



# RÉSULTATS ANNUELS 2022

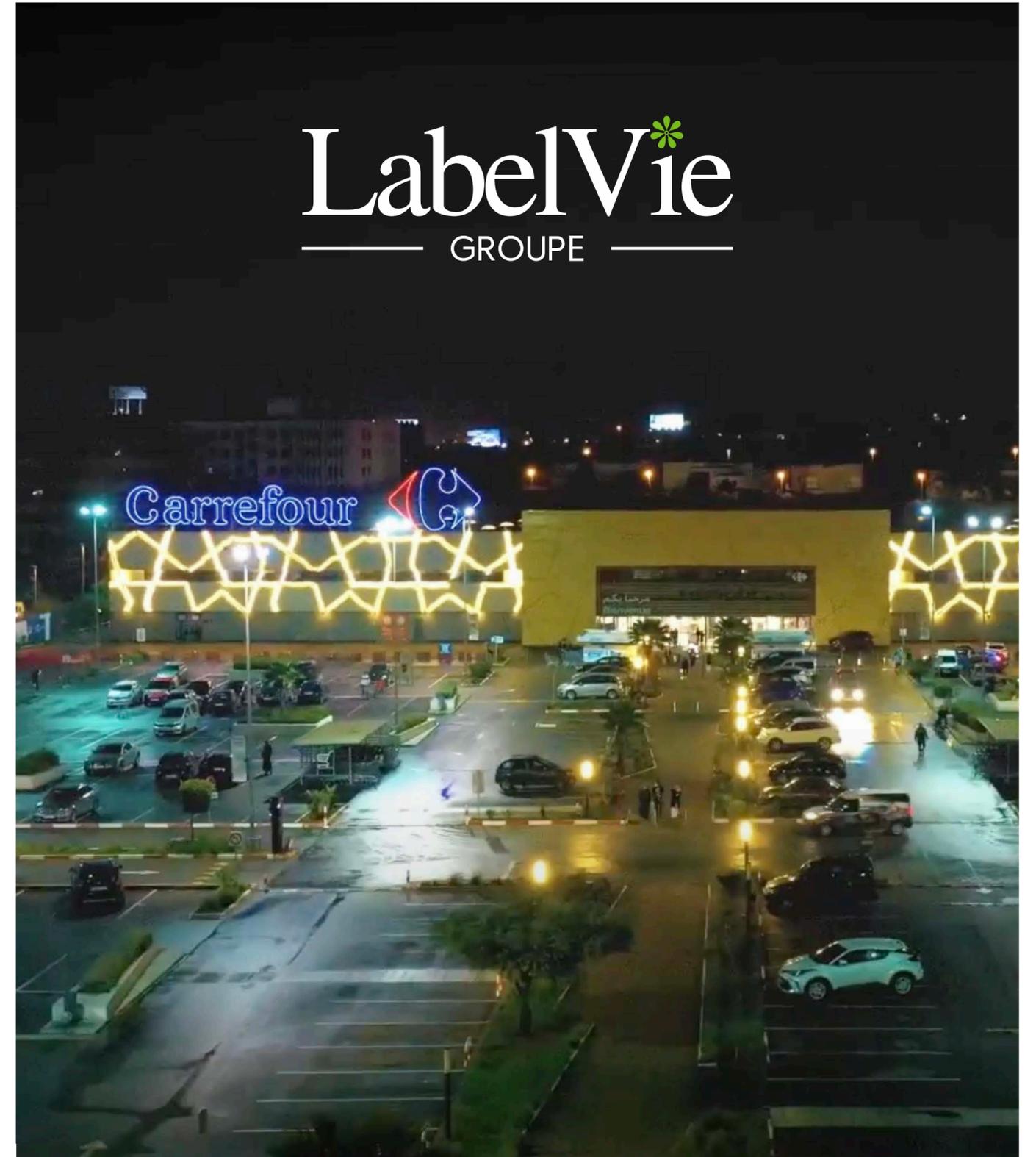
6 MARS 2023

**1 INTRODUCTION**

**2 REVUE DES PRINCIPAUX ÉVÉNEMENTS DE L'ANNÉE**

**3 ARRETÉ DES COMPTES ANNUELS 2022**

**4 PERSPECTIVES**



# INTRODUCTION

# UNE BONNE PERFORMANCE DANS UN CONTEXTE ÉCONOMIQUE PERTURBÉ

1

## Evolution dans un contexte économique perturbé marqué par une forte inflation et une baisse du pouvoir d'achat

- En 2022, le Groupe a fait preuve d'un sens accru d'adaptation
- Enveloppe importante d'investissement destinée à soutenir le pouvoir d'achat des clients

2

## Poursuite du niveau d'investissement et de création de valeur, malgré les tensions économiques :

- Investissement de 1.173 millions de dirhams en 2022
- Ouverture de 19 nouveaux points de vente en 2022
- Poursuite de l'enveloppe d'investissement relative à la transformation digitale du Groupe

3

## Poursuite des efforts du Groupe en matière de RSE:

- Insertion socio-économique des personnes en situation de handicap, réduction de l'empreinte carbone, lutte contre le gaspillage alimentaire, promotion des achats locaux, promotion de l'emploi

# REVUE DES PRINCIPAUX ÉVÉNEMENTS DE L'ANNÉE

# UNE ANNÉE RICHE EN ÉVÉNEMENTS POUR LE GROUPE



منين كلشي  
كايتزاد،  
كارفور  
كيحطم  
الأثمينة!  
على العديد  
من المنتجات

95, DH/KG برتقال orange à jus	من فاس / مكناس 9,95 DH/KG تفاح محلي Pomme gala/golden locale	من فاس / مكناس 2,95 DH/KG بطاطس حمراء غير مغسولة Pomme de terre rouge non lavée
----------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------



# REVUE DES ÉVÉNEMENTS DE L'ANNÉE

## PRINCIPAUX ÉVÉNEMENTS DE L'ANNÉE 2022



**EXPANSION DU RÉSEAU**

**19**  
Ouvertures

**155**  
Total réseau



**OPCI**

Véhicule de financement  
de l'investissement foncier



**PRIX  
IMBATTABLE**  
*toute l'année*

ET SI VOUS TROUVEZ  
MOINS CHER AILLEURS\*,  
ON VOUS REMBOURSE  
2 FOIS LA DIFFÉRENCE!

