approbation du Rapport Spécial des Commissaires aux Comptes ;
- Pouvoirs pour formalités.

Tous les actionnaires ont le droit de prendre part à cette assemblée ou de s'y faire représenter par un mandataire de leur choix.

Dans ce dernier cas, les actionnaires doivent déposer leur pouvoir au siège social cinq jours au moins avant la date de l'Assemblée.

Les titulaires d'actions nominatives devront être inscrits sur les registres de la Société cinq jours au moins avant la date de l'Assemblée. Ils seront admis à l'Assemblée sur simple justification de leur identité.

Les titulaires d'actions au porteur devront, cinq jours au moins avant la date de l'Assemblée, déposer leurs titres ou le récépissé de leur dépôt au siège social ou auprès de l'intermédiaire habilité teneur de leur compte.

Pour les actions au porteur, seuls les pouvoirs accompagnés d'une attestation de l'intermédiaire habilité teneur de leur compte seront valables.

Les documents et résolutions qui seront soumis à cette Assemblée seront tenus à la disposition des actionnaires au siège social, quinze jours avant la date de la réunion.

**LE CONSEIL D'ADMINISTRATION**

# POUVOIR

**Je soussigné :**

**Demeurant :**

Propriétaire de           actions nominatives  
Et de                           actions au porteur

de la **SOCIETE DE LIMONADERIES ET BRASSERIES D'AFRIQUE  
"SOLIBRA"**

**Donne pouvoir à**

**De me représenter à l'Assemblée Générale Ordinaire**

**qui doit se tenir le MERCREDI 22 JUIN 2011 A 09 HEURES**

**à l'ESPACE CRISTAL, 8, Rue du Chevalier de Clieu (Zone 4C) 01 BP 2977 ABIDJAN 01,**

En conséquence, assister à la réunion de cette Assemblée, prendre part à toutes délibérations et tous votes sur les questions à l'ordre du jour, signer tous registres de procès-verbaux, substituer et généralement faire tout ce qui sera nécessaire en promettant par avance aveu et ratification.

Fait à

Le

Signature (\*)

\* Faire précéder la signature de la mention manuscrite "*Bon pour pouvoir*".

# **SOCIETE DE LIMONADERIES ET BRASSERIES D'AFRIQUE**

## **« SOLIBRA »**

Société Anonyme avec Conseil d'Administration au capital de 4.115.210.000 F CFA  
Siège social : 35, rue des Brasseurs - BP 1304 - ABIDJAN 01  
R.C.C.M : CI-ABJ-1962-1168

-oOo-

### **ASSEMBLEE GENERALE ORDINAIRE**

**DU 22 JUIN 2011**

-oOo-

## **RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION**

Mesdames, Messieurs,

Nous vous avons réunis en Assemblée Générale Ordinaire, conformément à la loi et à vos statuts pour vous rendre compte de l'activité de votre société au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2010, soumettre à votre approbation les comptes de cet exercice arrêtés par votre Conseil d'Administration et vous proposer l'affectation des résultats de cet exercice.

### ***I. ENVIRONNEMENT POLITIQUE ET ECONOMIQUE***

L'année 2010 aurait dû être l'année de sortie de crise et de relance des investissements en raison de l'organisation de l'élection présidentielle tant de fois reportée depuis 2005. En effet, le front social, maintes fois secoué en 2009 par des manifestations et crises politiques à répétition, laissait entrevoir une année 2010 orientée vers le début d'une reprise économique véritable, gage d'un développement durable de nos activités.

Selon les estimations de l'UEMOA, les prévisions 2010 de la croissance du PIB de la Côte d'Ivoire étaient de +4%. Finalement, la croissance du PIB n'aura été que de +2,6% selon le FMI, ralenti par les périodes pré et post électorales et ce, malgré le bon niveau des cours mondiaux des matières premières telles que le cacao et le café qui ont battu des records inespérés.

Les choses ont évolué récemment, en effet le président sortant Mr Laurent GBAGBO a quitté le pouvoir, et le président Alassane OUATTARA a pris effectivement ses fonctions, l'une de ses priorités étant le retour à la sécurité des personnes et des biens pour une reprise de confiance de la population appelée à reprendre le travail, par la reprise du commerce de l'administration, puis la réhabilitation des zones touchées par les combats.

On constate déjà un frémissement de retour à la vie quotidienne, mais pas encore un véritable goût à la vie car, après 4 mois de crise intense postélectorale, les blessures ne sont pas encore cicatrisées.

Une véritable volonté de relance est engagée, le Port d'Abidjan pilier de l'économie ivoirienne a repris son activité, les navires arrivent au compte-gouttes depuis le 15 avril, deux pétroliers et un méthanier ont déjà accosté et d'autres sont attendus avant la reprise très attendue des exportations de Cacao.

## CACAO

Les cours étant au plus haut niveau depuis 2006, le cacao pourrait bien repartir à l'assaut de son record. Cette conclusion tirée dénote du bon comportement du cacao ces derniers temps sur le marché international. En effet, depuis 2006, le cours du cacao à la tonne a doublé. Il est passé de 1.400 dollars US la tonne (700.000 FCFA) à plus de 2.900 dollars US (1.450.000 FCFA).

Un bond qualitatif aujourd'hui exploité à fond par les spéculateurs et les traders sur les marchés boursiers si bien qu'il est de plus en plus question d'investissement sur le long terme. Pour un pays comme la Côte d'Ivoire, premier producteur mondial, pour 40% du PIB et dont le cacao est des plus appréciés sur le plan mondial, il s'agirait d'un « investissement haussier » du fait du développement du pouvoir d'achat de ses habitants. Les salaires devront, sous la poussée du cacao, augmenter rapidement et autoriser ces habitants à consommer plus, mieux et différemment. L'une des principales raisons de ce boom cacaoyer est le succès de plus en plus probant que connaît le principal dérivé de cette culture, le chocolat. Des pays comme l'Inde et la Chine et la Russie, si peu friands de la barre chocolatée, il y a quelques décennies, se positionnent aujourd'hui comme de gros consommateurs. Et les consommateurs traditionnels issus des pays européens et américains n'ont d'yeux que pour le cacao 'made in Côte d'Ivoire'.

