

Résultats annuels 2023

Présentation Analystes

Février 2024



LabelVie
— GROUPE —

SOMMAIRE

01

**Contexte
macroéconomique et
sectoriel**

02

**Faits marquants
et principales
réalisations 2023**

03

**Réalisations
opérationnelles
et financières 2023**

04

Perspectives



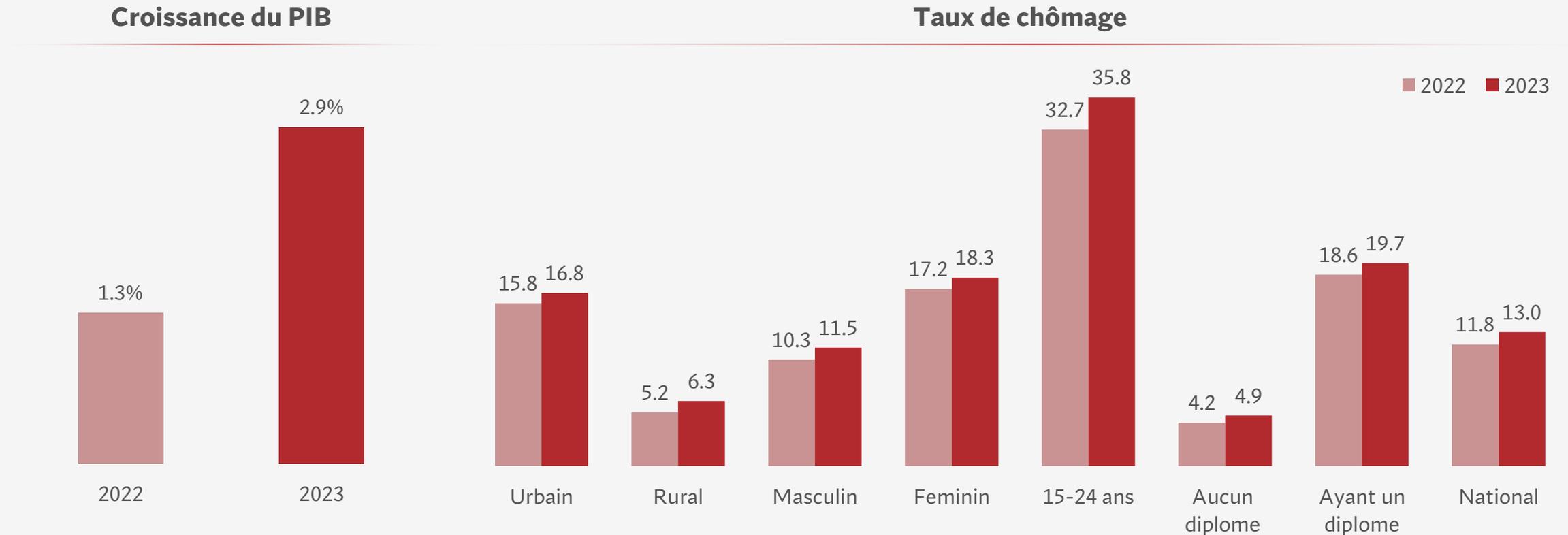
01

Contexte macroéconomique



Principaux indicateurs macroéconomiques

Croissance économique mitigée et augmentation du taux de chômage

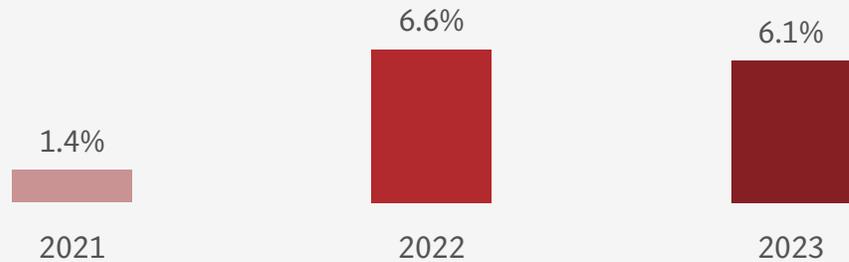


- * Une croissance économique bien que supérieure à 2022, demeure mitigée en raison d'une campagne agricole peu favorable et l'impact de l'inflation
- * Le chômage continue à augmenter passant de 11,8% à 13% avec un impact important dans la catégorie des jeunes de 15-24 ans