بنين كلشي  
جايتزاد،  
كارفور  
كيجطم

**DISPOSITIF  
ANTI-INFLATION**  
Investissement dans  
le prix



**E-COMMERCE  
& E-EXPRESS**



**AUGMENTATION  
DE CAPITAL  
RÉSERVÉE AUX  
SALARIÉS**



**STRATÉGIE RSE**  
Actions sociales  
& environnementales

**TRANSFORMATION  
DIGITALE**

**LabelFACTORY**

**17** Squads      **130** collaborateurs

# EXPANSION DU RÉSEAU

EN 2022 →





ENSEIGNES DU GROUPE	SUPERMARCHÉS	SUPECO	HYPERMARCHÉS	HYPER CASH	TOTAL GROUPE
Points de vente 2021	98	14	12	12	136
m <sup>2</sup> de ventes	101.602	2.094	65.900	62.764	232.360
<b>En % du total Groupe</b>	<b>44 %</b>	<b>1 %</b>	<b>28 %</b>	<b>27 %</b>	<b>100 %</b>
Ouvertures	17	1	0	1	19
m <sup>2</sup> ouverts	12.115	150	0	2.950	15.215
Points de vente 2022	115	15	12	13	155
m <sup>2</sup> de ventes	113.717	2.244	65.900	65.714	247.575
<b>En % du total Groupe</b>	<b>46 %</b>	<b>1 %</b>	<b>27 %</b>	<b>27 %</b>	<b>100 %</b>

2

# REVUE DES ÉVÉNEMENTS DE L'ANNÉE

## DÉTAIL DES OUVERTURES DES POINTS DE VENTE



Carrefour  
*market*

17

Ouverture de  
Carrefour Market

Portant le nombre total à fin 2022 à **115 points de ventes**



**CASABLANCA**  
VILLE VERTE

**CASABLANCA**  
DEROUA

**CASABLANCA**  
AIN SEBAA EL WAHDA

**CASABLANCA**  
HASSAN SGHIR

 Ouverture : 27 janvier

 Ouverture : 23 juin

 Ouverture : 30 décembre

 Ouverture : 30 décembre





**CASABLANCA**  
MERS SULTAN

 **Ouverture : 25 août**



**CASABLANCA**  
02 MARS

 **Ouverture : 27 octobre**



**CASABLANCA**  
GIRONDE 2

 **Ouverture : 22 septembre**



**CASABLANCA**  
11 JANVIER

 **Ouverture : 1er février**





**CASABLANCA**  
BOUSKOURA VICTORIA

 **Ouverture : 27 octobre**



**KENITRA**  
MOULAY ABDELAZIZ

 **Ouverture : 27 janvier**



**RABAT**  
MEHDI BENBARKA

 **Ouverture : 24 novembre**



### MARRAKECH

ABDELKRIM KHATTABI

 Ouverture : 22 septembre



### MARRAKECH

MASSIRA 3

 Ouverture : 30 décembre



**TANGER**  
BENIMAKADA

 **Ouverture : 30 décembre**



**TETOUAN**  
MARTIL

 **Ouverture : 15 juin**



**FES**

CHAMPS DE COURSE

 **Ouverture : 24 novembre**



**FES**

AIN CHKAF 2

 **Ouverture : 30 décembre**



## EL JADIDA

OTHMANE IBNOU AFFANE

 **Ouverture : 27 octobre**



### CASABLANCA

OQBA



Ouverture : 31 mars



OUVERTURE DE 01 ATACADAO LE PREMIER TRIMESTRE POUR TOTALISER 13 POINTS DE VENTES



# OPCI TERRAMIS





### CRÉATION D'UN VÉHICULE DE FINANCEMENT PERMETTANT DE SCINDER L'ACTIVITÉ DE DISTRIBUTION DE L'ACTIVITÉ FONCIÈRE

#### CARACTÉRISTIQUES →

- Dénomination: TERRAMIS SPI-RFA
- Actionnariat exclusif Label'Vie
- Gestion par une société de gestion indépendante MREM, avec le support de deux administrateurs indépendants

#### AVANTAGES →

- Meilleure lisibilité des comptes
- Valorisation actualisée du patrimoine foncier avec des options de financement additionnelles
- Optimisation fiscale liée à l'abattement sur la remontée de dividendes

#### STRUCTURE →

- 19 actifs opérationnels d'une valeur totale de 1.245 Mdhs
- Niveau d'endettement inférieur à 10%

# DISPOSITIF ANTI-INFLATION

INVESTISSEMENT  
EN MARGE  
CAMPAGNES  
MARKETING

ميين كلشي  
كايتزاد،  
كارفور

كيحطم  
الأثمناة!  
على العديد  
من المنتجات

من فاس / مكناس 9,95 DH/KG

من فاس / مكناس 2,95 DH/KG

TOUT EST  
GRAND  
chez Carrefour  
même les économies

62,95<sup>Dh</sup>  
شوكولاتة للدهن  
Pâte à tartiner  
chocolat  
Nutella 750g

0dh -10% -30% -10dh

Pour vous,  
Carrefour  
baisse  
les prix!

# DISPOSITIF ANTI-INFLATION



## Politique commerciale agressive

- Enveloppe d'investissement de plus de 100 Mdhs afin de soutenir le pouvoir d'achat des consommateurs
- Mise en place de promotions plus agressives
- Revue des indices prix à la baisse

## Priorité donnée à la disponibilité



Augmentation des niveaux de stocks dans le but d'assurer une disponibilité permanente des produits