## ***II. ACTIVITE DE LA SOCIETE SOLIBRA***

Bien entendu, ces périodes d'instabilité politique ont eu des répercussions négatives sur l'ensemble de l'activité économique du pays en général et sur nos activités en particulier. Les fortes progressions enregistrées sur les 3 premiers trimestres de l'année (respectivement + 17% Vs 2009 pour le 1<sup>er</sup> trimestre, + 19% Vs 2009 pour le 2<sup>nd</sup> trimestre et +32% Vs 2009 pour le 3<sup>ème</sup> trimestre) ont laissé place à un dernier trimestre décevant (+2% vs 2009). Cette baisse de performance du dernier trimestre trouve sa source dans la frilosité des clients pour passer les commandes pendant la période pré électorale et dans la crise post-électorale qui a empêché les livraisons à nos clients de nos produits dans plusieurs zones du pays.

Cependant, il faut souligner que dans cet environnement socio-politique incertain, Solibra a plutôt bien résisté avec une progression générale des ventes tous produits confondus de + 15% Vs 2009.

Nous avons terminé l'année 2010 avec les réalisations suivantes :

- **Total Général Solibra** : 2 420 728 HI soit + 6,98 % Vs 09 ( 2 262 869 HI )
- **Bières** : 1 550 457 HI soit + 17,98 % Vs 09 ( 1 314 117 HI )
- **Boissons Gazeuses** : 630 581 HI soit + 11,67 % Vs 09 ( 564 665 HI )
- **MALTA** : 12 847 HI soit +4,47 % Vs 09 ( 12 298 HI )
- **ALCOMIX** : 3 942 HI soit -18,26 % Vs 09 ( 4 822 HI )
- **Eaux Minérales** : 221 994 HI soit + 4,00 % Vs 09 ( 213 459 HI )
- **Vin** : 907 HL soit - 99,41 % Vs 09 (153 508 HI )

## A. **BOISSONS**

### ➤ **BIERES**

Notre présence sur le marché Ivoirien Marché bières (part de notre Production)

	Exercices		Variation en points	Variation en %
	2009	2010		
. BOCK	67,27%	68,44%	1,17	1,74 %
. FLAG	5,72%	4,21%	-1,52	-26,49%
. CASTEL	13,28%	13,58%	0,29	+2,21%
. TUBORG	5,98%	5,01%	-0,97	-16,28 %
. BEAUFORT	1,58%	2,14%	0,55	+34,87%
. 33 EXPORT	0,01%	0,67%	0,66	N S
. GUINNESS	6,15%	5,96%	-0,19	-3,03 %
<b>TOTAL</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>		

Nous terminons l'année 2010 à +17,98% Vs 2009 et +19,48% par rapport à nos prévisions 2010.

En comparaison avec 2009, la catégorie « Bières » s'est positionnée à +10,29% de part de structure dans le volume global de SOLIBRA

**Bock** : La Bock qui représente plus de deux tiers du volume de bière (68%) a littéralement porté la progression de la catégorie. Les deux formats ont bénéficié de la tendance haussière sur la marque avec respectivement une progression de +18% Vs 2009 pour le format 100cl et +28% pour le format 65cl. Le succès de ce produit, comme l'année dernière, est intimement lié à une bonne tenue des cours des matières premières qui s'est traduit au niveau des consommateurs par une augmentation de leur revenu disponible, surtout dans les zones rurales. En ce qui concerne les zones urbaines, la paupérisation grandissante des consommateurs a aussi affecté positivement la consommation de cette marque, et ce, malgré l'absence d'activités marketing sur le terrain. En outre, une meilleure disponibilité des emballages de ce produit et un effort commercial particulier sur l'intérieur du pays ont également permis ces bonnes progressions.

**Flag Spéciale** : Malgré la campagne de relancement au niveau local et panafricain sur la Flag, la marque a continué de reculer en 2010 en terminant à -13% Vs 2009. En réalité, la nouvelle campagne de communication et les actions entreprises sur le terrain pour la soutenir, n'ont pas résolu le problème fondamental de positionnement et de pertinence de la marque vis-à-vis des consommateurs. En effet, la base actuelle de consommateurs est vieillissante ; la nouvelle cible définie (les adultes 18-25 ans) peine à se reconnaître dans ce produit. De plus, la pauvreté généralisée de la population a fait glisser tous les consommateurs de la classe moyenne vers la Bock qui en termes quantité-coût est plus intéressante à cause non seulement du prix plus abordable de ce produit, mais également à cause de la disponibilité de formats intéressants (le 100cl et le 65cl).

**Castel Beer** : Avec +21% de croissance par rapport à 2009, la Castel Beer confirme sa seconde place en termes de volume dans notre gamme de bières après la Bock. La Castel Beer a dépassé cette année la barre symbolique de 200.000 hectolitres atteignant 210.498 hectolitres vendus en 2010. Elle gagne 0,6 point de structure pour représenter aujourd'hui 13,6% du volume total de bières commercialisé par Solibra. à cause de la bonne image de ce produit auprès des consommateurs, et, d'autre part, son coût intéressant par rapport à d'autres marques du portefeuille

**'33' Export** : Dernier-né de notre portefeuille de produits, la '33' Export a été lancée au mois de Janvier 2010 à l'occasion de la Coupe d'Afrique des Nations 2010. Ce produit a connu deux phases dans son évolution. La première a été la phase de lancement (Janvier – Septembre 2010) et a vu une implantation progressive et des performances appréciables de vente (en moyenne 1.000 hl par mois), ce qui était bien au-delà des objectifs de vente prévus pour cette marque. Puis, le réajustement tarifaire mis en œuvre après Septembre 2010 a porté un coup de frein à cette évolution positive, les consommateurs estimant le nouveau prix de vente élevé.