Principaux indicateurs macroéconomiques

Hausse des prix des produits alimentaires et dégradation de la confiance des ménages

Inflation



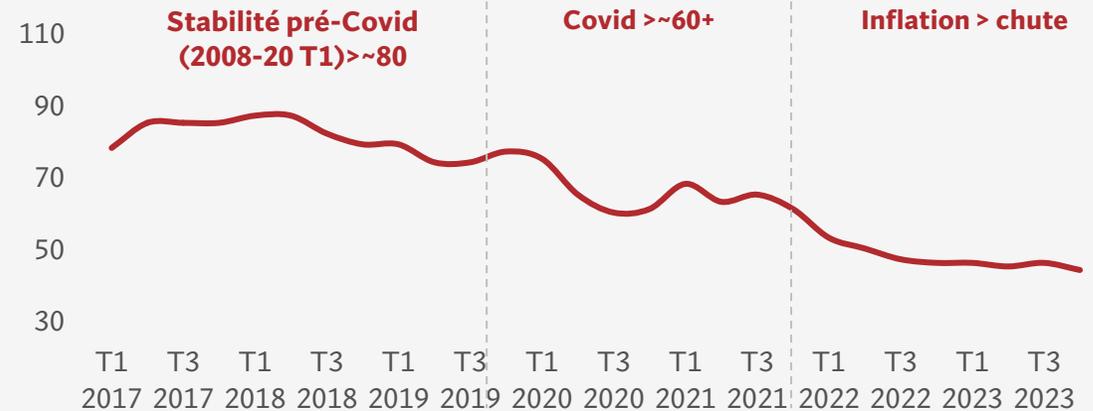
Indice des prix à la consommation des produits alimentaires