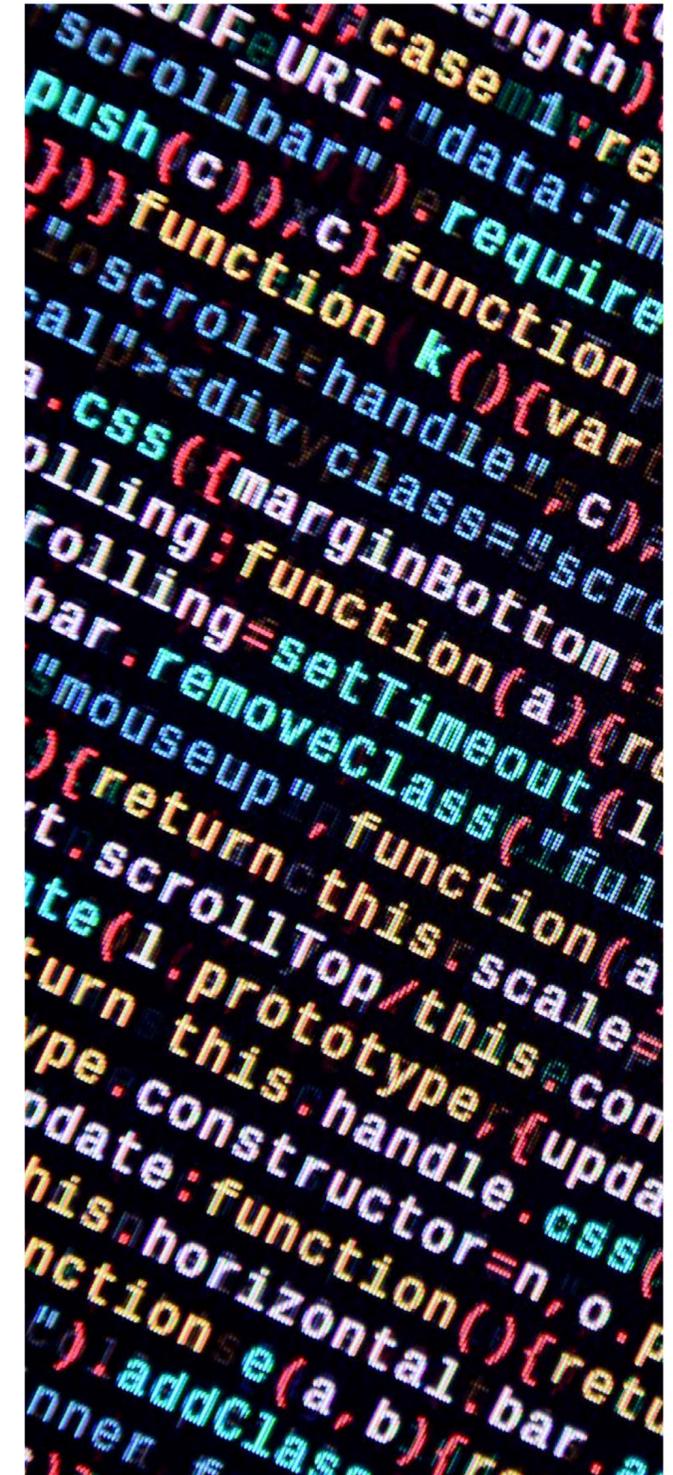
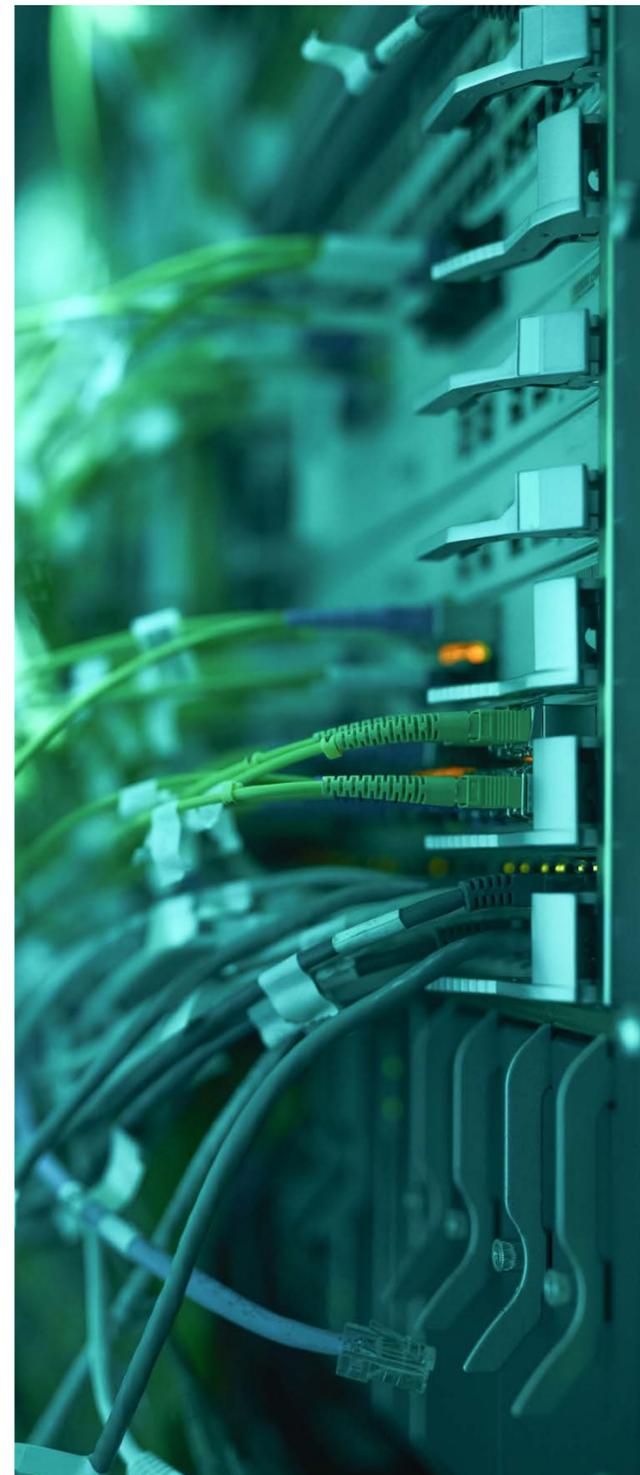


Adaptation de la politique de sourcing afin de retarder les impacts de l'inflation



# TRANSFORMATION DIGITALE

Label **FACTORY**



## LA LABEL FACTORY EN CHIFFRES DEPUIS 1 AN ET DEMI...

130

Collaborateurs



40%

Business



50%

Tech



10%

Pilotage  
/Cockpit

Frameworks Agiles

SCRUM &amp; SCRUMBAN

17

Squads

Équipes Autonomes et  
pluridisciplinaires

343

Sprints\* réalisés

+25

Formations

d'acculturation Agile

+5

Formations Frameworks :

- ✓ Being & Doing Agile
- ✓ Management 3.0
- ✓ Change Management

# E-COMMERCE





# Un oubli ? Votre Personal Shopper pourra ajouter vos produits souhaités



by Carrefour



#نتقد\_ليك



Lancement avec succès dans les villes de Casablanca, Rabat, Mohammadia, Salé et Témara en attendant la généralisation dans toutes les villes du Royaume dans les mois qui suivent



Livre vos courses



# AUGMENTATION DE CAPITAL RÉSERVÉE AUX SALARIÉS

## OBJECTIFS

Renforcer notre marque employeur et fidéliser nos collaborateurs

**+ de 400 cadres actionnaires**

**126%**  
de souscription

INFOS

N°52 – 21.12.22



COMMUNICATION INTERNE  
CORPORATE

### Grand succès du programme actionnaire - salarié du Groupe LabelVie

L'augmentation du capital réservée aux salariés éligibles du Groupe LabelVie s'est caractérisée par un grand succès. L'opération a enregistré un total de **54 995 actions** attribuées à **433 salariés**, issus de **8 régions du Maroc**.

Le programme salarié actionnaire est une opération qui traduit concrètement la **philosophie du Groupe**, construite, entre autres, sur l'engagement sociétal et qui met en exergue la volonté du Conseil d'Administration de partager les fruits de la croissance avec les collaborateurs, de les fidéliser davantage et d'accroître leur esprit d'appartenance.

La réussite de cette opération ouvre la voie à d'autres que le Groupe LabelVie compte mener à l'avenir.



Direction de la Communication & RP

### نجاح كبير لبرنامج الموظفين - المساهمين لمجموعة لايبيل في

تميزت زيادة رأس المال المخصصة للموظفين المؤهلين لمجموعة لايبيل في بنجاح كبير ، حيث سجلت هذه المبادرة توزيع **54995 سهمًا** لفائدة **433 موظفًا** من **8 مناطق بالمغرب**

هذه المبادرة التي تعكس فلسفة مجموعة لايبيل في تتبع عن إرادتها في مشاركة ثمار نموها مع الموظفين



LabelVie  
GROUPE

# STRATÉGIE

# RSE



## ENVIRONNEMENT

### Réduction de l'Empreinte Carbone

- Signature de la charte Qualit'AIR en collaboration avec la CGEM et la fondation Mohammed V pour la protection de l'environnement
- Bilan carbone réalisé dans 8 sites pilotes
- Réduction de 15% en 2022 des émissions de gaz à effet de serre (section logistique)

### Lutte contre le gaspillage alimentaire

Déploiement de la solution DLC Mémo "Anti Gaspi" dans l'ensemble des magasins du Groupe, en partenariat avec la start-up française CodaBene



**Politique  
Environnementale Du  
Groupe LabelVie**

Le Groupe LabelVie s'inscrit dans une démarche de performance globale, conciliant croissance économique et contribution à la préservation de l'environnement, pour répondre aux enjeux climatiques et environnementaux actuels et futurs.

En tant qu'acteur de référence de la Grande Distribution au Maroc, Le groupe LabelVie s'engage à réduire son empreinte environnementale et à encourager l'innovation environnementale, dans le cadre d'une dynamique de progrès continue et volontariste.