**Tuborg Gold** : Avec 77.628 hectolitres, Tuborg Gold reste la seconde marque internationale de notre gamme de bières après la Guinness. Notre objectif de stabiliser les ventes de la Tuborg après les chutes vertigineuses de 2008 et de 2009 (respectivement de - 29,8% et de -23%) a été tenu. En effet, nous terminons l'année 2010 avec -1% de recul des volumes de la marque par rapport à 2009. Grâce aux différentes opérations terrain tels que les animations PDV et les soirées de sponsoring avec le jeu concours Miss Côte d'Ivoire, nous avons pu stabiliser les volumes de la marque au même niveau qu'en 2009.

**Guinness** : La tendance à la hausse sur les volumes de Guinness que nous avons observée en 2009, s'est poursuivie en 2010 avec une progression de +14%. Guinness représente ainsi 6% du volume global des bières de Solibra, ce qui la positionne comme la troisième marque de bières de notre portefeuille. Même si elle n'a pas encore renoué avec la barre symbolique de 100.000 hectolitres la marque continue d'investir de façon massive en média (campagne TV) et également dans des activités de sponsoring spectaculaires (Greatness Days).

**Beaufort Lager** : La Beaufort Lager se porte bien : en effet, un an après son lancement, la marque continue toujours de progresser avec +59% Vs 2009. Les efforts de disponibilité de ce produit dans des canaux tels que les maquis VIP et les caves-terrasses ont porté leurs fruits et cela sans effort soutenu au niveau marketing. Le packaging innovant (emballage perdu) et le prix abordable par rapport à d'autres produits concurrents de même nature en ont fait un produit de choix pour les consommateurs. Ainsi, la marque garde encore d'énormes opportunités de développement en termes de vente sur toute l'étendue du territoire national, pour peu que l'attractivité en termes de prix et la qualité des emballages soient toujours maintenus.

## ➤ BOISSONS GAZEUSES

La catégorie « Boissons Gazeuses » a connu une bonne performance en 2010 (+12% Vs 2009) et s'est situé à 24% de part de structure dans le volume total commercialisé par Solibra. Cette performance a été surtout portée par les produits en PET qui ont fait un bond de +30% Vs 2009 et dépassent désormais la barre des 300.000 hectolitres pour se situer à 301.226 hectolitres.

La contribution des PET dans la catégorie Boissons Gazeuses s'est encore accrue et se situe désormais à 48% de part de structure contre 38% en 2009. Cette évolution nous conforte dans le fait que les consommateurs aujourd'hui sont tournés de plus en plus vers des emballages perdus à cause de leur praticité et de leur disponibilité qui ne cesse de s'accroître dans les différents canaux de vente.

A contrario, le verre consigné peine à suivre la tendance haussière observée sur la catégorie « Boissons Gazeuses » en 2010. En effet, avec un volume total de 329.225 hectolitres, l'emballage « Verre Consigné » recule de 1% par rapport à 2009. Cependant la perte de volume est moins importante qu'elle ne l'était en 2009 (-9% Vs 2008) à cause des différentes campagnes de sensibilisation sur le prix intervenues tout au long de cette année. De plus, nous avons achevé notre cartographie des canaux où nous devrions principalement mettre en avant cet emballage et nous allons pouvoir lancer un vaste plan de redéveloppement de cet emballage en 2011.

### Marché Boissons Gazeuses (part de notre Production)

	Exercices		Variation en points
	2009	2010	
. TIP TOP CAFE	6.30%	5,96 %	-0,35
. YOUKI	14.69%	13,57 %	-1,12
. COCA COLA	35.26%	35,72 %	+0,46
. SPRITE	7.20%	7,86 %	+0,68
. FANTA Orange	27.85%	28,44 %	+0,59
. FANTA COCKT.& Fraise	6.47%	5,39 %	-1,10
. ORANGINA	1.30%	2,30 %	+1,00
. SCHWEPPEES	0.92%	0,76 %	-0,16
<b>TOTAL</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	-

### Les produits de The Coca-Cola Company

Avec 78,2% de part de structure, les marques de la Compagnie Coca-Cola continuent toujours de se tailler la part du lion dans les volumes de la catégorie « Boissons Gazeuses ». Globalement, elles progressent de 12% par rapport à l'année précédente. En termes d'analyse par type d'emballages, on retrouve la même évolution structurelle que celle de l'ensemble de la catégorie. Le PET soutient ainsi la croissance des marques Coca-Cola avec une progression de 28% Vs An-1 alors que le verre consigné recule de 2% sur la même période.

En 2010, nous avons organisé un jeu concours capsule sur les marques Coca-Cola en verre consigné, ce qui a permis de réduire la chute des ventes de cet emballage. Par ailleurs, la campagne de sensibilisation sur les prix du verre consigné a été réalisée principalement avec ces marques. Aussi, nous avons entamé une rationalisation progressive du portefeuille de marques Coca-Cola avec une suppression des parfums Fanta (Pomelo, Citron, Ananas et

Mandarine) qui avaient été introduits en 2008 et en 2009 et qui n'ont pas vraiment connu de succès. Cette action a débuté avec l'arrêt de la production de ces parfums en bouteille verre consigné en 2010.

### **Les produits Youki & Ok Tip Top**

La marque Youki a progressé de 4% en 2010 comparativement à 2009 pour se situer à 123.026 hectolitres. Sur ce volume, le PET a progressé de façon importante (+42% Vs An-1) avec l'introduction des parfums Moka Café et Tonic qui ont été un succès. Ces deux parfums progressent très bien depuis leur lancement en Août 2010 et viennent soutenir la croissance sur les autres parfums Youki en PET : le Pamplemousse (+22% Vs An-1) et la Pomme (+51% vs An-1). Youki en verre consigné recule de 3% pour se situer à 97.380 hectolitres. Notre stratégie d'uniformisation de tous les produits BGI sous la marque Youki a débuté en 2010 avec le lancement de Ok Tip Top Café et Tonic en PET.

