

En 2016, nous avons augmenté nos positions commerciales en passant de 39% à 41% (hors bus & poids lourd). Sur le segment le plus volumineux (celui des pick ups), nous confortons notre place de leader avec 52.6% de pénétration dans un marché global qui a baissé de 12%. CFAO Motors a bien résisté à cette baisse du marché en améliorant la qualité de son service après-vente et en développant de nouvelles offres. La baisse du chiffre d'affaires est essentiellement due aux cessions des fonds de commerce Poids Lourds et Pneumatiques en 2015 (8 milliards).

Toyota reste la marque leader avec une part de marché de 18.6%. Mitsubishi avec 9,5% progresse de 0,3% vs 2015, ainsi que Citroën avec 3% et +0.6%. Notons également la belle performance de Peugeot qui a doublé ses volumes avec une progression de +2.1% avec 4,6% de parts de marché.

Les performances de l'après-vente sont en nette progression : ventes de pièces détachées à +7% et une activité Atelier à +12,2%, ce qui démontre une amélioration de la satisfaction et de la fidélisation des clients.

Notre activité deux roues – marine Yamaha renforce sa position avec une progression de 14% de son chiffre d'affaire. En 2016, 2134 motos, 240 moteurs hors bord et 130 générateurs ont été vendus.

L'écart sur le résultat net s'explique principalement par la plus-value réalisée en 2015 sur la cession des activités Pneumatique et Poids Lourds à CFAO Equipment CI.

Dans ce contexte, votre société a réalisé au cours de l'exercice écoulé, un Chiffre d'Affaires hors taxes de 65 079 283 129 F.CFA.

Le résultat d'exploitation après dotation aux amortissements et aux provisions se solde par un bénéfice de 5 794 061 784 F.CFA.

Le résultat de l'exercice se traduit par un bénéfice de 4 094 266 129 F.CFA après déduction de l'impôt sur les résultats de 1 179 317 000 F.CFA.

#### - Evolution prévisible et perspectives d'avenir.

Depuis le mois d'Avril nous distribuons sur le site « Babi Motors » situé sur le boulevard de Marseille la marque Suzuki.

Les objectifs pour l'exercice ouvert le 1 janvier sont les suivants :

*Renforcer nos positions au nord d'Abidjan et à l'intérieur du pays*

*Conforter TOYOTA comme première marque*

*Renforcer notre image sur le service après-vente*

*Assurer une croissance rentable et durable*

*Accroître notre CA de 5%*

Pour atteindre nos objectifs nous pouvons nous baser sur plusieurs leviers :

*le développement du réseau*

*la distribution d'une nouvelle marque Suzuki*

*la mise en place d'un programme d'amélioration continue « AKWABA TOUR »*

*la centralisation des achats généraux,*

*la création d'un département marine avec l'embauche d'un directeur opérationnel*

*le lancement d'une activité VO*

*la mise en place d'un centre de formation régional Yamaha*