Nos engagements sont définis au travers de la présente politique et s'appuient sur les principes directeurs suivants :

- **Être conforme à la réglementation et faire preuve d'exemplarité**  
L'ensemble de nos opérations sont conduites conformément et au-delà des exigences réglementaires et des lois applicables en matière de protection de l'environnement.
- **Piloter et communiquer la performance environnementale**  
Nous pilotons notre démarche à travers la mise en place de plusieurs indicateurs de suivi pour évaluer et mesurer les impacts environnementaux de nos activités. Nous nous engageons à communiquer régulièrement, de manière ouverte et transparente sur notre politique et nos performances, auprès de l'ensemble de nos collaborateurs, clients, fournisseurs et autres parties prenantes externes.
- **Adopter une approche participative et inclusive avec les parties prenantes**  
Nous favorisons la proximité et la collaboration avec nos parties prenantes (collaborateurs, partenaires, fournisseurs, associations et acteurs de la société civile) à travers leur implication dans notre démarche environnementale, leur sensibilisation et leur formation à l'adoption de pratiques responsables et durables.

**Nos engagements environnementaux**

- 1.Utilisation des ressources naturelles de manière raisonnée et responsable**  
Optimiser la consommation des ressources énergétiques, de l'eau et des matières premières, tout au long de notre chaîne de valeur.
- 2.Intégration des principes de l'économie circulaire**  
Améliorer la gestion des déchets et valoriser les ressources selon les principes « 3R », de l'économie circulaire : Réduire, Recycler et Réutiliser.
- 3.Réduction de l'empreinte carbone**  
Limiter les émissions de gaz à effet de serre en réduisant notre consommation d'énergie de sources fossiles, en privilégiant des modes de consommation bas carbone et en ayant recours aux énergies renouvelables.
- 4.Offre de produits issus de l'agriculture responsable**  
Encourager l'adoption de pratiques agricoles durables auprès de nos partenaires et développer une offre de produits issus de filières locales et responsables.
- 5.Lutte contre le gaspillage alimentaire**  
Renforcer l'efficacité de nos chaînes d'approvisionnement et de distribution et créer des synergies avec nos parties prenantes, en vue de prévenir et de réduire les sources de gaspillage alimentaire.
- 6.Protection des écosystèmes naturels**  
Prévenir et limiter les risques de pollution : du sol, de l'air, de l'eau, sonore... émanant des activités du Groupe et de celles de nos partenaires, à travers la mise en place de systèmes de gestion et de traitement des risques.

La Direction Générale s'engage à respecter la politique environnementale du Groupe et à la mettre en œuvre activement et collectivement. Cette politique est communiquée auprès de l'ensemble des collaborateurs, des clients et des parties intéressées du Groupe LabelVie.

Rachid HADNI  
Président du Conseil d'Administration





## SOCIAL

### Insertion socio-économique des personnes en situation de handicap mental (PSHM)

Partenariat avec le Ministère de l'Industrie et du Commerce, le Ministère de la solidarité, de l'insertion sociale et de la famille et l'Union Nationale des Associations œuvrant dans le domaine de l'Handicap Mental (UNAHM) pour l'emploi des personnes en situation d'handicap: 10 personnes recrutées à date

### Promotion des achats locaux

Partenariat avec le Ministère de l'Industrie et du Commerce pour la promotion du sourcing local et le développement du #MadeInMorocco dans le réseau du Groupe

### Promotion de l'emploi

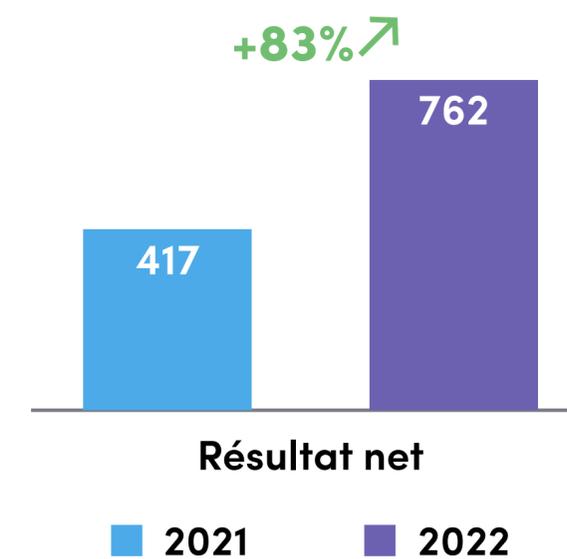
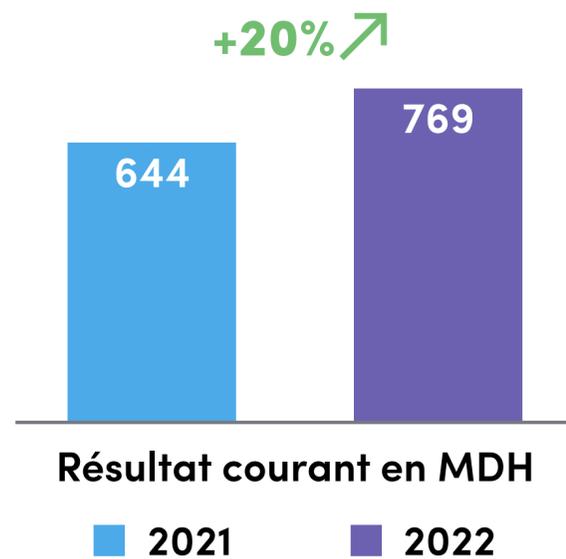
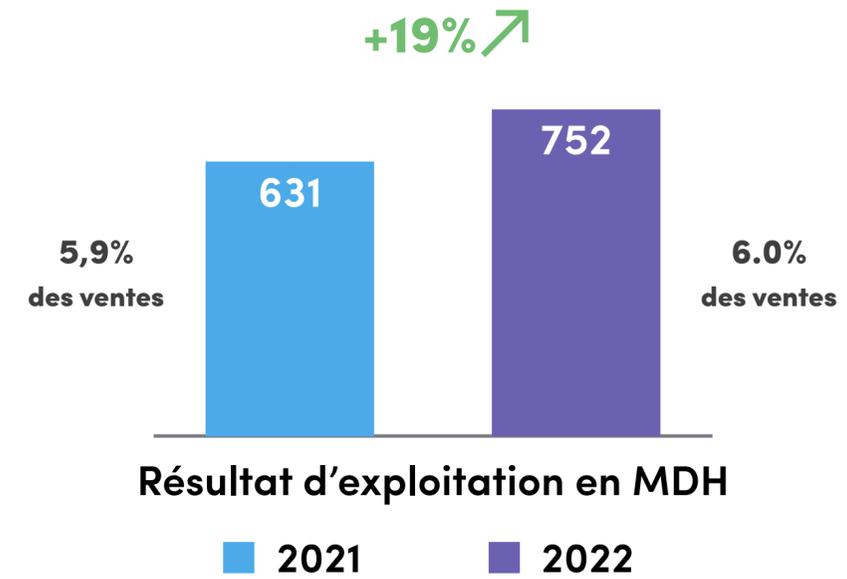
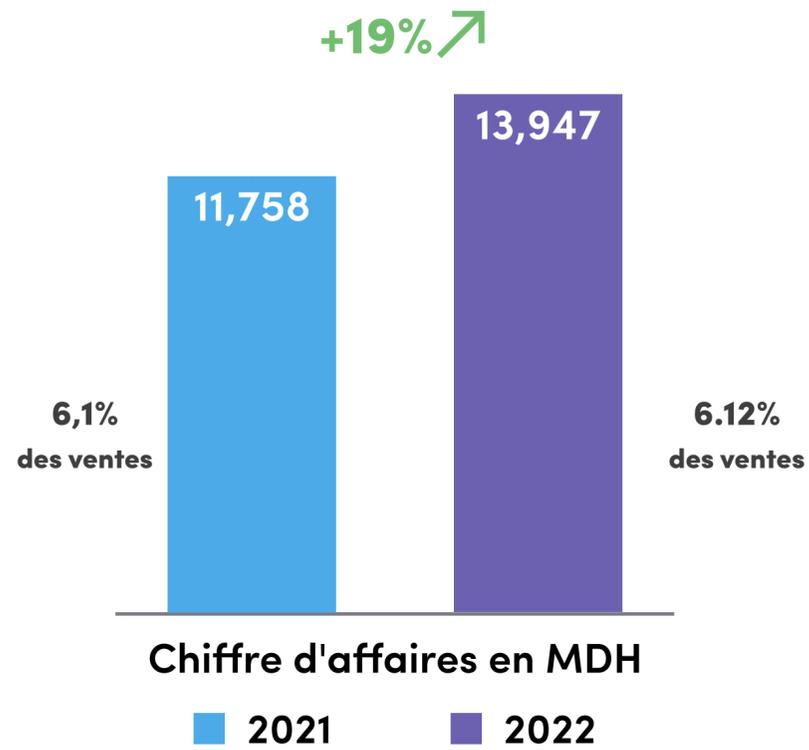
- Divers partenariats avec des universités et facultés pour la promotion de l'emploi local et la formation continue des collaborateurs du Groupe
- Partenariat avec le Ministère de l'Enseignement Supérieur, de la Recherche Scientifique et l'Innovation (MESRI) pour la conception de modules de formation continue et en alternance liés aux métiers de la grande distribution
- Recrutement de plus de 1000 collaborateurs à fin 2022