### **Orangina**

Nous avons commercialisé 14.500 hectolitres d'Orangina en 2010, ce qui représente une progression de +98% Vs An-1. La marque Orangina a bénéficié des actions commerciales visant à améliorer sa disponibilité et une campagne de sensibilisation sur le prix de vente de détail du verre consigné dans les différents canaux de vente. De plus, le lancement en Mai 2010 du format PET 50cl a permis d'accélérer la croissance des volumes de la marque.

## **➤ EAU MINERALE**

Avec un volume total commercialisé de 221.994 hectolitres, la catégorie « Eaux minérales » progresse en 2010 de +4% Vs An-1, ce qui est en deçà de la moyenne de progression de Solibra, tous volumes confondus. Cette situation est due principalement à la vive concurrence à laquelle nous faisons face dans cette catégorie avec des acteurs locaux tels que Céleste et Olgane. Ces marques investissent énormément en termes de communication multimédia et surtout elles ont un positionnement prix qui est pour certains formats jusqu'à 30% inférieur aux prix pratiqués sur Awa, notre eau de référence.

### **AWA**

Awa, notre marque d'eau positionnée premium réalise ainsi une modeste progression de +1% par rapport à 2009. Sur le segment « Eau Minérale Plate » et sur le marché local, la marque se comporte plutôt bien (189.467 hectolitres, +13% Vs An-1). Par contre, la marque est plombée par l'arrêt de la commercialisation de Awadji (-17.244 hectolitres, -100% Vs An-1), de Awa Export (- 2.115 hectolitres, -100% vs An-1) et les problèmes techniques sur Awa Pétillante (843 hectolitres, -26% Vs An-1). En plus, l'absence de communication sur la marque et des prix de vente supérieurs au niveau de chaque maillon de la distribution ne nous ont pas permis de rattraper ce retard.

### **CRISTALINE**

Cristaline s'est plutôt bien portée avec une progression de +26% Vs An-1, confirmant ainsi l'intérêt des consommateurs pour des eaux de qualité à un prix abordable. La Cristaline a progressé aussi bien sur les ventes export (qui ont représenté 16.900 hectolitres soit +19% Vs An-1) que sur les ventes locales (14.783 hectolitres, +36% Vs An-1). En 2010, nous avons

lancé une campagne d'affichage routier ainsi que des opérations de référencement du produit dans les boutiques sur Abidjan.

## ➤ VIN

La distribution du vin se fait désormais directement par Sicodis suite à la nouvelle réorganisation de la commercialisation de ce produit.

### ***B. DISTRIBUTION***

L'année 2010 a été pour nous une année de changements majeurs au niveau de la distribution de nos produits. Ainsi conformément à notre plan triennal de développement des ventes, nous avons libéralisé la distribution de nos produits. En effet, les concessions de distribution (relatives à un rayon géographique de distribution exclusive) ont été supprimées au profit d'agréments de distribution qui donnent au distributeur la liberté de commercialiser les produits sur l'ensemble du territoire national.

Cette modification a permis de stimuler la concurrence entre les distributeurs et leur a permis de se surpasser afin d'atteindre les objectifs de vente qui leur avaient été fixés. Plusieurs distributeurs agréés ont ainsi ouvert de nouveaux dépôts de vente dans des secteurs où ils n'étaient pas présents précédemment, ce qui a permis un accroissement de leurs ventes. Par ailleurs, l'année 2010 a vu la mise en place progressive de la livraison des commandes clients par un transporteur spécialisé.

Cette opération a pour but de concentrer les efforts des clients sur leur métier de distributeurs qui continuellement doivent rechercher et servir les différentes opportunités de vente sur le terrain. Cette transition s'est faite progressivement et avec succès. A la fin de l'année 2010, l'ensemble des distributeurs, à l'exception de ceux de la zone CNO (Centre, Nord et Ouest) bénéficiait de ce système.

Par ailleurs, en vue d'éviter des batailles de prix qui fragiliseraient leur équilibre financier, nous avons mis la majorité des distributeurs agréés au règlement comptant de leur commande avant livraison. Les distributeurs agréés se sont remarquablement bien adaptés à ce système qui leur a permis également de pouvoir assainir leurs conditions de ventes à leurs clients respectifs.

### ***C. ACTIVITES COMMERCIALES ET MARKETING***

En 2010, nous avons réorganisé les activités commerciales de nos agents sur l'exécution du marché. Ceci nous a permis de concentrer notre suivi commercial sur quatre éléments clés dans les points de vente à savoir : veiller à la disponibilité des produits, assurer la visibilité de nos marques, améliorer le merchandising de nos produits où nos réfrigérateurs et nos autres matériels froid sont présents et enfin, veiller au respect des prix de nos produits.

Par ailleurs, nous avons également organisé de nombreux incentives avec les distributeurs agréés et la force de vente (incentives Coca-Cola et '33' Export pour la coupe du Monde, incentives Guinness pour distributeurs en Mai-Juin 2010,...) afin de pouvoir impacter positivement l'évolution de nos ventes.

Les actions marketing en 2010 ont été marquées par plusieurs opérations de sponsoring et des événements propres que nous avons organisés. Au titre du sponsoring, nous avons apporté la caution de nos marques sur plusieurs événements majeurs tels que le Festival des Musiques Urbaines d'Anoumabo (FEMUA) avec la marque Flag, le Festival des Grillades, avec la

marque Coca-Cola, les concerts du célèbre bassiste Richard BONA (Beaufort Lager),... Pour nos événements propres, nous avons organisé la seconde édition de la Fête de la Bière qui a été un véritable succès et qui a permis de toucher des dizaines de milliers de consommateurs venus de tout Abidjan.

En 2010, nous avons aussi procédé au recrutement d'une trentaine de collaborateurs afin de renforcer notre force de vente et notre service marketing. Vingt cinq nouveaux agents commerciaux ont rejoint les rangs de notre service commercial et ont permis ainsi de réduire de moitié notre ratio de suivi des points de vente par agent. Par ailleurs, six nouveaux collaborateurs sont venus renforcer le service marketing afin de mieux orienter les actions sur chacune des marques que nous commercialisons.

