



One people, One beer

SOLIBRA

**RAPPORT GENERAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTS
SUR LES ETATS FINANCIERS ANNUELS**

(EXERCICE CLOS LE 31 DECEMBRE 2011)

Immeuble ALPHA 2000
20^{ème} étage, Rue Gourgas - Plateau
01 BP. 1361 Abidjan 01

Immeuble WOODIN CENTER
5^{ème} étage, Avenue Noguès - Plateau
01 BP. 3172 Abidjan 01

Aux Actionnaires
SOLIBRA
33 rue des Brasseurs
01 BP 1304 Abidjan 01

RAPPORT GENERAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES ETATS FINANCIERS ANNUELS

(EXERCICE CLOS LE 31 DECEMBRE 2011)

Messieurs,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre Assemblée Générale, nous vous présentons notre rapport sur :

- l'audit des états financiers de la société SOLIBRA tels qu'ils sont joints au présent rapport ;
- les vérifications spécifiques et les informations prévues par l'Acte uniforme de l'OHADA relatif au droit des sociétés commerciales et du GIE.

Les états financiers ont été arrêtés par le Conseil d'Administration. Notre responsabilité est, sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur ces états financiers.

1. OPINION SUR LES ETATS FINANCIERS ANNUELS

Nous avons effectué notre audit selon les normes professionnelles applicables en Côte d'Ivoire ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les états financiers ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à vérifier, par sondages ou au moyen d'autres méthodes de sélection, les éléments justifiant des montants et informations figurant dans les états financiers. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis, les estimations significatives retenues et la présentation d'ensemble des comptes. Nous estimons que les éléments que nous avons collectés sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion.

Les comptes au 31 décembre 2011 incluent des provisions pour risques et charges évaluées par la société à F.CFA 3 843 millions. Ces provisions ne sont pas rattachées à des risques spécifiques avérés. Elles ont toutefois été totalement réintégrées dans la base de détermination du résultat fiscal.



Solibra
Rapport général des commissaires aux comptes
Exercice clos le 31 décembre 2011

Sous cette réserve, nous certifions que les états financiers sont, au regard des règles et principes comptables du SYSCOA, réguliers et sincères et donnent une image fidèle de la situation financière et du patrimoine de la société SOLIBRA au 31 décembre 2011, ainsi que du résultat des opérations et des ressources et des emplois de fonds pour l'exercice clos à cette date.

2. ORGANISATION ADMINISTRATIVE, GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE ET CONTROLE INTERNE

En application des dispositions des articles 12 et 16 de l'Instruction n° 31/2005 du Conseil Régional de l'Epargne Publique et des Marchés Financiers (CREPMF), nous avons procédé aux travaux spécifiques relatifs :

- à l'organisation administrative et le gouvernement d'entreprise ;
- au contrôle interne.

L'organisation générale de la société, la conception et la mise en œuvre des dispositifs de gouvernement d'entreprise et de contrôle interne relèvent de la responsabilité de ses dirigeants. Il nous appartient, dans le cadre de notre mission de commissaires aux comptes, de décrire et d'apprécier le dispositif mis en place, afin de former notre jugement.

Nous avons mis en œuvre les diligences que nous avons estimées nécessaires en la circonstance.

Organisation administrative et gouvernement d'entreprise

Sur la base de nos travaux, nous n'avons pas d'observation à formuler sur l'organisation administrative et le gouvernement d'entreprise de la société.

Contrôle interne

Conformément aux dispositions de l'article 6 de l'Instruction susvisée, nous avons formulé dans un rapport spécifique, des recommandations en vue de l'amélioration du contrôle interne. Les points soulevés dans ce rapport n'affectent pas de façon significative les comptes au 31 décembre 2011 et ne remettent pas en cause l'opinion exprimée ci-dessus sur les états financiers annuels.

3. AUTRES VERIFICATIONS ET INFORMATIONS SPECIFIQUES

Nous avons également procédé, conformément aux normes professionnelles applicables en Côte d'Ivoire, aux vérifications spécifiques prévues par l'Acte uniforme de l'OHADA relatif au droit des sociétés commerciales et du GIE.



KPMG AUDITEURS ASSOCIES
en Afrique

Solibra
Rapport général des commissaires aux comptes
Exercice clos le 31 décembre 2011

A l'exception de l'incidence des faits exposés dans la première partie du rapport, nous n'avons pas d'autres observations à formuler sur la sincérité et la concordance avec les états financiers des informations données dans le rapport de gestion du conseil d'administration et dans les documents adressés aux actionnaires sur la situation financière et les états financiers.

Abidjan, le 26 mars 2012

Les Commissaires aux comptes

PricewaterhouseCoopers

Edouard Messou
Associé

KPMG Auditeurs Associés en Afrique

Jean-Luc Ruelle
Associé

SOLIBRA

**RAPPORT GENERAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTS
SUR LES ETATS FINANCIERS ANNUELS**

(EXERCICE CLOS LE 31 DECEMBRE 2011)



KPMG AUDITEURS ASSOCIES
en Afrique

Immeuble ALPHA 2000
20^{ème} étage, Rue Gourgas - Plateau
01 BP. 1361 Abidjan 01

Immeuble WOODIN CENTER
5^{ème} étage, Avenue Noguès - Plateau
01 BP. 3172 Abidjan 01

Aux Actionnaires
SOLIBRA
33 rue des Brasseurs
01 BP 1304 Abidjan 01

RAPPORT GENERAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES ETATS FINANCIERS ANNUELS

(EXERCICE CLOS LE 31 DECEMBRE 2011)

Messieurs,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre Assemblée Générale, nous vous présentons notre rapport sur :

- l'audit des états financiers de la société SOLIBRA tels qu'ils sont joints au présent rapport ;
- les vérifications spécifiques et les informations prévues par l'Acte uniforme de l'OHADA relatif au droit des sociétés commerciales et du GIE.

Les états financiers ont été arrêtés par le Conseil d'Administration. Notre responsabilité est, sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur ces états financiers.

1. OPINION SUR LES ETATS FINANCIERS ANNUELS

Nous avons effectué notre audit selon les normes professionnelles applicables en Côte d'Ivoire ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les états financiers ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à vérifier, par sondages ou au moyen d'autres méthodes de sélection, les éléments justifiant des montants et informations figurant dans les états financiers. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis, les estimations significatives retenues et la présentation d'ensemble des comptes. Nous estimons que les éléments que nous avons collectés sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion.

Les comptes au 31 décembre 2011 incluent des provisions pour risques et charges évaluées par la société à F.CFA 3 843 millions. Ces provisions ne sont pas rattachées à des risques spécifiques avérés. Elles ont toutefois été totalement réintégrées dans la base de détermination du résultat fiscal.



Solibra
Rapport général des commissaires aux comptes
Exercice clos le 31 décembre 2011

Sous cette réserve, nous certifions que les états financiers sont, au regard des règles et principes comptables du SYSCOA, réguliers et sincères et donnent une image fidèle de la situation financière et du patrimoine de la société SOLIBRA au 31 décembre 2011, ainsi que du résultat des opérations et des ressources et des emplois de fonds pour l'exercice clos à cette date.

2. ORGANISATION ADMINISTRATIVE, GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE ET CONTROLE INTERNE

En application des dispositions des articles 12 et 16 de l'Instruction n° 31/2005 du Conseil Régional de l'Epargne Publique et des Marchés Financiers (CREPMF), nous avons procédé aux travaux spécifiques relatifs :

- à l'organisation administrative et le gouvernement d'entreprise ;
- au contrôle interne.

L'organisation générale de la société, la conception et la mise en œuvre des dispositifs de gouvernement d'entreprise et de contrôle interne relèvent de la responsabilité de ses dirigeants. Il nous appartient, dans le cadre de notre mission de commissaires aux comptes, de décrire et d'apprécier le dispositif mis en place, afin de former notre jugement.

Nous avons mis en œuvre les diligences que nous avons estimées nécessaires en la circonstance.

Organisation administrative et gouvernement d'entreprise

Sur la base de nos travaux, nous n'avons pas d'observation à formuler sur l'organisation administrative et le gouvernement d'entreprise de la société.

Contrôle interne

Conformément aux dispositions de l'article 6 de l'Instruction susvisée, nous avons formulé dans un rapport spécifique, des recommandations en vue de l'amélioration du contrôle interne. Les points soulevés dans ce rapport n'affectent pas de façon significative les comptes au 31 décembre 2011 et ne remettent pas en cause l'opinion exprimée ci-dessus sur les états financiers annuels.