# COMPTES CONSOLIDÉS 2022

# RÉSULTATS CONSOLIDÉS

# 3 COMPTES CONSOLIDÉS 2022

PRINCIPALES ÉVOLUTIONS ET RÉALISATIONS EN MDHS



	RÉALISÉ 2021	RÉALISÉ 2022	ECART VAL/TX	TAUX-EVOLUTION
Ventes de Marchandises	10 633 946	12 567 295	1 933 349	18 %
Ventes de Prestations de sces	1 124 296	1 379 527	255 231	23 %
<b>Taux</b>	<b>10.6 %</b>	<b>11.0 %</b>	<b>0.40</b>	-
<b>CA</b>	<b>11 758 242</b>	<b>13 946 822</b>	<b>2 188 580</b>	<b>19 %</b>
Marge Directe	1 296 855	1 469 176	172 321	13 %
<b>Taux</b>	<b>12.2 %</b>	<b>11.7 %</b>	<b>-0.50</b>	-
<b>Marge Brute</b>	<b>2 421 151</b>	<b>2 848 703</b>	<b>427 552</b>	<b>18 %</b>
<b>Taux</b>	<b>22.8 %</b>	<b>22.7 %</b>	<b>-0.10</b>	-
Total Charges d'exploitation	1 384 285	1 632 782	248 497	18 %
<b>Taux</b>	<b>13.0 %</b>	<b>13.0 %</b>	<b>-0.03</b>	-
<b>EBITDA</b>	<b>1 036 866</b>	<b>1 215 921</b>	<b>179 055</b>	<b>17 %</b>
<b>Taux</b>	<b>9.8 %</b>	<b>9.7 %</b>	<b>-0.08</b>	-
Amortissements	406 136	464 080	57 944	14 %
<b>Taux</b>	<b>3.8 %</b>	<b>3.7 %</b>	<b>-0.13</b>	-
<b>EBIT</b>	<b>630 730</b>	<b>751 840</b>	<b>121 110</b>	<b>19 %</b>
<b>Taux</b>	<b>5.9 %</b>	<b>6.0 %</b>	<b>0.05</b>	-
Résultat Financier	12 774	17 263	4 489	35 %
<b>Taux</b>	<b>0.1 %</b>	<b>0.1 %</b>	<b>0.02</b>	-
<b>Résultat Courant</b>	<b>643 504</b>	<b>769 104</b>	<b>125 600</b>	<b>20 %</b>
<b>Taux</b>	<b>6.1 %</b>	<b>6.1 %</b>	<b>0.07</b>	-
<b>Résultat Non Courant</b>	<b>-60 910</b>	<b>196 404</b>	<b>257 314</b>	<b>&gt;100%</b>
<b>Taux</b>	<b>-0.6 %</b>	<b>1.6 %</b>	<b>2.14</b>	-
<b>Résultat Avant Impôts</b>	<b>582 594</b>	<b>965 508</b>	<b>382 914</b>	<b>66 %</b>
<b>Taux</b>	<b>5.5 %</b>	<b>7.7 %</b>	<b>2.20</b>	-
Impôt sur Résultat	165 410	203 136	37 726	23 %
<b>Taux</b>	<b>1.6 %</b>	<b>1.6 %</b>	<b>0.06</b>	-
<b>Résultat Net</b>	<b>417 184</b>	<b>762 372</b>	<b>345 188</b>	<b>83 %</b>
<b>Taux</b>	<b>3.9 %</b>	<b>6.1 %</b>	<b>2.14</b>	-

**Chiffre d'affaires consolidé de 13.947 Mdhs** en progression de +19% par rapport à 2021, porté à hauteur des 2/3 par les volumes vendus en raison des (i) ouvertures et d'une (ii) politique commerciale agressive.

**Résultat d'exploitation** en progression de +19% tributaire à (i) la hausse des volumes et (ii) la maîtrise des charges de fonctionnement.

**Résultat financier** positif de + 17,2 Mdhs malgré un niveau important d'investissement réalisé au cours de l'année.

**Résultat courant** en augmentation de +20%, traduisant la résilience du Groupe dans un contexte incertain.

**Résultat non courant exceptionnel de 196,4Mdhs**, dû à la plus-value réalisée par le Groupe suite à l'apport d'actifs fonciers et immobiliers à son OPCI Terramis.

VENTES PAR  
SEGMENT  
D'ACTIVITÉ

**+18%**  
**155** POINTS  
DE VENTES



  
**35%** DES VENTES  
DU GROUPE

**+24%****+17%**  
PÉRIMÈTRE  
CONSTANT

  
**27%** DES VENTES  
DU GROUPE

**+13%****+10%**  
PÉRIMÈTRE  
CONSTANT

  
**34%** DES VENTES  
DU GROUPE

**+13%****+2%**  
PÉRIMÈTRE  
CONSTANT

EVOLUTION DES VENTES	HISTORIQUE 2021	RÉALISÉ 2022	ECART VS HISTORIQUE 2021	
			VALEUR	%
SUPERMARCHÉS	3 826 411	4 322 709	496 298	13,0 %
HYPERMARCHÉS	2 969 792	3 351 217	381 425	12,8 %
HYPER CASH	3 523 281	4 354 175	830 894	23,6 %
STATIONS SERVICE	314 462	539 194	224 732	71,5 %
<b>TOTAL GROUPE</b>	<b>10 633 946</b>	<b>12 567 295</b>	<b>1 933 349</b>	<b>18,2 %</b>

## Progression des ventes de l'hypercash de 24% grâce à :

- Augmentation de la contribution de l'hypercash dans le total Groupe
- Le concept d'Atacadao, basé sur des prix décrochés, a permis d'alléger l'impact de l'inflation sur le pouvoir d'achat