#### **D. CONCURRENCE**

La situation de la concurrence n'a pas évolué en 2010 par rapport à 2009. Aucun nouvel acteur n'a été enregistré sur les quatre catégories dans lesquelles nous opérons.

Au niveau de la Bière, les produits importés demeurent toujours les principaux concurrents de nos bières. SODIREP (avec les marques Heineken et Amsterdam), CDCI (Cody's) et PROSUMA (Efes) demeurent les acteurs les plus importants et les plus structurés sur ce marché. On estime la part de marché des produits concurrents bières à environ 12%.

En ce qui concerne les boissons gazeuses, la concurrence demeure locale et est constituée essentiellement de SOFT DRINKS qui produit les marques de Pepsi Cola (Pepsi Cola, Mirinda et 7Up), Panda, Everest et Vimto. Cette société a également lancée deux nouveaux parfums dans la gamme Panda (Pamplemousse et Moka) afin de pouvoir mieux contrer nos produits. Nous estimons leur part de marché à moins de 8%.

Sur les eaux minérales, les acteurs n'ont pas changé. CIPREM-CI avec la marque Céleste et CBC avec la marque Olgane continuent d'animer la concurrence. Céleste a été particulièrement agressive cette année 2010 avec de nombreuses campagnes de communication et des opérations de baisse de prix à l'attention de la distribution. On estime la part de marché des produits concurrents à 49%.

Enfin sur la catégorie « Vins », les vins Châteaux de France ont lancé une campagne TV sur une période d'un mois en 2010.

#### **E. SITUATION DES EFFECTIFS**

	2009	2010	Variation
<b>Ouvriers/employés</b>	489	476	-13
<b>Agents de Maîtrise</b>	163	188	+25
<b>Cadres Nationaux</b>	77	75	-2
<b>Cadres Expatriés</b>	12(1)	10(1)	-2
<b>CDD O &amp; E</b>	105	105	0
<b>CDD Maîtrise</b>	37	75	+38
<b>TOTAL</b>	883	929	46

(1) SICODIS

## **F. INVESTISSEMENTS**

L'exercice 2010 a enregistré des investissements réalisés à hauteur de 11 180 milliards de F.cfa contre 12 585 Milliards en 2009 répartis ainsi:

- ^ Pour Abidjan : 6 036 Milliards contre 4.622 Milliards en 2009 soit 10 658 Milliards de F.cfa pour ces deux dernières années
- ^ Pour Bouaflé : 2 812 Milliards contre 3 675 Millions en 2009 soit 6 487 Milliards de F.cfa pour ces deux dernières années
- ^ Pour Yopougon : 1 880 Milliards contre 3 865 Millions en 2009 soit 5 745 Milliards de F.cfa pour ces deux dernières années
- ^ Pour l'ex SADEM SLB Yop TR : 452 Millions contre 423 Millions en 2009 soit 875. Millions pour ces deux dernières années

## **G. PREVISIONS POUR L'EXERCICE 2011**

Les résultats de l'année 2011 seront donc, encore, particulièrement liés à la rapidité du dénouement de la période post-électorale, dont dépend le bon déroulement des engagements pris par la nouvelle Gouvernance.

Les Prévisions Budgétaires pour 2011, qui avaient été validées début Novembre 2010, n'ont pas été épargnées par la crise que la Côte d'Ivoire vient de traverser durant ces 6 derniers mois. Nous avons mis en place les mesures rigoureuses qui s'imposaient, tout en épargnant les salariés de SOLIBRA, à qui nous avons fort heureusement évité le chômage technique.

Nos objectifs de ventes tant pour les Bières et les Boissons Gazeuses ont reconduit pratiquement les mêmes volumes réalisés en 2010 : + 2% sauf pour les Boissons Gazeuses + 7.40% qui nécessiteront de poursuivre l'effort pour les BG produites en PET 1.5 L ou 0.50 L et maintenir un bon niveau de ventes sur les verres consignés.

1 674 600 Hl de Bières contre 1 550 457 Hl réalisés en 2010

742 960 Hl de BG contre 630 581 Hl réalisés en 2010

264 000 Hl Eaux et autres contre 239 690 Hl réalisés en 2010

Du fait de cette crise, durant les 4 premiers mois de l'année 2011 nos ventes ont subi un manque à gagner de 21.5% pour les bières, 37.6 % pour les BG et, 53.5% pour les Eaux.

Malgré cette crise vécue, le conseil d'administration a décidé de maintenir le niveau d'Investissements 2011 Budgété en Novembre 2010 soit 11 milliards de F.CFA dont, 9 milliards pour la partie Industrielle, 1 Milliard pour le Marketing et 1 Milliard entre l'informatique et l'Administratif.

## **H. RESULTATS FINANCIERS**

Le chiffre d'affaires hors taxes s'établit à 116,6 milliards F.CFA en progression de 1,69 % par rapport à celui de l'exercice précédent (114,7 milliards F.CFA).

Le résultat d'exploitation s'élève à 21 milliards F.CFA après dotations aux comptes d'amortissements et de provisions pour 13,6 milliards F.CFA et une reprise de provision de 4 milliards F.CFA.

Après comptabilisation de l'impôt BIC de 6 milliards F.CFA, le résultat net de l'exercice 2010 ressort à 14,7 milliards F.CFA contre 14 milliards F.CFA pour l'exercice précédent.

Nous vous proposons, la réserve légale étant au plafond, l'affectation et la répartition des résultats de l'exercice 2010 comme suit :

- Bénéfice net	14.672.064.782 F.CFA
- Report à nouveau des exercices antérieurs	2.335.095.167 F.CFA
- Bénéfice distribuable	17.007.159.949 F.CFA
- Distribution d'un dividende global de	14.979.364.400 F.CFA
- Affectation à la réserve générale	1.000.000.000 F.CFA
- Affectation au report à nouveau	1.027.795.549 F.CFA

Si vous approuvez ce projet d'affectation, il serait distribué à chacune 823.042 actions composant le capital social, un dividende unitaire brut de 18.200 F.CFA correspondant à un dividende net de 16.380 F.CFA, après règlement de l'impôt retenu à la source de 10%.