3. AUTRES VERIFICATIONS ET INFORMATIONS SPECIFIQUES

Nous avons également procédé, conformément aux normes professionnelles applicables en Côte d'Ivoire, aux vérifications spécifiques prévues par l'Acte uniforme de l'OHADA relatif au droit des sociétés commerciales et du GIE.



KPMG AUDITEURS ASSOCIES
en Afrique

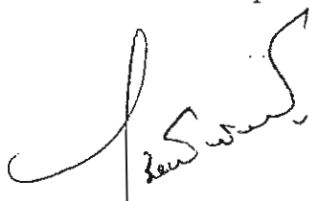
Solibra
Rapport général des commissaires aux comptes
Exercice clos le 31 décembre 2011

A l'exception de l'incidence des faits exposés dans la première partie du rapport, nous n'avons pas d'autres observations à formuler sur la sincérité et la concordance avec les états financiers des informations données dans le rapport de gestion du conseil d'administration et dans les documents adressés aux actionnaires sur la situation financière et les états financiers.

Abidjan, le 26 mars 2012

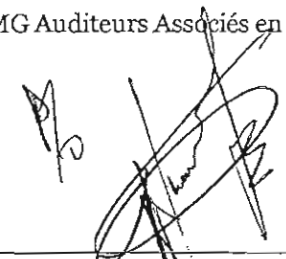
Les Commissaires aux comptes

PricewaterhouseCoopers



Edouard Messou
Associé

KPMG Auditeurs Associés en Afrique



Jean-Luc Ruelle
Associé



Immeuble ALPHA 2000
20^{ème} étage, Rue Gourgas - Plateau
01 BP. 1361 Abidjan 01

KPMG AUDITEURS ASSOCIES
en Afrique

Immeuble WOODIN CENTER
5^{ème} étage, Avenue Noguès - Plateau
01 BP. 3172 Abidjan 01

SOLIBRA

**RAPPORT SPECIAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES
SUR LES REMUNERATIONS EXCEPTIONNELLES ET REMBOURSEMENTS
DE FRAIS DE VOYAGE AU PROFIT DES MEMBRES
DU CONSEIL D'ADMINISTRATION**

(EXERCICE CLOS LE 31 DECEMBRE 2011)



Immeuble ALPHA 2000
20^{ème} étage, Rue Gourgas - Plateau
01 BP. 1361 Abidjan 01

en Afrique

Immeuble WOODIN CENTER
5^{ème} étage, Avenue Noguès - Plateau
01 BP. 3172 Abidjan 01

Aux Actionnaires
SOLIBRA
33 rue des Brasseurs
01 BP 1304 Abidjan 01

**RAPPORT SPECIAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES
REMUNERATIONS EXCEPTIONNELLES ET REMBOURSEMENTS DE FRAIS DE
VOYAGE AU PROFIT DES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION**

(EXERCICE CLOS LE 31 DECEMBRE 2011)

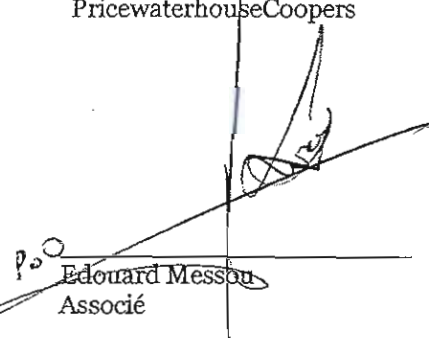
Mesdames, Messieurs,

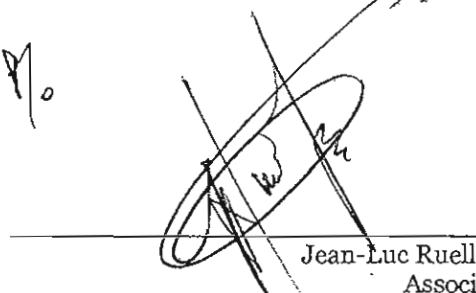
Conformément aux dispositions de l'article 432 de l'acte uniforme de l'OHADA relatif au droit des sociétés commerciales et du GIE, nous vous présentons notre rapport spécial sur les rémunérations exceptionnelles ainsi que sur les remboursements de frais de voyage au profit des membres du Conseil d'Administration de SOLIBRA au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2011.

Nous n'avons pas été informés de rémunérations ou de remboursements visés à l'article précité intervenus au cours de l'exercice 2011.

Abidjan, le 26 mars 2012

Les Commissaires aux comptes

PricewaterhouseCoopers

Edouard Messou
Associé

KPMG Auditeurs Associés en Afrique

Jean-Luc Ruelle
Associé

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 16 Avril 2012 à 17h00

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 16 AVRIL 2012

ORDRE DU JOUR

- Rapport du Conseil d'Administration,
Rapport des Commissaires aux Comptes ;
- Approbation des comptes de l'exercice social clos le 31 Décembre 2011 ;
- Affectation des résultats,
Fixation du dividende et de sa mise en paiement ;
- Approbation du Rapport Spécial des Commissaires aux Comptes ;
- Mandats d'Administrateurs ;
- Mandat d'un Commissaire aux Comptes titulaire ;
- Montant des indemnités de fonction ;
- Pouvoirs pour formalités.

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-I168

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 :

LUNDI 16 AVRIL 2012 A 17 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 2011 ;
- Affectation des résultats ;
Fixation du dividende et de sa mise en paiement ;
- Approbation du Rapport Spécial des Commissaires aux Comptes ;
- Mandat d'Administrateur ;
- Mandat d'un commissaire aux Comptes titulaire ;
- Montant des indemnités de fonction ;
- 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
Et de

actions nominatives
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 LUNDI 16 AVRIL 2012 A 17 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 16 AVRIL 2012

-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 2011, soumettre à votre approbation les comptes de cet exercice arrêtés par votre Conseil d'Administration, vous proposer l'affectation des résultats de cet exercice et délibérer sur le renouvellement des mandats de plusieurs administrateurs et de l'un de vos Commissaires aux Comptes titulaire ainsi que sur le montant des indemnités de fonction.

ENVIRONNEMENT POLITIQUE ET ECONOMIQUE

L'année 2011 aura été une année très difficile pour la Côte d'Ivoire en général. En effet, la crise postélectorale débutée en Décembre 2010 s'est poursuivie durant les 4 premiers mois de l'année 2011 avec une augmentation croissante de la violence qui a finalement débouché sur un affrontement armé entre les parties belligérantes. Alassane OUATTARA a dû attendre le 11 avril 2011 pour accéder au pouvoir après être venu à bout de la résistance du président sortant Laurent GBABGO.

Cette situation déplorable a eu pour conséquence de désorganiser toute la vie socio-économique en Côte d'Ivoire et de créer un climat délétère peu propice à l'exercice d'une activité économique saine. Ainsi donc durant cette période, nous avons assisté à la fermeture des agences de la Banque Centrale suivie par celles des principales banques commerciales privées, à la délocalisation de plusieurs entreprises, à l'arrêt des activités portuaires et surtout à un exode massif des populations vers certaines villes de l'intérieur du pays et même vers l'étranger. La conséquence a été une contraction du PIB national dont la régression a été de 5,8 % comparativement à l'année 2010.

Au sortir de la guerre, l'économie ivoirienne est pour partie sinistrée, mais pour 2012 les perspectives sont de 8% de croissance soutenue par de vastes programmes d'investissements, ou les projets d'infrastructures dans les 6 prochains mois sont : l'autoroute Sud-Est, le pont Ile Boulay, le développement de la zone économique spéciale de l'île Boulay (Centrale thermique et station d'eau potable), la réhabilitation de la côtière et de la route de l'Est, l'élargissement et l'approfondissement du canal de Vridi, le tramway d'Abidjan, l'aérogare fret de l'aéroport d'Abidjan et la station de traitement d'eau potable de la lagune Aghien et, dans le domaine de l'énergie électrique, les projets d'extension d'Azito 3^{ème} Tranche (150MW vapeur) et de Ciprel 4 (111 MW vapeur et 111 MW gaz). Les travaux du troisième pont sur la lagune d'Abidjan réalisés par Bouygues pour un coût total de 227 Millions d'Euros ont démarré en septembre 2011.

CACAO

Ces 4 mois de grande crise se ont entraîné l'arrêt durant cette période des exportations de CACAO. Attendu depuis plusieurs années, la réforme de la filière Café-CACAO a été bouclée début novembre, une condition du FMI. Elle marque le retour de l'Etat avec la création d'un organisme public de régulation. Avec cette réforme, il s'agit avant tout de repositionner le planteur au centre de la filière avec une revalorisation du prix au planteur, qui devrait maintenant recevoir entre 50% et 60% du prix international de la fève.