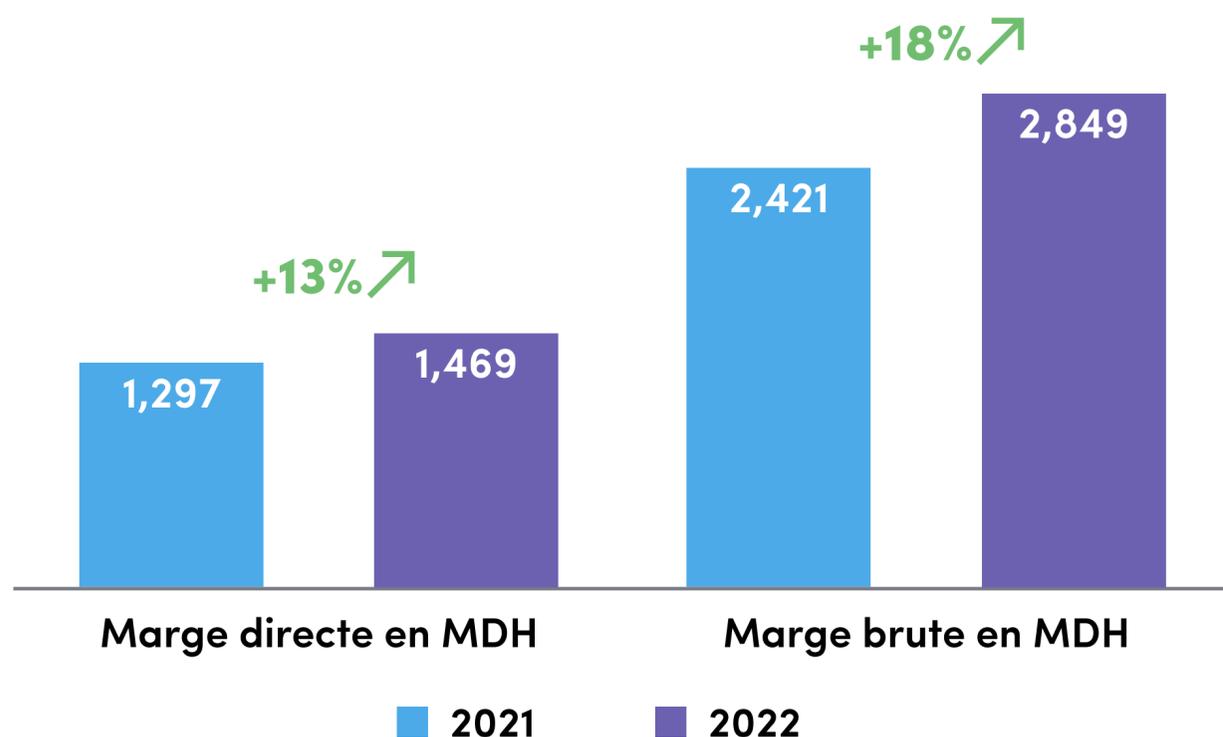
L'augmentation du chiffre d'affaires de +13% réalisée par l'hypermarché a été essentiellement réalisée grâce aux volumes vendus

Le supermarché a réalisé une augmentation de ses ventes à périmètre constant de 2%

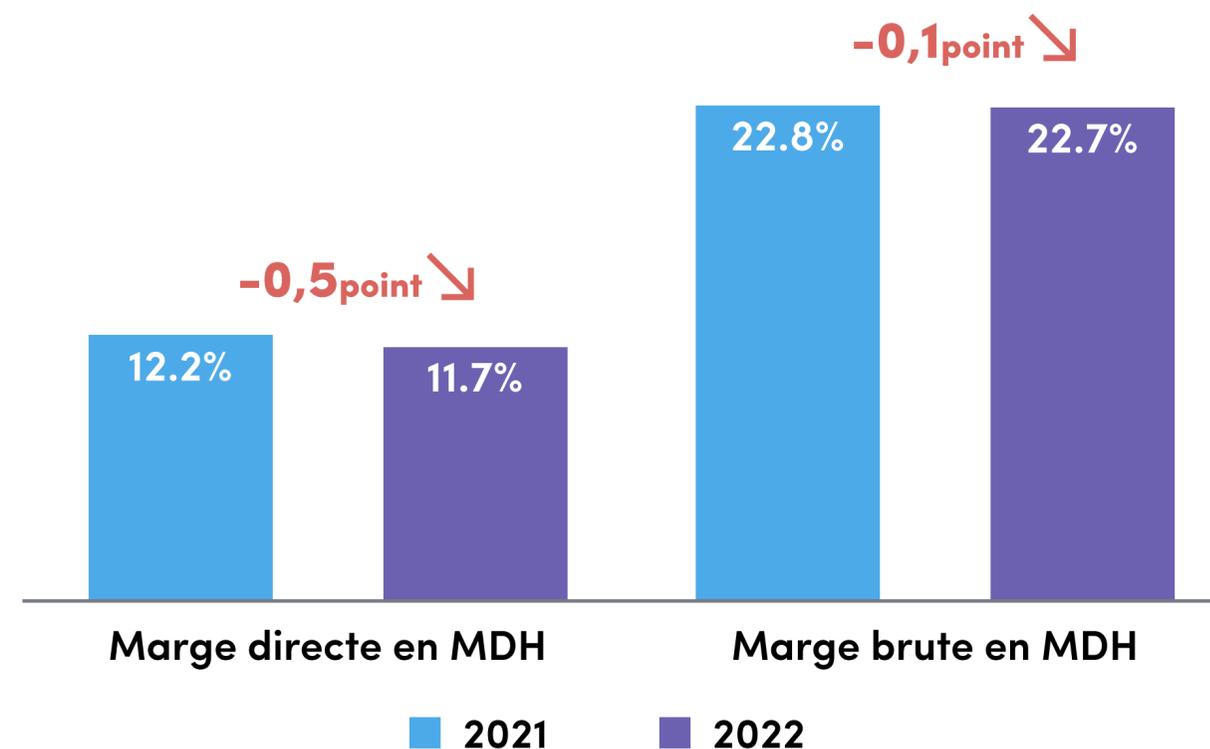
Les ventes du segment ont été boostées par les ouvertures nombreuses de 2021 et 2022