Nous vous proposons de fixer la mise en paiement de ce dividende à compter du jour de l'Assemblée, en vous informant toutefois du décalage de son règlement (15 jours ouvrés minimum) compte tenu des dispositions de la BRVM au sujet des opérations sur titres.

**-oOo-**

Conformément aux dispositions légales, il va vous être donné lecture du Rapport spécial de vos Commissaires aux Comptes sur lequel vous aurez à statuer.

Les documents prévus par la loi ont été tenus, à la disposition des actionnaires au siège social dans les délais légaux.

**-oOo-**

Le Conseil d'Administration remercie tout le personnel de la Société pour sa compétence, sa motivation et son dévouement.

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

# **SOCIETE DE LIMONADERIES ET BRASSERIES D'AFRIQUE**

## **« SOLIBRA »**

Société Anonyme avec Conseil d'Administration au capital de 4.115.210.000 F CFA  
Siège social : 35, rue des Brasseurs - BP 1304 - ABIDJAN 01  
RCCM : CI-ABJ-1962-B-1168

-oOo-

### **ASSEMBLEE GENERALE ORDINAIRE**

**DU 22 JUIN 2011**

-oOo-

## **RESOLUTIONS**

#### **PREMIERE RESOLUTION**

L'Assemblée Générale, après avoir entendu lecture des rapports du Conseil d'Administration et des Commissaires aux Comptes, approuve les comptes de l'exercice clos le 31 Décembre 2010 tels qu'ils lui sont présentés par le Conseil d'Administration et qui se soldent par un bénéfice net de 14.672.064.782 F.CFA.

#### **DEUXIEME RESOLUTION**

L'Assemblée Générale, sur proposition du Conseil d'Administration, décide, la réserve légale étant au plafond, d'affecter le bénéfice d'un montant de 14.672.064.782 F.CFA de l'exercice 2010 de la manière suivante :

- Bénéfice net	14.672.064.782 F.CFA
- Report à nouveau des exercices antérieurs	2.335.095.167 F.CFA
- Bénéfice distribuable	17.007.159.949 F.CFA
- Distribution d'un dividende global de	14.979.364.400 F.CFA
- Affectation à la réserve générale	1.000.000.000 F.CFA
- Affectation au report à nouveau	1.027.795.549 F.CFA

Elle fixe le dividende brut unitaire à 18.200 F.CFA pour chacune des 823.042 actions composant le capital social, correspondant à un dividende net de 16.380 F.CFA, après règlement de l'impôt retenu à la source de 10%.

La date de mise en paiement de ce dividende est fixée à compter de l'Assemblée.

L'Assemblée Générale prend acte que compte tenu des dispositions de la BRVM au sujet des opérations sur titres, il y aura un décalage de 15 jours ouvrés minimum pour son règlement.

### **TROISIEME RESOLUTION**

L'Assemblée Générale, après avoir entendu lecture du rapport spécial des Commissaires aux Comptes sur les conventions visées par la loi au titre de l'exercice 2010, approuve les termes et conclusions de ce rapport.

### **QUATRIEME RESOLUTION**

L'Assemblée Générale confère tous pouvoirs au porteur d'un original, d'une expédition, d'un extrait ou d'une copie du procès-verbal constatant ses délibérations à l'effet d'assurer l'exécution de ses décisions dans tous les détails qu'elles comportent et d'accomplir toutes formalités légales et administratives de dépôt et de publicité.

-oOo-

**SOCIETE DE LIMONADERIES ET BRASSERIES D'AFRIQUE  
SOLIBRA**

<b>ACTIF</b>		
	<b>2010</b>	<b>2009</b>
Immobilisations incorporelles brutes	4 216 371 405	3 912 785 493
Immobilisations corporelles brutes	110 458 964 585	101 229 019 548
Immobilisations financières	2 397 454 250	2 392 454 921
Amortissements et provisions	-75 130 599 600	-69 031 178 746
<b>TOTAL ACTIF IMMOBILISE NET</b>	<b>41 942 190 640</b>	<b>38 503 081 216</b>
Actif circulant H.A.O.	0	30 000 000
Stocks	34 725 838 446	26 680 077 899
Fournisseurs, avances versées	1 619 340 767	4 403 876 260
Clients	3 470 755 725	6 470 671 850
Autres créances	2 639 551 933	5 197 677 191
Provisions	-4 573 491 492	-3 684 812 734
<b>TOTAL ACTIF CIRCULANT</b>	<b>37 881 995 379</b>	<b>39 097 490 466</b>
Trésorerie - Actif	9 817 158 244	14 711 059 323
Ecart de conversion - Actif		
<b>TOTAL GÉNÉRAL ACTIF</b>	<b>89 641 344 263</b>	<b>92 311 631 005</b>
<b>PASSIF</b>		
	<b>2 010</b>	<b>2 009</b>
Capital	4 115 210 000	4 115 210 000
Primes et réserves	28 387 355 374	25 347 326 110
<b>TOTAL CAPITAUX PROPRES</b>	<b>47 174 630 156</b>	<b>43 531 328 174</b>
Emprunts	0	0
Dettes financières diverses	12 473 999 158	13 592 381 754
Provisions financières pour risques et charges	8 333 718 805	5 363 996 214
<b>TOTAL DETTES ET RES. ASSIMILEES</b>	<b>20 807 717 963</b>	<b>18 956 377 968</b>
Dettes circulantes et res. Assimilées I.L.A.O.	730 370 177	1 400 936 087
Clients, avances reçues	2 627 837 597	2 217 232 503
Fournisseurs d'exploitation	6 611 761 706	8 502 073 437
Dettes fiscales	9 035 322 734	8 989 199 851
Dettes sociales	1 284 607 318	1 160 793 273
Autres dettes	327 923 168	573 731 432
<b>TOTAL PASSIF CIRCULANT</b>	<b>20 617 822 700</b>	<b>22 843 966 583</b>
Trésorerie - Passif	1 041 173 444	6 979 958 280
Ecart de conversion - Passif		
<b>TOTAL GÉNÉRAL PASSIF</b>	<b>89 641 344 263</b>	<b>92 311 631 005</b>