Evolution de l'inflation par mois



Évolution de l'indice de confiance des ménages



02

Faits marquants et principales réalisations 2023



Rappel de la stratégie

Être le distributeur préféré de nos clients, multiformat et multicanal



**Accélérer la stratégie
d'expansion
multiformat et
multicanal**



**Améliorer notre
efficacité et notre
excellence
opérationnelle**



**Consolider notre
position d'acteur
citoyen et responsable**

4 LEVIERS MAJEURS



**Différenciation
et innovation**



**Process
et transformation digitale**

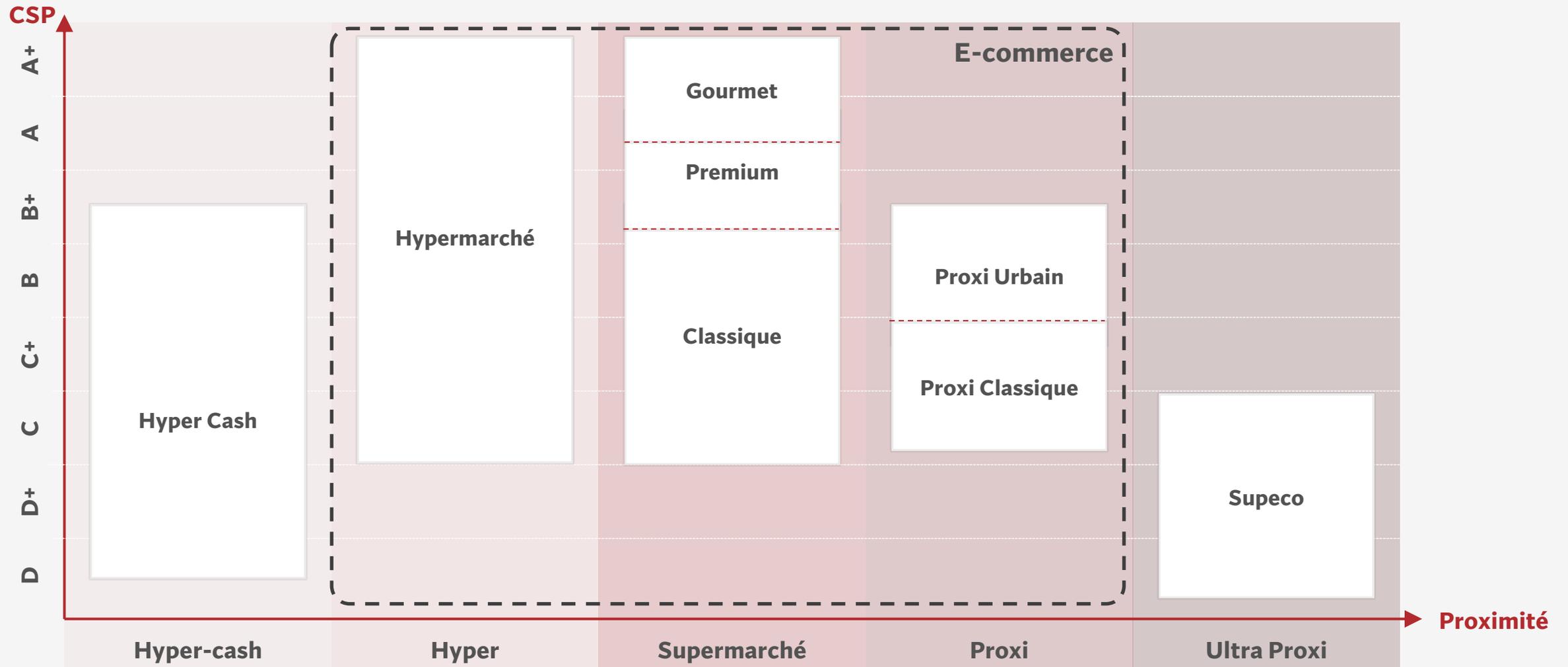


**Capital humain et culture
d'entreprise solides**



**Equilibres
financiers maîtrisés**

Stratégie Multiformat et multicanale



24 nouveaux magasins en 2023

LabelVie en chiffres (2023)



14 152 MDH
+13%

Volume des ventes



179
+24 magasins

Nombre de magasins



258 230 m²
+10 655 m²

Superficie globale



71,6 M
+10%

Visites clients



215 DH
+1,4%

Panier moyen



434 K

Cartes de fidélité téléchargées



840 K
+32%

Nombre de transactions E-commerce

02

Faits marquants et principales réalisations 2023

1. Evolution de la stratégie d'expansion en 2023

Principales réalisations 2023 – Poursuite des ouvertures en 2023

Ouverture de 24 nouveaux magasins dans le format Super et Supeco

	2022		Évolution des magasins	2023		
	Nombre de magasins	Superficie m ²		Nombre de magasins	Superficie m ²	Part %
	13	65 714		13	65 714	25%
	12	65 900		12	65 900	26%
	115	113 717	20	135	123 853	48%
	15	2 244	4	19	2 763	1%
	155	247 575	24	179	258 230	100%