Parallèlement un programme sur 10 ans a été lancé pour remplacer une grande partie du verger cacaoyer par des plants à rendement plus élevé et plus résistants aux maladies. Dans l'industrie du CACAO, Barry Callebaut a indiqué qu'il porterait sa capacité de broyage de Cacao à 210 000 Tonnes d'ici la fin 2012 contre 175 000 Tonnes actuellement. En outre CARGILL doit investir 3.25 Millions de US\$ pour développer et accroître la formation des planteurs ivoiriens. Les prévisions de production de CACAO pour 2011-2012 sont évaluées à 1.5 Million de Tonnes.

ACTIVITE DE LA SOCIETE SOLIBRA

Pour la SOLIBRA, dont les activités s'étendent sur toute l'étendue du territoire national, l'impact de ces quatre mois a été important. En effet, elle a subi de plein fouet la perturbation de ses activités de production et de commercialisation avec l'impossibilité de pouvoir faire tourner ses usines ou de livrer certaines zones d'Abidjan et de l'Intérieur du pays. La reprise de nos activités à partir de mi-Avril, même s'il elle a été rapide comparativement à d'autres sociétés de taille équivalente, ne s'est effectuée que progressivement : d'abord sur les sites de Treichville et de Bouafilé, puis sur les sites de Yopougon Zone Industrielle et Yopougon Toits Rouges.

Malgré un premier semestre marqué par la crise postélectorale et un second semestre où nous avons été confrontés à l'insuffisance de certaines de nos capacités (notamment en emballages et en production) la SOLIBRA s'en est sortie avec une progression globale de +2,81% de ses volumes de ventes comparativement à l'année 2010. Cette performance a été possible grâce à une bonne coordination assurée par la Direction Générale pour la reprise rapide des activités de tous les départements et à une accélération dans la mise en œuvre de nos plans d'actions commerciaux et marketing pendant le reste de l'année.

Dans les lignes qui suivent, nous ferons un point sur l'activité de chaque catégorie de nos produits et sur chacune de nos marques, puis, nous parlerons de l'état de la distribution de ces produits. Ensuite, nous commenterons notre organisation, nos actions commerciales et marketing et discuterons de l'impact de la concurrence sur nos activités. Ce travail nous permettra de passer en revue nos réalisations en 2011, puis d'évoquer de façon succincte le plan que nous avons sur ces différents chapitres afin d'atteindre nos objectifs de vente de 2012.

Selon nos différentes catégories de produits nous avons terminé l'année 2011 avec les réalisations suivantes :

- **Total Général Solibra** : +2,81 % Vs cumul 10 et -7,19 % Vs budget 11
- **Les Bières** : +5,53 % Vs cumul 10 et -2,30 % Vs budget 11
- **Les Boissons Gazeuses** : +2,69 % Vs cumul 10 et -12,84 % Vs budget 11
- **Les Eaux Minérales** : -13,04 % Vs cumul 10 et -20,88% Vs budget 11
- **Le Vin** : -99,38 % Vs cumul 10.

➤ BIERES

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

	Exercices		Variation en points	Variation en %
	2010	2011		
. BOCK	68,44%	71,86%	3,42	4,99%
. FLAG	4,21%	3,66%	-0,54	-12,91%
. CASTEL	13,58%	12,05%	-1,53	-11,26%
. TUBORG	2,14%	1,72%	-0,42	-19,67%
. BEAUFORT	0,67%	0,13%	-0,54	-80,78%
. 33 EXPORT	5,01%	4,95%	-0,05	-1,04%
. GUINNESS	5,96%	5,63%	-0,33	-5,52%
TOTAL	100,00%	100,00%		

La catégorie « Bières » est celle qui a le moins souffert des aléas que nous avons vécus durant l'année 2011. Nous terminons l'année 2011 à +5,53% Vs An-1 et -2,30% Vs Budget. Cette performance est surtout liée à la priorité permanente mise sur la production des produits à grand volume (la Bock notamment) aussi bien à Treichville qu'à Bouaflé. Avec les grands formats que sont le 65cl et le 100cl, nous avons pu rattraper les volumes perdus lors de la crise et maintenir une croissance régulière de nos volumes sur le reste de l'année.

Comme en 2010, la majorité des bières commercialisées par SOLIBRA a été vendue sous les grands formats (65cl et 100cl) et a représenté 90% des ventes. Ce chiffre vient confirmer encore une fois le désir de consommateurs de se tourner vers des produits d'entrée de gamme avec un rapport quantité/prix intéressant et ce, à cause de la paupérisation grandissante des populations. Les bières de moyen de gamme (Flag, "33" Export, Castel Beer et Beaufort Lager) ont toutes connu des contre-performances notables par rapport à 2010 et ont représenté globalement 17,6% de part de structure en 2011 contre 20,6% en 2010 soit un recul de 3 points.

Par contre, les bières de haut de gamme (Tuborg Gold et Guinness) se sont maintenues par rapport à l'année dernière et ont même gagné 0,6 point pour représenter 11,6% de part de structure en 2011 contre 11% de part de structure en 2010.

Sur le second semestre 2011, la catégorie a bénéficié de la reprise de nos opérations terrain avec les animations et de la poursuite du déploiement de nos clients sur certaines zones de l'intérieur du pays.

En 2012, plusieurs investissements sont prévus au niveau de l'usine de Treichville et celle de Bouaflé afin de permettre une meilleure disponibilité de tous les produits et formats, plus particulièrement les produits de milieu et de haut de gamme. Ainsi donc, à compter du second semestre 2012, nous devrions pouvoir mettre une attention particulière sur les produits de milieu et de haut de gamme et tenter ainsi de rééquilibrer notre portefeuille de produits en les portant à environ 35% de part de structure.

La Bock

En 2011, la Bock a représenté 72% des ventes de la catégorie Bières. Avec une progression de +11% Vs 2010 et +4% Vs Budget, la Bock a, encore une fois de plus, porté la progression de toute la catégorie « bières » dans le volume global de SOLIBRA. En valeur absolue, cette progression de la Bock nous a permis d'obtenir 115.000 hl additionnels à notre volume. Comme expliqué plus haut, la priorité a été mise sur la disponibilité des 2 formats de la Bock dans les usines de Treichville et de Bouaflé dès la fin de la crise en Avril 2011; de plus, avec une rapide reprise de la distribution à l'intérieur du pays, ce produit n'a pas eu du mal à trouver des débouchés, ce qui lui a permis au fil des mois d'avoir une croissance constante et soutenue. Cette croissance aurait pu même être plus importante, si nous n'avions pas souffert dans la seconde partie de l'année d'une indisponibilité des emballages de 65cl pour faire face aux ouvertures de dépôts qu'avaient initié plusieurs de nos distributeurs agréés sur l'intérieur du pays.

En 2012, nous continuerons d'accélérer le développement de certaines zones de l'intérieur du pays et mettront donc en avant la Bock, d'un point de vue commercial. Cependant, aucune action marketing ne sera entreprise à part un léger lifting de l'étiquette de ce produit.

La Flag

Porte d'entrée de notre milieu de gamme, la Flag Spéciale continue de plonger année après année dans le rouge. En 2011, la Flag a régressé (-8% Vs 2010 et -16% Vs budget). Avec un volume de ventes de 59.924 hectolitres, la Flag ne représente aujourd'hui que 3,7% de part de structure contre un peu plus de 30% au début des années 2000. La baisse continue des volumes et de la part de structure de ce produit continuent d'être le fait d'une base de consommateurs vieillissante et d'un attrait très peu prononcé pour cette marque pour les jeunes adultes. De plus, le fait que nous n'ayons travaillé véritablement qu'une moitié de l'année en 2011, ne nous a permis de dérouler des actions commerciales et marketing en faveur de ce produit.

En 2012, nous allons reprendre les animations sur la Flag Spéciale et continuerons de travailler à améliorer la disponibilité de ce produit sur les zones rurales. En effet, nous mettrons plus l'accent sur le fait que ce produit constitue la première alternative pour des consommateurs dont le pouvoir d'achat est moins élevé, mais qui, tout de même souhaiteraient se distinguer du consommateur régulier de la Bock.