NB: "Comptes certifiés par les commissaires aux comptes"

**SOCIETE DE LIMONADERIES ET BRASSERIES D'AFRIQUE  
SOLIBRA**

<b>COMPTES DE RESULTATS EXPRIMES EN MILLIARDS DE CFA francs</b>		
	<b>2010</b>	<b>2009</b>
Vente de marchandises	5 566 907 123	18 493 092 779
Vente de produits fabriqués	110 600 647 438	96 086 833 649
Produits accessoires	475 695 299	120 772 246
<b>TOTAL CHIFFRE D'AFFAIRES</b>	<b>116 643 249 860</b>	<b>114 700 698 674</b>
Production stockée	207 647 571	-818 619 178
Autres produits	3 359 663 698	2 871 053 171
Achats et frais /achats	53 034 123 820	56 724 073 319
Variation de stocks	-5 131 496 618	-1 018 145 959
Transport	2 533 090 180	1 579 329 838
Services extérieurs	16 887 702 164	13 374 736 612
Impôts et taxes	6 607 433 811	5 470 809 796
Autres charges	4 124 967 516	3 840 997 381
<b>TOTAL CHARGES</b>	<b>78 055 820 873</b>	<b>79 971 800 987</b>
<b>VALEUR AJOUTÉE</b>	<b>42 154 740 256</b>	<b>36 781 331 680</b>
Charges du personnel	11 989 119 388	10 925 098 504
Dotations aux amortissements et provisions	13 626 225 308	10 070 523 862
Reprises de provisions	4 083 700 916	3 500 349 275
Transferts de charges	525 745 148	466 926 652
<b>RÉSULTAT D'EXPLOITATION</b>	<b>21 148 841 624</b>	<b>19 752 985 241</b>
Produits financiers	122 882 461	340 008 493
Charges financières	616 223 565	1 113 876 662
<b>RÉSULTAT FINANCIER</b>	<b>-493 341 104</b>	<b>-773 868 169</b>
Résultat hors activité ordinaire	76 299 550	27 136 811
Impôts sur le résultat	6 059 735 288	4 937 461 819

NB: "Comptes certifiés par les commissaires aux comptes"

**SOCIETE DE LIMONADERIES ET BRASSERIES D'AFRIQUE  
SOLIBRA**

Exercice 2010

**TABLEREC FINANCIER DE RESSOURCES ET EMPLOIS A L'EGRE  
SYNTHESIE NORMALE**

1ère Partie DÉTERMINATION DES SOLDES FINANCIERS DE L'EXERCICE 2010

(01/01/10 au 31/12/10)

■ **CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT GLOBALE (C.A.F.G.)**

CAFG = { Excédent brut d'exploitation EBE  
- Charges décaissables restantes à l'exclusion des cessions  
+ Produits encaissables restants d'actif immobilisé

		E.B.E.	30 165 620 868
(SA) Frais financiers	616 223 565	(TT) Transfert de charges d'exploitation	525 745 148
(SC) Pertes de change	0	(UA) Revenus financiers	122 882 461
(SL) Charges H.A.O.	0	(UC) Gains de change	0
(SQ) Participation	0	(UE) Transferts de charges Financières	0
(SR) Impôts sur le résultat	6 059 735 288	(UL) Produits H.A.O.	0
		(UN) Transfert de charges H.A.O.	0
<b>Total (I)</b>	<b>6 675 958 853</b>	<b>Total (II)</b>	<b>30 814 248 477</b>

CAFG : Total (II) - Total (I) = **24 138 289 624** (N - 1) : **20 611 829 840**

■ **AUTO FINANCEMENT (A.F)**

AF = CAFG - Distributions de dividendes  
dans l'exercice (1)

AF = **24 138 289 624** - **11 028 762 800** = **13 109 526 824** (N - 1) : **9 583 067 040**

■ **VARIATION DU BESOIN DE FINANCEMENT D'EXPLOITATION (B.F.E.)**

Var. BFE = Var. Stocks (2) + Var. Créances (2) + Var. Dettes circulantes (2)

Variation des stocks : N - (N - 1)	Emplois augmentation (+)		Ressources diminution (-)
(BC) Marchandises	655 843 439	ou	
(BD) Matières premières	6 606 429 163	ou	
(BE) En-cours	49 024 568	ou	
(BF) Produits fabriqués	158 623 003	ou	
<b>(A) Variation globale nette des stocks</b>	<b>7 469 920 173</b>	ou	

Variation des créances : N - (N - 1)	Emplois augmentation (+)		Ressources diminution (-)
(BH) Fournisseurs, avances versées		ou	2 784 535 493
(BI) Clients		ou	3 302 642 305
(BJ) Autres créances		ou	2 568 237 462
<b>(B) Variation globale nette des créances</b>		ou	<b>8 655 415 260</b>

Variation des dettes circulantes : N - (N - 1)	Emplois diminution (-)		Ressources augmentation (+)
(DI) Clients avances reçues		ou	410 605 094
(DJ) Fournisseurs d'exploitation	1 890 311 731	ou	
(DK) Dettes fiscales		ou	46 122 883
(DL) Dettes sociales		ou	123 814 045
(DM) Autres dettes	245 808 264	ou	
(DN) Risques provisionnés		ou	
<b>(C) Variation globale des dettes circulantes</b>	<b>1 555 577 973</b>	ou	

**Variation du B.F.E.**  
= (A) + (B) + (C) = **370 082 886** ou

■ **EXCÉDENT DE TRÉSORERIE D'EXPLOITATION (E.T.E)**

ETE = EBE - Variation BFE - Production immobilisée

	<b>2 010</b>	<b>2 009</b>
Excédent brut d'exploitation	30 165 620 868	25 856 233 176
- Variation du B.F.E. (- si emplois + si ressources) (- ou +)	-370 082 886	2 205 306 119
- Production immobilisée		
<b>EXCÉDENT DE TRÉSORERIE D'EXPLOITATION</b>	<b>29 795 537 982</b>	<b>28 061 539 295</b>

(1) Dividendes mis en paiement au cours de l'exercice, y compris les acomptes sur dividendes

(2) A l'exclusion des éléments H.A.O. ( en termes d'emplois/ressources).