■ Ouvertures 2023

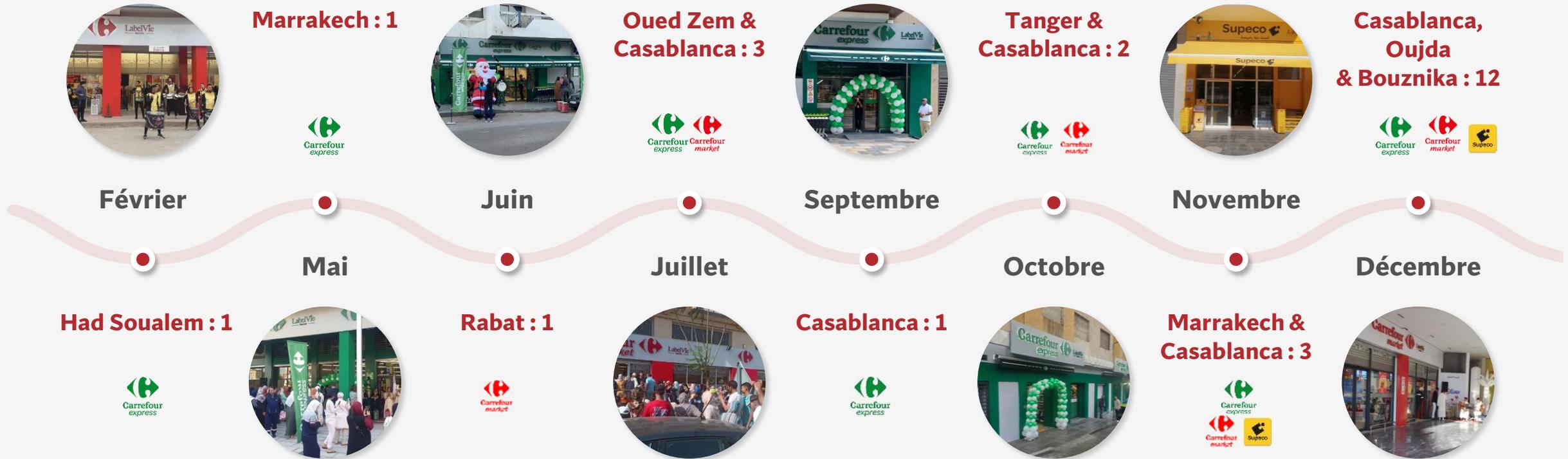
Principales réalisations 2023 – Poursuite des ouvertures en 2023