## DES RATIOS DE MARGES STABLES MALGRÉ UNE POLITIQUE COMMERCIALE AGRESSIVE

Evolution des marges en MDH



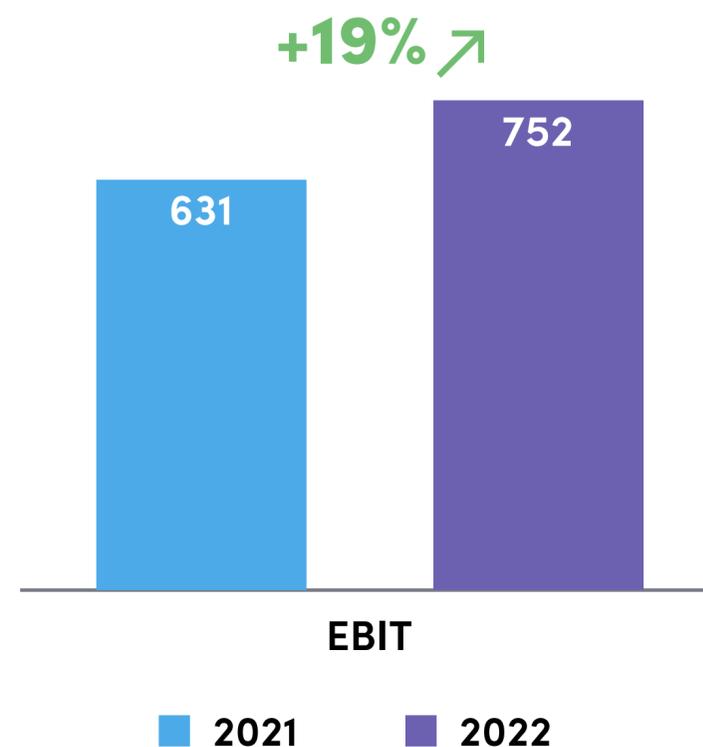
Evolution des Marges en % des ventes



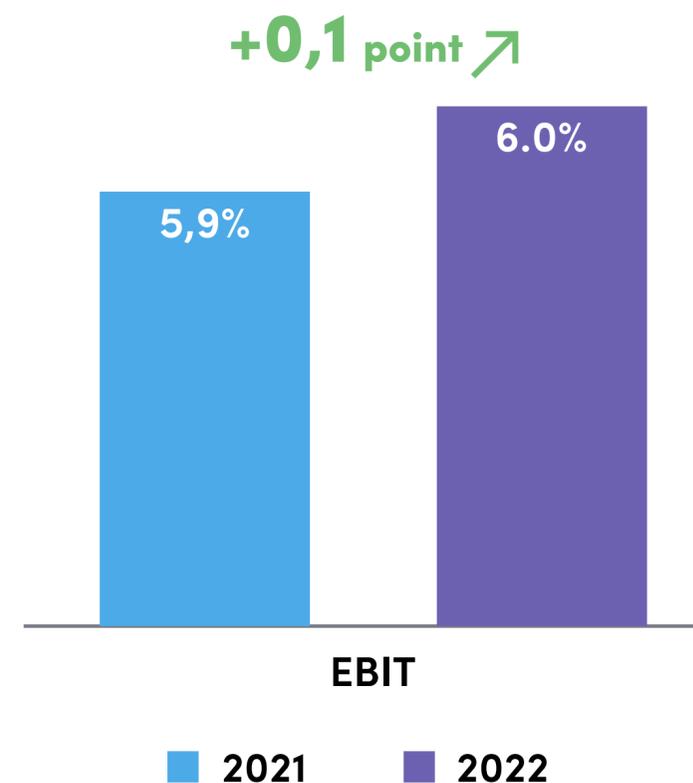
- Le ratio de la marge directe par rapport aux ventes a connu une baisse de 0,5 points, traduisant essentiellement la politique commerciale agressive visant à soutenir le pouvoir d'achat
- La baisse de la marge directe a été compensée par l'amélioration du ratio des ventes de prestations grâce à la hausse des volumes de ventes et à l'effet ouvertures

## UN RÉSULTAT D'EXPLOITATION EN PROGRESSION DE +19%

Evolution de l'EBIT en MDH



Evolution de l'EBIT en % des ventes

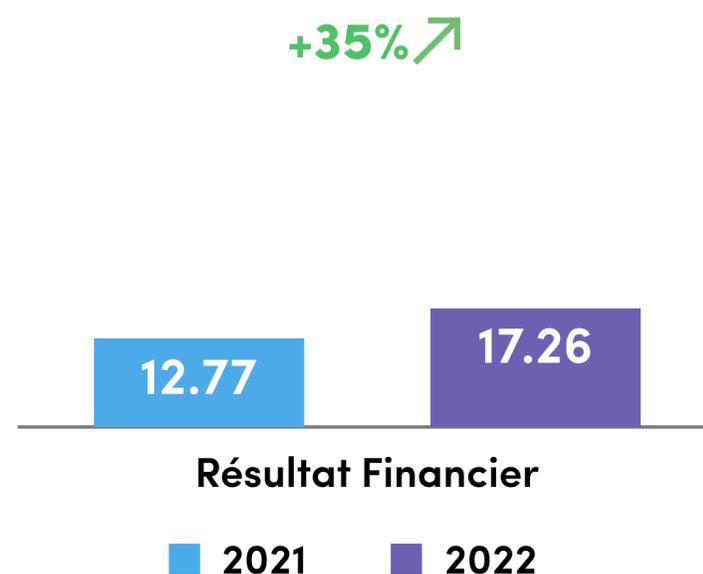


**Le résultat d'exploitation a connu une progression de +19%. Cette évolution est portée par :**

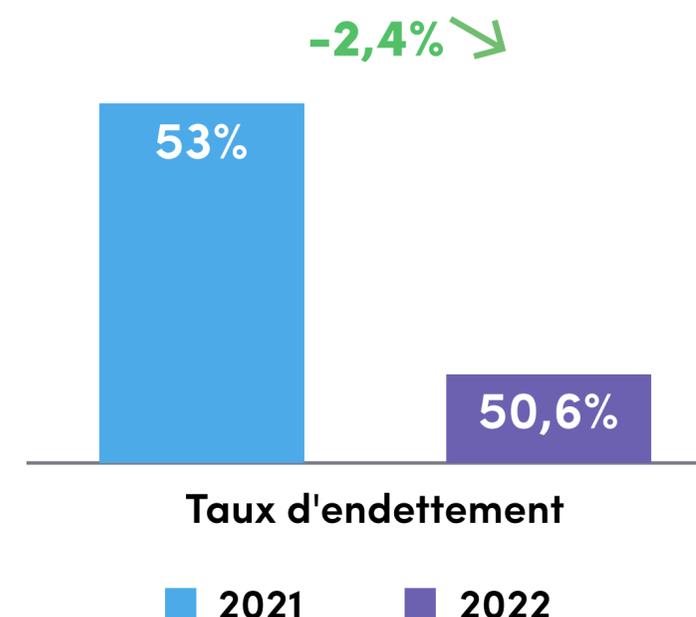
- Forte progression des volumes des ventes
- Maîtrise des charges de fonctionnement du Groupe cantonnées, à leur niveau de l'exercice précédent, malgré un contexte inflationniste, et ce grâce aux volumes et aux efforts d'optimisation des charges sur les différentes rubriques budgétaires