**SOCIETE DE LIMONADERIES ET BRASSERIES D'AFRIQUE  
SOLIBRA**

2 <sup>e</sup> PARTIE : TABLEAU				
Réf.		EXERCICE 2010		Exercice 2010
		Emplois	Ressources	EXERCICE 2009 (E - ; R +)
	<b>I . INVESTISSEMENTS ET DÉSINVESTISSEMENTS</b>			
FA	Charges immobilisées ( augmentation dans l'exercice)			
	<b>Croissance interne</b>			
FB	Acquisitions/Cessions d'immobilisations incorporelles	303 585 912		-697 910 926
FC	Acquisitions/Cessions d'immobilisations corporelles	9 703 325 984	76 299 550	-8 456 425 258
	<b>Croissance externe</b>			
FD	Acquisitions/Cessions d'immobilisations Financières	8 978 012	3 978 683	-18 716 257
FF	<b>INVESTISSEMENT TOTAL</b>	<b>9 935 611 675</b>		<b>-9 173 052 441</b>
FG	<b>II . VARIATION DU BESOIN DE FINANCEMENT D' EXPLOITATION ( cf. supra : Var. B.F.E.)</b>	<b>370 082 886</b>	<b>0</b>	<b>2 205 306 119</b>
FH	<b>A - EMPLOIS ECONOMIQUES A FINANCER ( FF + FG)</b>	<b>10 305 694 561</b>		<b>-6 967 746 322</b>
FI	<b>III . EMPLOIS/RESSOURCES ( VARIATION DU B.F., H.A.O.)</b>	<b>640 565 910</b>		<b>164 335 485</b>
FJ	<b>IV . EMPLOIS FINANCIERS CONTRAINTS (1)</b> Remboursements (selon échéancier) des emprunts et dettes financières  (1) A l'exclusion des remboursements anticipés portés en VII			
FK	<b>B - EMPLOIS TOTAUX A FINANCER</b>	<b>10 946 260 471</b>		<b>-6 803 410 837</b>
FL	<b>V . FINANCEMENT INTERNE</b> Dividendes (emplois) / C.A.F.G. (ressources)	11 028 762 800	24 138 289 624	9 583 067 040
FM	<b>VI . FINANCEMENT PAR LES CAPITAUX PROPRES</b> Augmentations de capital par apports nouveaux		0	0
FN	Subventions d'investissement			
FP	Prélèvements sur le Capital (y compris retraits de l'exploitant)			
FQ	<b>VII . FINANCEMENT PAR DE NOUVEAUX EMPRUNTS</b> Emprunts (2)			
FR	Autres dettes financières (2) (2) Remboursements anticipés inscrits séparément en emplois	1 118 382 596		275 451 205
FS	<b>C - RESSOURCES NETTES DE FINANCEMENT</b>		<b>11 991 144 228</b>	<b>9 858 518 245</b>
FT	<b>D - EXCEDENT OU INSUFFISANCE DE RESSOURCES DE FINANCEMENT ( C - B )</b>		<b>1 044 883 757</b>	<b>3 055 107 408</b>
FU	<b>VIII . VARIATION DE LA TRESORERIE</b> Trésorerie nette à la clôture de l'exercice			
FV	+ ou - à l'ouverture de l'exercice	8 775 984 800		
FW	+ ou - Variation trésorerie : (+ si emploi ; - si ressources)	7 731 101 043	1 044 883 757	-3 055 107 408
	Contrôle : D = VIII avec signe opposé			
<i>Nota : I, IV, V, VI, VII ; en termes de flux ; II, III, VIII ; différences &lt;&lt; bilantielles &gt;&gt; .</i>				
<b>CONTRÔLE ( à partir des masses des bilans N et N - 1 )</b>		<b>Emplois</b>	<b>Ressources</b>	
Variation du fonds de roulement (F.D.R.) : FDR (N) - FDR(N - 1)				2 055 532 553
Variation du B.F. global (B.F.G.) : BFG (N) - BFG (N - 1)		1 010 648 796		
Variation de la trésorerie (T) : T (N) - T (N - 1)		1 044 883 757		0
<b>TOTAL</b>		<b>2 055 532 553</b>		<b>2 055 532 553</b>

**SOCIETE DE LIMONADERIES ET BRASSERIES D'AFRIQUE  
SOLIBRA**

**PROJET D'AFFECTATION DU RESULTAT DE L'EXERCICE clos le 31-12-2010**

AFFECTATIONS	MONTANT (1)	ORIGINES	MONTANT (1)
Réserve légale		. Report à nouveau antérieur (pertes)	
Réserves statutaires ou contractuelles		. Report à nouveau (bénéficiaire)	2 335 095 167
Autres réserves (disponibles)		. Résultat net de l'exercice	14 672 064 782
Dividendes (2)	14 979 364 400	. Prélèvements sur les réserves (3)	
Autres affectations			
Report à nouveau	2 027 795 549		
<b>TOTAL (A)</b>	<b>17 007 159 949</b>	<b>Contrôle : Total A = Total B</b>	<b>17 007 159 949</b>

(1) Les montants négatifs sont à porter entre parenthèses ou précédés d'un signe (-).

(2) S'il existe plusieurs catégories d'ayants droit aux dividendes, indiquer le montant pour chacune d'elles.

(3) Indiquer les postes de réserves sur lesquels les prélèvements sont effectués.

NB: "Comptes certifiés par les commissaires aux comptes"