10 808

m² ouverts

469

personnes recrutées



Principales réalisations 2023 – Elargissement du maillage territorial

Renforcement de la région Casablanca –Settat et couverture de nouvelles villes

Casablanca-Settat

7 Express, 1 Premium,
5 Classiques, 4 Supeco



85

L'Oriental

2 Market

6



Rabat-Salé-Kénitra

1 Express

33



Souss-Massa

6

Béni Mellal-Khénifra

1 Market

3



Marrakech-Safi

2 Express

15



Drâa-Tafilalet

1

Fès-Meknès

16

Tanger-Tétouan-Al Hoceïma

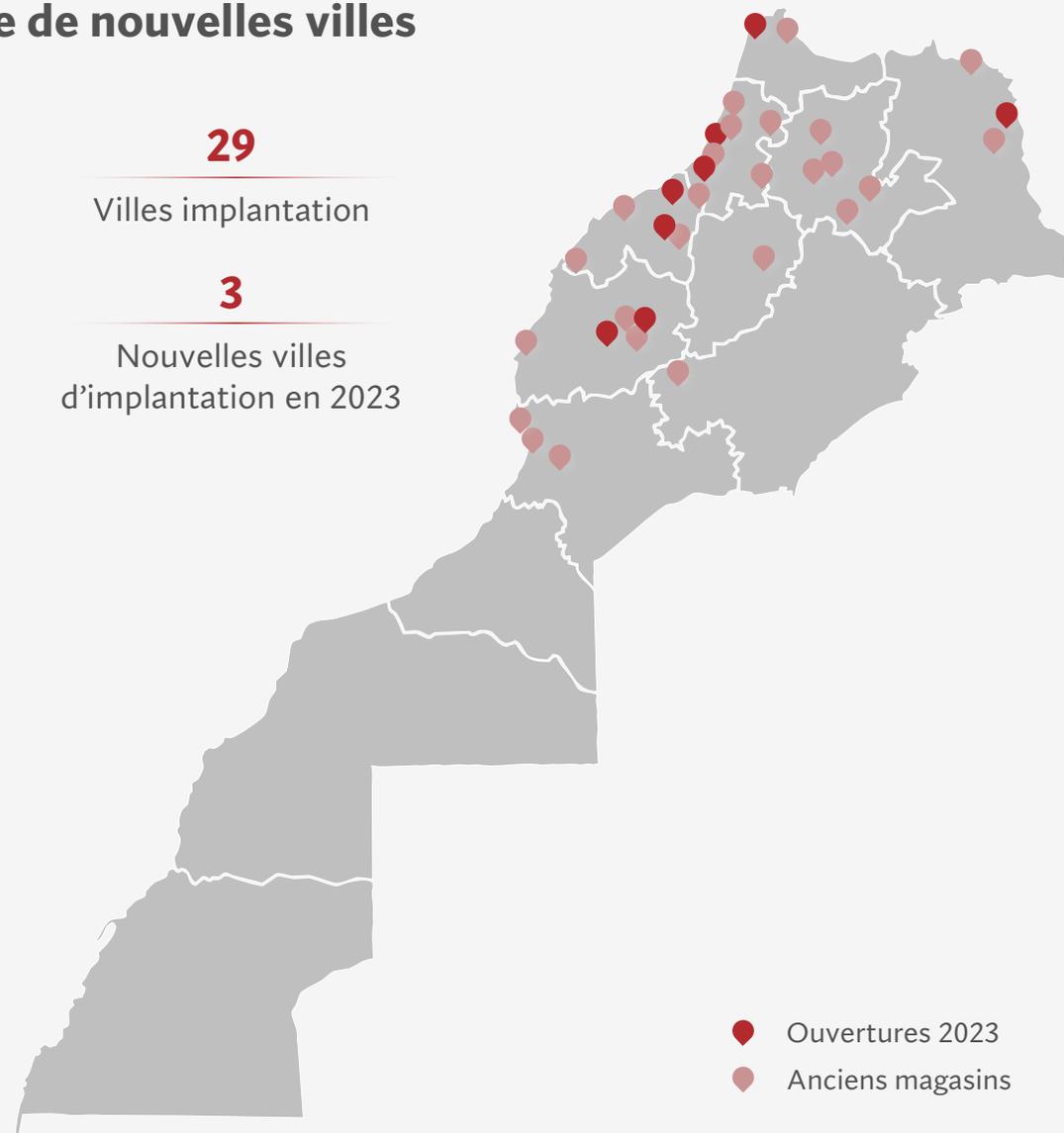
1 Express

14



29
Villes implantation

3
Nouvelles villes
d'implantation en 2023



● Ouvertures 2023
● Anciens magasins

Principales réalisations 2023 – Lancement de la franchise

La franchise, nouveau levier d'expansion du Groupe et de création de valeur

Concept

- * Magasins de surface moyenne entre 300m² et 500m²
- * Accélérer la couverture nationale à travers la franchise et améliorer la proximité avec le client
- * Améliorer la rentabilité des magasins existants convertis
- * Promouvoir l'entrepreneuriat

Réalisations 2023

- * 9 magasins pilotes qui confirment les gains attendus entre 3 et 5 points d'EBE vs mode intégré.