La "33" Export

Les deux augmentations de prix intervenues sur la "33" Export en 2010 avaient mis à mal l'existence de ce produit dans notre portefeuille. En 2011, la "33" Export n'a représenté que 0,1% de nos volumes de vente de bières. Le produit a baissé de 80% Vs An-1 et 88% Vs budget avec un volume total de ventes à 2.117 hectolitres. Cette mauvaise performance est due à plusieurs facteurs : la priorité mise au niveau de la production sur les produits à plus forte rotation, la faible disponibilité du produit au niveau de la distribution, la réticence des clients à stocker un produit dont la rotation n'est pas suffisante et l'absence de communication au niveau Télé sur cette marque (le spot disponible ayant été censuré par le Conseil Supérieur de la Publicité).

En 2012, nous procéderons à un relancement de cette marque dont la plateforme de communication a été orientée sur le football, lors de la Coupe d'Afrique des Nations. Nous

prévoyons également de poursuivre les animations PDV et la communication autour de tous les événements footballistiques de l'année (Champions League européenne, Éliminatoires pour la CAN 2013,...). De plus, nous évaluerons cette année l'impact de notre association avec la Fédération Ivoirienne de Maracana et déterminerons si nous devons poursuivre ce partenariat pour le bien de la marque "33" Export.

La Castel Beer

Avec un volume de 197.110 hectolitres réalisé en 2011, Castel Beer est la seconde marque la plus vendue parmi nos bières. La Castel a tout de même régressé en termes de performance en 2011 : 12% de part de structure en 2011 contre 13,6% en 2010 ; -6% de volumes en 2011 Vs 2010 et -8% Vs Budget. Au total, nous avons perdu environ 14.000 hl en 2011 par rapport à l'année 2010.

En 2011, la marque « Castel Beer » aura été l'une des plus grandes victimes de notre politique de priorisation des produits à l'usine de Treichville et du manque d'emballages (bouteilles 65cl Apollinaris). De plus, le fait que cette marque ne soit produite qu'à Abidjan et pas à Bouaflé a également perturbé les performances de la marque surtout pendant la période de troubles qu'a connue le pays.

2012 sera une année prolifique pour la marque avec l'activation de la Saint Valentin, la Fête de la Musique et des événements majeurs tels que le concours panafricain de musique « Castel Live Opéra » (dont les phases finales se dérouleront en Côte d'Ivoire) et le « Trophée Castel », une compétition de cyclisme couvrant la Côte d'Ivoire, le Burkina Faso et le Gabon. Tous ces événements nous permettront d'assurer une grande visibilité pour la marque et ainsi d'améliorer son capital sympathie pour les consommateurs. A côté de l'aspect marketing, nous mettrons un accent particulier au niveau commercial sur la disponibilité des emballages (casiers et bouteilles Apollinaris 65cl) afin de soutenir les clients qui ouvrent de nouveaux dépôts.

La Beaufort Lager

Tout comme les autres marques de notre milieu de gamme, la Beaufort Lager n'a pas bien performé en 2011 : -15% Vs An-1 ; -22% Vs budget. La Beaufort Lager n'a représenté que 1,7% des volumes de ventes de SOLIBRA en 2011, contre 2,1% en 2010. Le format unique de 25cl utilisé pour ce produit en fait naturellement un produit sur lequel nous pourrions très difficilement développer une part de marché importante. Cependant, en 2011, la priorité mise sur les produits avec un volume plus important a contribué à créer de nombreuses ruptures sur cette marque.

En 2012, la Beaufort Lager sera au centre des préoccupations au niveau marketing. En effet, nous avons décidé de rendre la marque plus premium et améliorerons les éléments du packaging du produit (étiquettes et collerettes). De plus, nous allons mettre plus en avant la marque avec des activités telles que le Sponsoring du Concours de beauté Miss Côte d'Ivoire qui nous permettra de faire connaître le produit à l'intérieur du pays. Enfin, nous améliorerons la visibilité de la marque en créant des points de vente modèle à Abidjan et la disponibilité du produit sur toute l'étendue du territoire national.

La Tuborg Gold

Pour la première fois depuis trois ans, la marque Tuborg Gold termine en hausse par rapport à l'exercice précédent : +4% Vs An-1. Les volumes de Tuborg Gold en 2011 ont été de 81.068 hectolitres, ce qui en fait la quatrième marque de bières du portefeuille SOLIBRA en termes de volume de ventes. La Tuborg Gold continue de se stabiliser après le relookage catastrophique de sa bouteille intervenu il y a trois ans. Elle continue de bénéficier des animations régulières et de la campagne de communication développée depuis l'année dernière pour réaffirmer le caractère premium de la marque.

Il est à noter, qu'à l'instar des bières d'entrée de gamme, les bières de haut de gamme de notre portefeuille continuent de progresser et ce, malgré la paupérisation des populations. En fait, malgré cette situation, il existe toujours une niche de consommateurs qui ressent le besoin de se distinguer de la masse et qui converge vers ces produits. C'est le cas des consommateurs de nos produits de haut de gamme, qui malgré la crise, continuent de consommer ces produits car ils leur permettent d'affirmer très clairement leur statut et de les distinguer de la masse.

En 2012, notre action se focalisera sur la création de points de vente modèle Tuborg Gold et la poursuite des animations et de la campagne de communication au niveau de la Télévision et de l'affichage.

La Guinness

C'est la première marque internationale du portefeuille de SOLIBRA : avec 92.156 hectolitres réalisés en 2011, Guinness reste équivalent au volume réalisé en 2010 et progresse de +1% Vs budget. La marque a bénéficié du fait qu'elle est produite aussi à Bouaflé, ce qui lui a permis d'être disponible même pendant les moments de crise à l'intérieur du pays. En plus de cela, un investissement marketing massif sur plusieurs événements a permis de pouvoir garder le cap durant toute cette année.

En 2012, Guinness continuera de développer des partenariats avec les points de vente les plus importants et débutera une campagne autour de la qualité de la bière brune.

➤ **Boissons Gazeuses**

Marché Boissons Gazeuse (part de notre Production)

	Exercices		Variation en points
	2010	2011	
. TIP TOP CAFE	5,96%	6,26%	0,30
. YOUKI	13,57%	12,49%	-1,08
. COCA COLA	35,72%	37,28%	1,56
. SPRITE	7,86%	7,85%	-0,01
. FANTA Orange	28,44%	28,72%	0,27
. FANTA COCKT.& Fraise	5,39%	3,92%	-1,48
. ORANGINA	2,30%	2,86%	0,56
. SCHWEPES	0,76%	0,63%	-0,13
TOTAL	100,00%	100,00%	

La catégorie « Boissons Gazeuses » a eu une performance mitigée en 2011. En effet, même si elle a progressé de +2,7% Vs An-1, les volumes de vente de la catégorie sont tout de même en deçà des prévisions initiales (-12,8% Vs Budget). Les boissons non alcoolisées en général de SOLIBRA et les boissons gazeuses, en particulier, continuent de subir « l'effet bières, » chez les clients, qui se matérialise par le fait que la majorité de nos clients distributeurs agréés actuels mettent plus l'accent sur les achats des bières et autres boissons alcoolisées au détriment des boissons gazeuses et de l'eau, à cause des marges plus intéressantes sur ces produits. Ainsi donc, les performances de cette catégorie restent cette année encore en deçà de celles des bières.

A l'intérieur même de la catégorie « boissons gazeuses », il y a une transformation notable qui se déroule depuis quelques années et qui en 2011 atteint un point critique : en effet, pour la première fois depuis leur lancement, les volumes en PET (54,1% de part de structure) ont dépassé ceux du

Verre Consigné (45,9% de part de structure). Les volumes de PET ont progressé de 16,4% Vs An-1 pour se situer à 350.484 hectolitres tandis que ceux du Verre Consigné ont régressé de 9,8% pour se situer à 297.104 hectolitres. La chute du Verre Consigné a été même freinée dans une moindre mesure par le lancement du format 60cl au mois d'Octobre 2011 avec les parfums Coca-Cola et Fanta Orange. Cette dynamique du PET qui a été amorcée il y a quelques années se poursuivra dû au fait que les consommateurs aujourd'hui se tournent de plus en plus vers des produits qui sont plus pratiques. Même les détaillants tendent aujourd'hui à se séparer du verre consigné qui constitue pour eux une charge supplémentaire en termes de gestion d'emballages. Cette nouvelle donne nous pose un challenge supplémentaire car la structure des marges est complètement différente entre ces deux types d'emballages : le verre consigné malgré sa complexité demeurant très largement plus profitable pour nous que le PET.