## UN RÉSULTAT FINANCIER POSITIF MALGRÉ UN NIVEAU IMPORTANT D'INVESTISSEMENT RÉALISÉ

Evolution du Résultat Financier en MDH



Taux d'endettement net en %

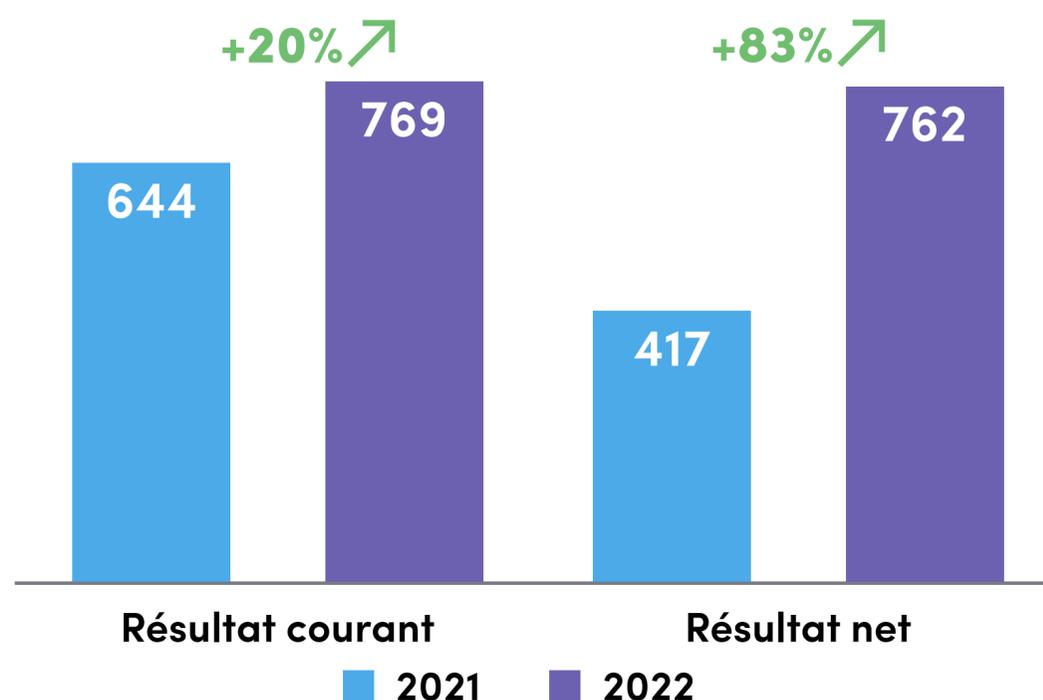


Le résultat financier s'élève à +17,2 MDH malgré un niveau d'investissement de 1.173 millions de dirhams en 2022. Ce résultat s'explique par la :

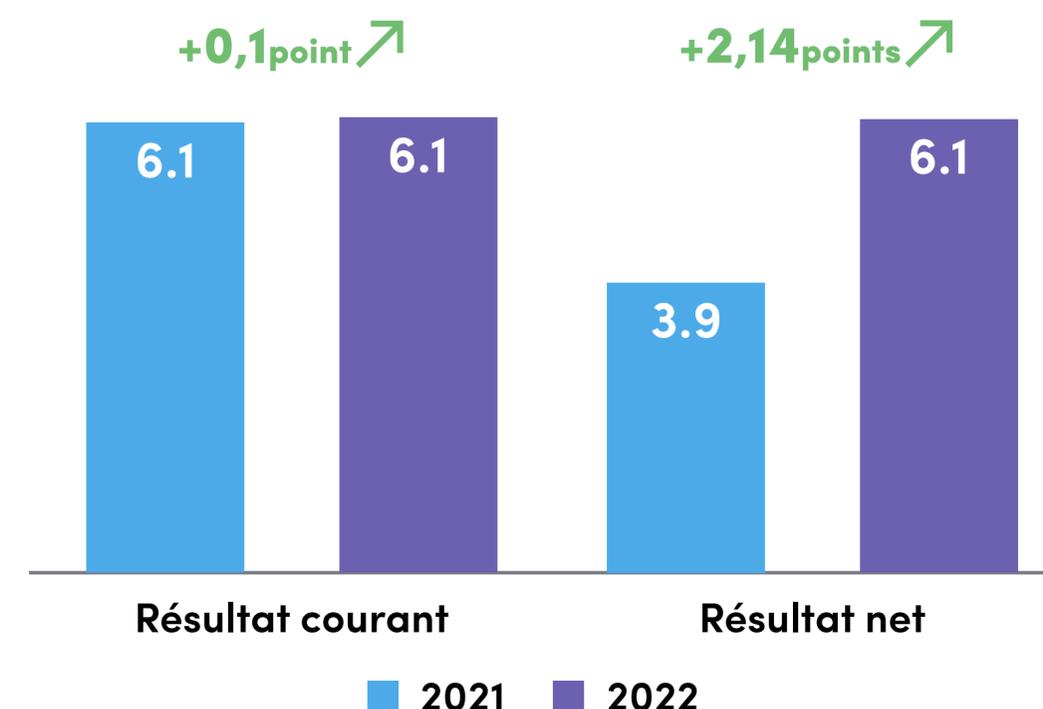
- Maitrise des coûts de financement notamment suite à la diversification des sources de financement malgré la hausse des conditions de financement à la fin d'année 2022
- Augmentation des produits de placement

## UN RÉSULTAT COURANT EN ÉVOLUTION DE +20% TRADUISANT UNE RÉSILIENCE DU GROUPE DANS UN CONTEXTE INCERTAIN

Evolution du Résultat Courant et Net en MDH



Evolution du Résultat Courant et Net en % des ventes



- Le résultat courant a connu une hausse de +20%. Cette évolution est portée par :
  - Résilience du Groupe et sa capacité d'adaptation sur le volet commercial
  - Maîtrise des charges dans un contexte perturbé
- Augmentation du résultat net de +345,2 Mdhs soit +83% en pourcentage de progression suite à l'apport des actifs par LabelVie à l'OPCI Terramis

# INDICATEURS BILANCIELS

INDICATEURS FINANCIERS	RÉALISÉ 2021		RÉALISÉ 2022		EVOLUTION	
	MONTANT	J DE VENTES	MONTANT	J DE VENTES	MONTANT	J DE VENTES
<b>FR</b>	<b>247 130</b>	<b>8</b>	<b>239 102</b>	<b>7</b>	<b>-8 028</b>	<b>-2</b>
CAPITAUX PROPRES	2 442 466	84	2 953 855	86	511 389	2
Résultat Net	417 184	-	762 372	-	-	-
Distribution de dividendes	-170 000	-	-400 000	-	-	-
Augmentation de capital	-	-	180 000	-	-	-
DETTES DE FINANCEMENT	3 527 685	121	3 832 629	111	304 944	-10
Financement permanent	5 970 151	205	6 786 484	197	816 333	-8
<b>Taux d'endettement Net</b>	<b>53,0 %</b>	-	<b>50,6 %</b>	-	-	-
IMMOBILISATIONS	-5 723 021	-196	-6 547 380	-190	-824 359	6
<b>BFR NORMATIF</b>	<b>1 052 367</b>	<b>36</b>	<b>1 122 028</b>	<b>33</b>	<b>69 661</b>	<b>-4</b>
AUTRES ÉLÉMENTS CIRCULANTS	-462 544	-16	-558 975	-16	-96 431	0
<b>TRESORERIE &amp; PLACEMENTS</b>	<b>836 953</b>	<b>29</b>	<b>802 155</b>	<b>23</b>	<b>-34 798</b>	<b>-5</b>

- Maintien du niveau du FR
- Un **EFR** s'établissant à 33 jours des ventes impacté essentiellement par l'augmentation des niveaux des stocks.
- Le taux d'endettement net s'établit à **50,6%** en ligne avec les équilibres financiers du Groupe.

# PERSPECTIVES

### **Poursuite du plan de développement**

Le Groupe LabelVie a pris la décision d'accélérer son programme de développement sur tous ses formats avec l'ouverture d'une trentaine de points de ventes dès 2023

### **Poursuite de la transformation digitale**

Le Groupe LabelVie poursuit le déploiement de sa feuille de route digitale

### **Poursuite du dispositif anti-inflation**

A l'instar de 2022, la politique commerciale du Groupe sera reconduite en 2023

### **Dividendes**

Le Conseil d'administration du 02 Mars 2023 a proposé à l'Assemblée Générale des actionnaires la distribution d'un dividende de 250 millions de dirhams au titre de l'exercice 2022, soit 86,36 dirhams par action

LabelVie  
— GROUPE —