En 2012, cette tendance continuera de s'accroître car le marché se tourne inexorablement vers le PET. Dans cette perspective, il nous faut stabiliser les volumes de Verre Consigné en accélérant la croissance du 60cl dans les points de vente cible. Par ailleurs, nous repositionnerons le 30cl Verre consigné dans les points de vente informels (type glacières) grâce à un programme innovant de placement de 4.000 glacières sur toute l'étendue du territoire national. Enfin, sur le PET, nous investirons dans une nouvelle ligne sur l'usine de Yopougon Zone Industrielle, ce qui nous permettra d'accompagner le développement de ce format sur toute l'étendue du territoire national. Enfin, nous envisageons de mener des actions au niveau des points de vente afin de développer le format 1,5L PET. Nos objectifs en 2012 sont de pouvoir équilibrer les ventes de PET et de Verre Consigné à 50-50%.

Les produits de The Coca-Cola Company

Les produits de la gamme Coca-Cola représentent 78,4% de toutes les boissons gazeuses commercialisées par SOLIBRA. La part de structure de ces produits est stable comparativement à l'année dernière. Les observations concernant la répartition entre le Verre Consigné et le PET faites au niveau structurel sur la catégorie « Boissons Gazeuses » restent identiques pour les produits Coca-Cola. Les produits PET ont progressé de 13% tandis que le verre consigné a régressé de 9% par rapport à 2010. En 2011, les produits de la gamme Coca-Cola ont été enrichis avec le lancement du Verre Consigné 60cl avec les marques Coca-Cola et Fanta Orange.

En 2012, nous allons travailler essentiellement sur les deux types de format (Verre Consigné et PET) afin d'atteindre nos objectifs de vente. Dans un premier temps, nous souhaitons stabiliser le format Verre Consigné en accélérant la croissance du format 60cl. A cet effet, une opération de relancement de ce format sera organisée dès la fin du 1^{er} trimestre. Par ailleurs, nous allons également retrouver une place adéquate pour le 30cl grâce au programme de placement de glacières décrit plus haut.

Enfin, sur le PET, nous envisageons de lancer une opération de proximité dans le canal des Grandes et Moyennes Surfaces (GMS) et celui des boutiques afin de mettre plus en avant le format 1,5L.

La Gamme Youki

Les produits de la gamme Youki ont représenté 18,7% des volumes de boissons gazeuses commercialisées par SOLIBRA. Tout comme au niveau des produits Coca-Cola, les produits Youki en Verre Consigné ont régressé de 15% par rapport à 2010 pour se situer à 83.162 hectolitres, tandis que le PET a fait un bond de 49% Vs An-1 pour représenter 38.253 hectolitres. En 2011, nous avons poursuivi l'uniformisation des produits groupe BGI sous la marque Youki en lançant le Youki Moka Café et le Youki Tonic en Verre Consigné 30cl. Ces deux produits après un bon démarrage, ont vu leur production arrêtée à cause d'un manque d'emballages Multi Produits 30cl. En 2012, en plus des programmes opérationnels communs à la catégorie « Boissons Gazeuses » développés plus haut, nous souhaitons développer des partenariats avec des lycées en y installant

des kiosques de vente de produits Youki. Par ailleurs, afin de développer la notoriété de la marque Youki, nous envisageons de communiquer au niveau de la télévision, de la radio, de la presse et de l'affichage.

Orangina

Les 2 produits de la gamme Orangina ont connu une progression de 28% Vs An-1. Même si la base reste très faible (moins de 20.000 hectolitres) par on, Orangina reste la marque sur laquelle nous avons les progressions les plus importantes depuis deux ans. En effet, aussi bien sur le Verre Consigné 30cl (+ 14% Vs An-1 ; +4% Vs Budget) que sur le PET 50cl (+91% Vs An-1 ; -26% Vs Budget), la marque Orangina dépasse les deux autres gammes de la catégorie en termes de taux de croissance. Mieux, les résultats auraient pu être plus importants s'il n'y avait pas eu les ruptures importantes du produit PET dues au délai de quarantaine imposé dans le cadre de la production du PET. En 2011, nous avons travaillé à améliorer la disponibilité du produit Verre Consigné et PET dans les différents points de vente de détail et avons communiqué sur l'aspect unique et naturel de ce produit à travers des campagnes de presse et d'affichage.

En 2012, nous poursuivrons cet effort de proximité de la marque vis-à-vis des consommateurs (développement de la disponibilité) et nous élargirons la gamme en y ajoutant le format familial 1,5L en PET.

➤ Les Eaux Minérales

Les performances de la catégorie ont été plombées par les événements de la première partie de l'année. En effet, durant la crise, l'usine de Yopougon Toits Rouges qui produit les eaux commercialisées aura été à l'arrêt pendant environ un mois : d'abord à cause des affrontements, puis parce qu'elle a été occupée après par des hommes en armes. De plus, les eaux embouteillées demeurent globalement des produits de luxe pour l'Ivoirien moyen. En période de crise, les eaux ne font pas forcément partie des besoins de première nécessité.

La catégorie s'est donc rétrécie considérablement en 2011 : avec un volume de 193.051 hectolitres, les eaux n'ont représenté que 7,1% des volumes globaux de SOLIBRA contre 8,4% en 2010. De plus, la catégorie « Eaux » est celle où nous avons la concurrence la mieux structurée et la plus agressive.

En 2012, notre ambition est de réaffirmer notre leadership dans la catégorie « Eaux » : d'abord en travaillant sur la préférence de « Awa » notre marque premium, puis en élargissant le portefeuille de marques par le lancement de « Vitale », une nouvelle eau de source.

Awa

Avec 82,3% de part de structure, Awa continue d'être le leader des eaux commercialisées par SOLIBRA. La marque reste principalement commercialisée sous sa forme « plate » qui représente près 99% des volumes de Awa vendus tandis que Awa Pétillante constitue le reste. Les performances de Awa en 2011 sont décevantes: -17% Vs An-1 ; - 26% Vs Budget. La marque régresse à cause des explications données plus haut pour l'ensemble de la catégorie ; de plus, la campagne de communication attendue depuis 2 ans sur la marque et qui devrait permettre de justifier son prix vis-à-vis de concurrents agressifs en termes de communication et jusqu'à 20% moins cher, tarde à venir.

En 2012, notre objectif sera de repositionner la marque. En effet, elle jouit déjà d'une excellente notoriété et d'une image impeccable ; nous devons y ajouter une communication audacieuse qui révélera aux consommateurs que le choix d'une eau de qualité comme celle de Awa reste toujours d'actualité.

Cristaline

La marque a progressé en 2011 : +8% Vs An-1 ; +11% Vs budget. Notre politique de commercialisation de Cristaline à d'autres clients que les acheteurs Export (ONUCCI, Licorne,...) a commencé à porter des fruits : la marque a surtout progressé dans les ventes locales (+67% Vs An-1 ; +59% Vs Budget) alors qu'au niveau de l'export, elle a fortement chuté (-68% Vs An-1 ; -65% Vs Budget) dû au rétrécissement des contingents des forces Licorne et de la perte de du client ONUCCI pendant plusieurs mois. Surtout, le développement de la marque au niveau local confirme bien le potentiel qu'il y a pour des eaux embouteillées de qualité à un coût abordable. En 2012, nous continuerons d'élargir le portefeuille de clients qui distribuent la Cristaline.

➤ Les Autres Boissons

Cette catégorie de produits est constituée par Malta Guinness et les alcomix. En 2011, les autres boissons ont représenté 0,4% du volume global de SOLIBRA. Les 11.970 hectolitres de cette catégorie ont représenté -29% Vs An-1 et -41% Vs budget. La contre-performance sur les alcomix (-88% Vs An-1 ; -91% Vs Budget) est principalement due au report du lancement de la marque Booster et aux difficultés d'approvisionnement de SOLIBRA en alcool, produit essentiel dans la fabrication de cette catégorie.

Concernant Malta Guinness, les priorités mises au niveau de l'usine de Treichville sur les bières à grande rotation expliquent cette contre performance (-24% Vs An-1 ; -32% Vs Budget).

En 2012, nous allons lancer la marque Booster au mois de juillet ; un plan d'attaques des Points de vente maquis a été élaboré et devrait permettre de servir la demande de ces produits. En ce qui concerne Malta Guinness, les investissements importants sur les lignes de Treichville et de Bouaflé devraient permettre de dégager à partir du second semestre de la capacité suffisante afin de produire et commercialiser ce produit. De plus, d'un point de vue marketing, un accent particulier sera mis sur le Malta Street Dance, compétition de jeunes autour de la danse, afin de promouvoir les bienfaits de ce produit.

➤ Les activités commerciales et marketing

En 2011, nous avons déroulé très peu d'actions sur le plan commercial et le plan marketing à cause de la crise qui a occupé pratiquement tout le premier semestre. Une fois la crise terminée, il nous a fallu vaincre l'état de peur qu'avaient laissé les affrontements, le climat d'insécurité ambiant et la démotivation des équipes. Nous avons pu relancer la machine très vite et SOLIBRA a été l'une des premières grandes entreprises commerciales à reprendre progressivement ces animations commerciales dans le marché.

D'un point de vue commercial, les livraisons de produits ont repris dès le 14 Avril ; les équipes commerciales d'Abidjan ont repris le service dès le 20 Avril. Enfin, nos animations terrain ont repris dès le mois de Mai 2011 avec une adaptation des horaires sur Abidjan et en province.

D'un point de vue marketing, nous avons repris toutes nos actions de sponsoring dès la fin de la crise. Ainsi avons nous participé à l'investiture du nouveau président de la République le 21 Mai 2011 à Yamoussoukro en y envoyant une caravane avec une demi-douzaine de véhicules qui ont activé la ville de Yamoussoukro et toutes les villes environnantes. D'autres actions d'envergure ont suivi : l'activation de la Fête de la Musique en juin 2011 avec Castel Beer, le Concours Miss Côte d'Ivoire 2011 avec Coca-Cola Light, le Festival des Grillades avec Coca-Cola et de nombreux concerts et festivals. La Fête de la Bière, organisée en Novembre 2011, a été la plus importante de nos manifestations car elle nous a permis de toucher plus de 40.000 personnes en l'espace de 4 jours.

➤ La distribution

En 2011, nous avons maintenu le cap au niveau de notre politique de distribution tel qu'elle a été démarrée en 2010. En effet, après la libéralisation intervenue en 2010 et qui a porté ses fruits, nous avons décidé dès la fin de la crise d'encourager les distributeurs à ouvrir de nouveaux dépôts dans des zones insuffisamment ou pas exploitées jusque-là. Ainsi a-t-on vu plusieurs distributeurs agréés s'installer dans les zones Centre, Nord et Est du pays afin d'ouvrir de nouvelles bases. Ce sont sans doute ces développements de nouveaux points de vente qui nous ont permis d'avoir un second semestre performant en termes de vente et qui, finalement, nous a permis de terminer l'année à environ +3% Vs 2010. Cependant, les performances auraient pu être plus importantes encore si les clients avaient bénéficié de tous les emballages qu'ils avaient souhaités pour leurs nouvelles bases. Pour rappel, la réception de ces emballages avait été différée, en raison de l'embargo sur les ports ivoiriens.

Par ailleurs, nous avons poursuivi la mise en place en 2011 du financement des distributeurs par la banque, ce qui a permis d'améliorer la trésorerie des clients et leur a facilité les enlèvements.

En 2012, nous ne changerons pas notre politique de distribution. Les plans de financement sur l'activité seront reconduits pour les distributeurs qui le souhaitent. De plus, nous allons étendre ces plans de financements aux véhicules de livraison porte-à-porte et à l'extension et la construction de nouveaux dépôts.

Par ailleurs, et en prévision de l'arrivée d'un concurrent sur les bières, nous allons continuer de sensibiliser les clients sur l'importance de la distribution porte-à-porte afin de maintenir des parts de marché importantes. Dans ce cadre une formation est prévue à l'attention des propriétaires des dépôts ; après cela, nous débiterons une phase pilote de distribution porte-à-porte avec 2-3 nouveaux distributeurs agréés.

Par ailleurs, nous allons recruter des distributeurs agréés, spécialement orientés vers les boissons non alcoolisées (boissons gazeuses et eaux) afin de pouvoir développer la distribution desdits produits à l'intérieur du pays.

➤ Notre organisation commerciale et marketing

En 2011, l'organisation commerciale et marketing de SOLIBRA n'a pas véritablement changé. Nous avons recruté un Responsable Trade Marketing et Développement Commercial afin de nous permettre de mieux élaborer notre approche des points de vente de détail. Cette fonction qui est un support à la fois à la force de vente et au service marketing, nous a permis durant cette année de développer des relations particulières avec des comptes-clés tels que les pétroliers TOTAL et SHELL et également avec les grandes enseignes de grande distribution (PROSUMA et CDCI notamment).

➤ La concurrence

Notre environnement concurrentiel n'a pas évolué de façon significative en 2011. Aucun nouvel acteur n'a été enregistré en 2011 sur les différentes catégories de boissons où nous opérons.

Sur les bières, la concurrence est dominée par SODIREP (Heineken, Amsterdam) et CDCI (Cody's). Ces acteurs ont également souffert de la perturbation liée à la crise de début de l'année et de l'embargo sur les produits en provenance d'Europe qui ne pouvaient arriver sur le marché ivoirien. On estime à fin décembre 2011 que la part de marché des bières concurrentes était d'environ 8%.

En ce qui concerne les boissons gazeuses, SOFT DRINKS (Pepsi Cola, Mirinda, 7Up, Vimto et Panda) continue d'être notre principal concurrent. Avec une part de marché évaluée à environ 10%, cette compagnie a bénéficié surtout en fin d'année des ruptures sur le PET que nous avons connues. Les autres marques (First Cola, First Orange,...) continuent de représenter moins de 1% du marché.

Sur les eaux, la concurrence continue d'être toujours rude. Avec tout de même, une baisse de régime de CBC (Olgane) au profit de CIPREM-CI (Céleste). Ces derniers en plus d'être agressifs en termes de communication ont procédé en 2011 au relookage de leur produit (étiquette en Polypropylène, gaine de sécurité) et au lancement d'un petit pot de 30cl commercialisé à 60 fcfa, prix de vente de détail. Sur les Eaux, les parts de marché des concurrents sont estimées à environ 49%.

Enfin sur les Vins, le marché de l'entrée de gamme reste toujours très fragmenté avec l'apparition continuelle de nouvelles références et de nouveaux importateurs. Nous avons du mal à obtenir les estimations de part de marché de ces produits sur le marché des vins de premier prix.

➤ Les effectifs

Nos effectifs ont augmenté au cours de l'exercice 2011, passant de 929 salariés au 31 Décembre 2010 à 972 salariés au 31 décembre 2011.

➤ Les investissements

L'exercice 2011 a enregistré des investissements réalisés à hauteur de 11 632 milliards de F.cfa contre 11 180 Milliards en 2010 répartis ainsi:

- ✧ Pour Abidjan : 9 331 Milliards contre 6 036 Milliards en 2010 soit 15 367 Milliards de F.cfa pour ces deux dernières années
- ✧ Pour Bouaflé : 1 076 Milliards contre 2 802 Milliards en 2010 soit 3 878 Milliards de F.cfa pour ces deux dernières années
- ✧ Pour Yopougon : 1 042 Milliards contre 1 890 Milliards en 2010 soit 2 933 Milliards de F.cfa pour ces deux dernières années
- ✧ Pour l'ex SADEM SLB Yop TR : 182 Millions contre 451 Millions en 2010 soit 634 Millions pour ces deux dernières années

PREVISIONS POUR L'EXERCICE 2012

Pour l'année 2012, un nouveau concurrent « Les Brasseries Ivoiriennes », va s'installer en Côte d'Ivoire avec une capacité de 280 000 HI/an. Cette arrivée d'un nouvel acteur va complexifier encore plus nos relations avec l'ensemble de notre distribution. Ce dernier envisage de faire alliance avec les producteurs locaux de boissons gazeuses et de vins afin de lui donner une profondeur de gamme similaire à celle de SOLIBRA. Nous préparons un plan de bienvenue pour cet acteur et essaierons en même temps de poursuivre dans notre dynamique d'amélioration continue de nos produits et de nos services vis-à-vis des clients et des consommateurs. Par ailleurs, sur le domaine des Boissons Gazeuses, le promoteur d'American Cola au Mali envisage de monter une usine de Boissons Gazeuses en PET en Côte d'Ivoire. Ici également, la mise en route de notre nouvelle ligne de PET nous permettra de pouvoir envisager un élargissement de notre offre de produits, à même de pouvoir freiner l'entrée de nouveaux acteurs.

Nous n'envisageons aucun nouvel acteur local dans le domaine des « Eaux ».

En 2012, nous continuerons à suivre le plan de nos actions commerciales tel que défini dans notre plan d'actions 2009-2012. Ainsi donc un accent particulier sera mis sur la présence commerciale et l'exécution au niveau des points de vente de détail. Les animations points de vente vont reprendre

sur les catégories « Bières » et « Boissons Gazeuses ». Enfin, nous allons développer des importants partenariats avec une centaine de points de vente importants en en faisant des points de vente modèle.

Au niveau marketing, 2012 verra la mise en œuvre d'un événement propre pour chacune des marques afin de lui donner une visibilité certaine au niveau des consommateurs.

Nous renforcerons encore cette fonction Trade Marketing et Développement commercial. De plus, en vue de préparer notre réponse à la concurrence, nous souhaitons développer en interne un véritable service de distribution porte-à-porte qui commencera dans un premier temps à servir la Bière pression, distribuera des produits sensibles telles que Awa Pétillante et se chargera des Distributeurs Automatiques de boissons que nous avons commandés. Enfin, nous renforcerons également les équipes chargées du suivi, de l'entretien et de la maintenance de nos matériels froids.

Bien entendu, un programme détaillé de formation à différents niveaux (encadrement et exécution) et d'exposition à certains marchés (visite de marché au Cameroun, Gabon pour le personnel d'encadrement) sera également conduit au titre de l'année 2012. Enfin, nous continuerons notre politique de motivation du personnel en organisant régulièrement des actions incitatives à l'attention de notre personnel.

Nos objectifs de Vente devront globalement progresser de 11.78 % par rapport à 2011 et avons fixé la répartition ainsi :

Bières : 1 755 000 HI contre 1 636 125 HI réalisés en 2011

BG : 780 000 HI contre 647 564 HI réalisés en 2011

Autres boissons : 247 000 HI contre 205 026 HI en 2011

RESULTATS FINANCIERS

Le chiffre d'affaires hors taxes s'établit à 120 086 154 952 F.CFA en progression de + 2,95 % par rapport à l'exercice précédent 116 643 249 860 F.CFA.

Le résultat d'exploitation s'élève à 24 464 188 299 FCFA contre 21 148 841 624 F.CFA au 31-12-2010 après dotations aux comptes d'amortissements et de provisions pour 11 817 284 760 F.CFA, et une reprise de provision de 7 475 933 256 F.CFA.

Après comptabilisation de l'impôt BIC de 7 475 933 256 F.CFA, le résultat net de l'exercice 2011 ressort à 18 801 690 402 F.CFA contre 14 672 064 782 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 2011 comme suit :

- Bénéfice net	18.801.690.402 F.CFA
- Report à nouveau des exercices antérieurs	1.027.795.549 F.CFA
- Bénéfice distribuable	19.829.485.951 F.CFA
- Distribution d'un dividende global de	14.979.364.400 F.CFA
- Affectation à la réserve générale	3.000.000.000 F.CFA
- Affectation au report à nouveau	1.850.121.551 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.

-oOo-

Nous vous informons que les mandats d'administrateurs de Messieurs Jean-Claude PALU, Pierre CASTEL et Michel PALU viennent à échéance à l'issue de la présente Assemblée ; nous vous précisons que les administrateurs sont rééligibles.

-oOo-

Nous vous informons que le mandat de Commissaire aux Comptes titulaire du Cabinet PriceWaterhouseCoopers vient à expiration à la présente Assemblée. Nous vous proposons de renouveler son mandat pour une durée de six exercices.

-oOo-

Nous vous proposons de fixer à la somme de 41.000.000 F.CFA le montant global net des indemnités de fonction allouées au Conseil d'Administration à compter de l'exercice 2011.

-oOo-

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 16 AVRIL 2012

-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 2011 tels qu'ils lui sont présentés par le Conseil d'Administration et qui se soldent par un bénéfice net de 18.801.690.402 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 18.801.690.402 F.CFA de l'exercice 2011 de la manière suivante :

- Bénéfice net	18.801.690.402 F.CFA
- Report à nouveau des exercices antérieurs	1.027.795.549 F.CFA
- Bénéfice distribuable	19.829.485.951 F.CFA
- Distribution d'un dividende global de	14.979.364.400 F.CFA
- Affectation à la réserve générale	3.000.000.000 F.CFA
- Affectation au report à nouveau	1.850.121.551 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 2011, approuve les termes et conclusions de ce rapport.

QUATRIEME RESOLUTION

L'Assemblée Générale renouvelle pour six ans le mandat d'administrateur de Monsieur Pierre CASTEL, venu à expiration à la présente Assemblée.

Les fonctions de Monsieur Pierre CASTEL, prendront fin à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année au cours de laquelle expirera son mandat, soit en 2018.

CINQUIEME RESOLUTION

L'Assemblée Générale renouvelle pour six ans le mandat d'administrateur de Monsieur Jean-Claude PALU, venu à expiration à la présente Assemblée.

Les fonctions de Monsieur Jean-Claude PALU, prendront fin à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année au cours de laquelle expirera son mandat, soit en 2018.

SIXIEME RESOLUTION

L'Assemblée Générale renouvelle pour six ans le mandat d'administrateur de Monsieur Michel PALU, venu à expiration à la présente Assemblée.

Les fonctions de Monsieur Michel PALU, prendront fin à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année au cours de laquelle expirera son mandat, soit en 2018.

SEPTIEME RESOLUTION

L'Assemblée Générale renouvelle pour six exercices le mandat du Cabinet PriceWaterHouseCoopers, Commissaire aux Comptes titulaire, venu à expiration à la présente Assemblée.

Les fonctions du Cabinet PriceWaterHouseCoopers prendront fin à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année au cours de laquelle expirera son mandat, soit en 2018.

HUITIEME RESOLUTION

L'Assemblée Générale fixe à la somme de 41.000.000 F.CFA le montant global net des indemnités de fonction allouées au Conseil d'Administration à compter de l'exercice 2011, et jusqu'à nouvelle décision de l'Assemblée.

NEUVIEME 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**

BILAN		
ACTIF		
	2011	2010
Immobilisations incorporelles brutes	4 261 501 510	4 216 371 405
Immobilisations corporelles brutes	120 932 649 847	110 458 964 585
Immobilisations financières	2 412 654 250	2 397 454 250
Amortissements et provisions	-80 960 761 853	-75 130 599 600
TOTAL ACTIF IMMOBILISE NET	46 646 043 754	41 942 190 640
Actif circulant H.A.O.	0	0
Stocks	32 538 859 459	34 725 838 446
Fournisseurs, avances versées	1 566 898 047	1 619 340 767
Clients	3 574 328 040	3 470 755 725
Autres créances	3 100 223 891	2 639 551 933
Provisions	-4 541 166 589	-4 573 491 492
TOTAL ACTIF CIRCULANT	36 239 142 848	37 881 995 379
Trésorerie - Actif	12 776 646 498	9 817 158 244
Écart de conversion - Actif		
TOTAL GÉNÉRAL ACTIF	95 661 833 100	89 641 344 263
PASSIF		
	2 011	2 010
Capital	4 115 210 000	4 115 210 000
Primes et réserves	28 080 055 756	28 387 355 374
TOTAL CAPITAUX PROPRES	50 996 956 158	47 174 630 156
Emprunts	0	0
Dettes financières diverses	13 275 579 567	12 473 999 158
Provisions financières pour risques et charges	5 867 377 259	8 333 718 805
TOTAL DETTES ET RES. ASSIMILEES	19 142 956 826	20 807 717 963
Dettes circulantes et res. Assimilées H.A.O.	2 305 981 028	730 370 177
Clients, avances reçues	2 408 707 002	2 627 837 597
Fournisseurs d'exploitation	10 049 136 790	6 611 761 706
Dettes fiscales	9 179 530 130	9 035 322 734
Dettes sociales	1 366 819 712	1 284 607 318
Autres dettes	187 017 879	327 923 168
TOTAL PASSIF CIRCULANT	25 497 192 541	20 617 822 700
Trésorerie - Passif	24 727 575	1 041 173 444
Écart de conversion - Passif		
TOTAL GÉNÉRAL PASSIF	95 661 833 100	89 641 344 263

NB: "Comptes certifiés par les commissaires aux comptes"

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

COMPTES DES RESULTATS		
	2011	2010
Vente de marchandises	5 053 620 896	5 566 907 123
Vente de produits fabriqués	114 516 611 297	110 600 647 438
Produits accessoires	515 922 759	475 695 299
TOTAL CHIFFRE D'AFFAIRES	120 086 154 952	116 643 249 860
Production stockée	44 080 343	207 647 571
Autres produits	4 073 149 810	3 359 663 698
Achats et frais /achats	51 664 865 203	53 034 123 820
Variation de stocks	1 176 096 156	-5 131 496 618
Transport	4 680 221 000	2 533 090 180
Services extérieurs	15 328 505 259	16 887 702 164
Impôts et taxes	6 565 291 557	6 607 433 811
Autres charges	3 729 543 089	4 124 967 516
TOTAL CHARGES	83 144 522 264	78 055 820 873
VALEUR AJOUTÉE	41 058 862 841	42 154 740 256
Charges du personnel	12 800 181 751	11 989 119 388
Dotations aux amortissements et provisions	11 817 284 760	13 626 225 308
Reprises de provisions	7 475 933 256	4 083 700 916
Transferts de charges	546 858 713	525 745 148
RÉSULTAT D' EXPLOITATION	24 464 188 299	21 148 841 624
Produits financiers	184 284 223	122 882 461
Charges financières	419 845 900	616 223 565
RÉSULTAT FINANCIER	-235 561 677	-493 341 104
Résultat hors activité ordinaire	19 142 678	76 299 550
Impôts sur le résultat	5 446 078 898	6 059 735 288

NB: "Comptes certifiés par les commissaires aux comptes"

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

15/02/2012

1ère Partie DÉTERMINATION DES SOLDES FINANCIERS DE L' EXERCICE 2011				(01/01/11 au 31/12/11)
■ CAPACITÉ D' AUTOFINANCEMENT GLOBALE (C.A.F.G.)				
CAFG =		Excédent brut d'exploitation EBE - Charges décaissables restantes + Produits encaissables restants		
		à l' exclusion des cessions d' actif immobilisé		
		E.B.E.		28 258 681 090
		(TT) Transfert de charges d' exploitation		546 858 713
(SA) Frais financiers	419 845 900	(UA) Revenus financiers		184 284 223
(SC) Pertes de change	0	(UC) Gains de change		0
		(UE) Transferts de charges Financières		0
(SL) Charges H.A.O	0	(UL) Produits H.A.O.		0
(SQ) Participation	0	(UN) Transfert de charges H.A.O.		0
(SR) Impôts sur le résultat	5 446 078 898			
Total (I)	5 865 924 798	Total (II)		28 989 824 026
CAFG : Total (II) - Total (I) =		23 123 899 228	(N - 1) :	24 138 289 624
■ AUTO FINANCEMENT (A.F)				
AF = CAFG - Distributions de dividendes dans l' exercice (1)				
AF =	23 123 899 228 14 979 364 400	8 144 534 828	(N - 1) :	13 109 526 824
■ 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			ou	564 624 225
(BD) Matières premières			ou	1 578 923 809
(BE) En-cours		101 955 702	ou	
(BF) Produits fabriqués			ou	57 875 359
(A) Variation globale nette des stocks			ou	2 099 467 691
Variation des créances : N - (N - 1)		Emplois augmentation (+)	Ressources diminution (-)	
(BH) Fournisseurs, avances versées			ou	52 442 720
(BI) Clients		69 097 440	ou	
(BJ) Autres créances		439 960 440	ou	
(B) Variation globale nette des créances		456 615 160	ou	
Variation des dettes circulantes : N - (N - 1)		Emplois diminution (-)	Ressources augmentation (+)	
(DI) Clients avances reçues		219 130 595	ou	
(DJ) Fournisseurs d' exploitation			ou	3 437 375 084
(DK) Dettes fiscales			ou	144 207 396
(DL) Dettes sociales			ou	82 212 394
(DM) Autres dettes		140 905 289	ou	
(DN) Risques provisionnés			ou	
(C) Variation globale des dettes circulantes			ou	3 303 758 990
Variation du B.F.E. = (A) + (B) + (C)			ou	4 946 611 521
■ EXCÉDENT DE TRÉSORERIE D'EXPLOITATION (E.T.E)				
ETE = EBE - Variation BFE - Production immobilisée				
		2 011		2 010
Excédent brut d'exploitation		28 258 681 090		30 165 620 868
- Variation du B.F.E. (- si emplois + si ressources) (- ou +)		4 946 611 521		-370 082 886
- Production immobilisée				
EXCÉDENT DE TRÉSORERIE D' EXPLOITATION		33 205 292 611		29 795 537 982

(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).

NB: "Comptes certifiés par les commissaires aux comptes"

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

2^e PARTIE : TABLEAU				
				15/02/2012
Réf.		EXERCICE 2011		EXERCICE 2010
		Emplois	Ressources	(E - ; R +)
	I. INVESTISSEMENTS ET DÉSINVESTISSEMENTS			
FA	Charges immobilisées (augmentation dans l'exercice)			
	Croissance interne			
FB	Acquisitions/Cessions d'immobilisations incorporelles	45 130 105		303 585 912
FC	Acquisitions/Cessions d'immobilisations corporelles	11 550 246 581	118 173 200	-9 627 026 434
	Croissance externe			
FD	Acquisitions/Cessions d'immobilisations Financières	15 200 000	0	-4 999 329
FF	INVESTISSEMENT TOTAL	11 492 403 486		-9 935 611 675
FG	II. VARIATION DU BESOIN DE FINANCEMENT D' EXPLOITATION (cf. supra : Var. B.F.E.)	0	4 946 611 521	-370 082 886
FH	A - EMPLOIS ÉCONOMIQUES A FINANCER (FF + FG)	6 545 791 965		-10 305 694 561
FI	III. EMPLOIS/RESSOURCES (VARIATION DU B.F., H.A.O.)		1 575 610 851	-640 565 910
FJ	IV. EMPLOIS FINANCIERS CONTRAINTS (1) Remboursements (selon échéancier) des emprunts et dettes financières (1) A l' exclusion des remboursements anticipés portés en VII			
FK	B - EMPLOIS TOTAUX A FINANCER	4 970 181 114		-10 946 260 471
FL	V. FINANCEMENT INTERNE Dividendes (emplois) / C.A.F.G. (ressources)	14 979 364 400	23 123 899 228	13 109 526 824
FM	VI. FINANCEMENT PAR LES CAPITAUX PROPRES Augmentations de capital par apports nouveaux		0	0
FN	Subventions d' investissement			
FP	Prélèvements sur le Capital (y compris retraits de l' exploitant)			
FQ	VII. FINANCEMENT PAR DE NOUVEAUX EMPRUNTS Emprunts (2)			
FR	Autres dettes financières (2) (2) Remboursements anticipés inscrits séparément en emplois		801 580 409	-1 118 382 596
FS	C - RESSOURCES NETTES DE FINANCEMENT		8 946 115 237	11 991 144 228
FT	D - EXCEDENT OU INSUFFISANCE DE RESSOURCES DE FINANCEMENT (C - B)		3 975 934 123	1 044 883 757
FU	VIII. VARIATION DE LA TRÉSORERIE Trésorerie nette à la clôture de l' exercice + ou - 12 751 918 923			
FV	à l' ouverture de l' exercice + ou - 8 775 984 800			
FW	Variation trésorerie : (+ si emploi ; - si ressources) 3 975 934 123	3 975 934 123		-1 044 883 757
	Contrôle : D = VIII avec signe opposé			
Nota : I, IV, V, VI, VII ; en termes de flux ; II, III, VIII ; différences << bilantielles >> .				
CONTRÔLE (à partir des masses des bilans N et N - 1)		Emplois	Ressources	
Variation du fonds de roulement (F.D.R.) : FDR (N) - FDR(N - 1)		2 546 288 249		
Variation du B.F. global (B.F.G.) : BFG (N) - BFG (N - 1)			6 522 222 372	
Variation de la trésorerie (T) : T (N) - T (N - 1)		3 975 934 123		0
TOTAL		6 522 222 372	6 522 222 372	

NB: "Comptes certifiés par les commissaires aux comptes"

SOCIETE DE LIMONADERIES ET BRASSERIES D'AFRIQUE SOLIBRA

AFFECTATIONS DES RESULTATS DE L'EXERCICE 2011 PROJET NON APPROUVE PAR A.G.O

AFFECTATIONS	MONTANT (1)	ORIGINES	MONTANT (1)
Réserve légale		. Report à nouveau antérieur (pertes)	
Réserves statutaires ou contractuelles		. Report à nouveau (bénéficiaire)	1 027 795 549
Autres réserves (disponibles)		. Résultat net de l'exercice	18 801 690 402
Dividendes (2)	14 979 364 400	. Prélèvements sur les réserves (3)	
Autres affectations			
Report à nouveau	4 850 121 551		
TOTAL (A)	19 829 485 951	Contrôle : Total A = Total B	19 829 485 951
		TOTAL (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"