1,5 M

Personnes touchées par la campagne

1 500

Candidatures

+9

Magasins pilotes convertis

Ambitions

Prévisions 5 ans

271
magasins franchisés

3,3
Md DH



1^{er} programme de franchise dans la distribution alimentaire au Maroc

Principales réalisations 2023 – Déploiement de Supeco

Supeco, un nouveau format pour se positionner dans le discount de proximité

Concept



Superficie

inférieurs à **200m²**



Assortiment

court constitué de produits de base



Développement

Ouverture **par grappe de magasins**



Pricing

Des produits de qualité à des **prix les plus bas du marché**



Charges

Coûts de back-office faibles et staff mutualisé



Investissement

Investissement réduit et maîtrisé



Ressources humaines

Effectif réduit et polyvalentes

Réalisations 2023

- * Démarrage effectif après 5 ans de test
- * Lancement officiel en 2023



19

magasins au total



Ambitions

Dans 5 ans

- * **409** magasins
- * **2,5 Md DH TTC**

Principales réalisations 2023 – Poursuite du développement du e-commerce



Accélération de la croissance du e-commerce

152 MDH

+55%

Chiffre d'affaires

+32%

Nombre de commandes réalisées

90 +71%

Nombre de magasins

23 +21%

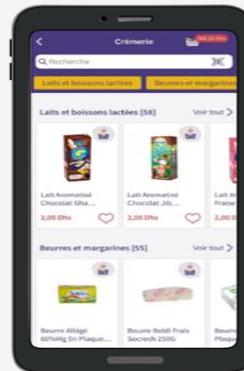
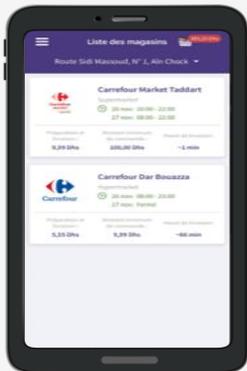
Nombre de villes couvertes

80 000 X5

Nombre de téléchargements de l'application Bringo

Réalisations 2023

- * Poursuite de l'amélioration de l'expérience et le service client
- * Elargissement de l'offre disponible sur la plateforme Bringo



Offre

BRINGO

Livraison express



Grandes courses



Glovo



Principales réalisations 2023 – Déploiement du programme de fidélité

« Club Carrefour », un levier de fidélisation et de soutien au pouvoir d’achat

Réalisations 2023

- * Programme lancé en mars 2023
- * Généralisé à tous les magasins en fin d’année
- * Déploiement d’une campagne marketing et de communication d’envergure autour du programme
- * Formation et accompagnement des magasins pour la mise en place du programme



Env. 500 000
inscrits

Programme
100% digital

66%
clients actifs



Le seul programme de fidélité qui récompense sur chaque article acheté

02

Faits marquants et principales réalisations 2023

2. Poursuite de l'excellence opérationnelle

Challenges relevés

Challenges

Initiatives

1

Forte inflation

- * Soutien au pouvoir d'achat à travers le dispositif anti-inflation avec un investissement de 250MDH sur 2 ans

2

Pression sur le pouvoir d'achat

- * Fidélisation et encouragement de la fréquentation

3

Déflation au dernier trimestre

Hausse de 35% des volumes

Gain sur ventes de 1,2Md à périmètre comparable

Principales réalisations 2023 – Poursuite du dispositif anti-inflation

Levier majeur pour le maintien de la progression de la fréquentation

- * Blocage des prix sur un panier de produits de première nécessité
- * Promotions agressives sur les produits sensibles
- * Distribution de bons d'achat
- * Indices prix plus agressifs sur certains magasins
- * ATACADAO : format qui soutient le commerce traditionnel et adapté au contexte actuel
- * Augmentation de la capacité de stockage afin de retarder l'augmentation de prix

250 MDH

Investissement Prix



1,6Md DH*

Croissance des ventes

* A périmètre total



71,6 M

+10%

Nombre de visites



Principales réalisations 2023 – Poursuite de la transformation digitale Label **FACTORY**

La transformation digitale, levier majeur d'accompagnement de la croissance du Groupe

Réalisations 2023

- * Amélioration de l'excellence opérationnelle et le pilotage de la performance à travers la poursuite de la transformation des processus clés (commercial, achats, opérations, RH ...) et l'optimisation de la chaîne logistique
- * Développer la collecte de data pour une meilleure connaissance client, levier d'amélioration de l'intelligence commerciale...

406 MDH

d'investissement global

123

collaborateurs *

13

Squads

29%

ROI

* Majoritairement des ingénieurs

02

Faits marquants et principales réalisations 2023

3. Consolider notre position d'acteur citoyen et responsable

Principales réalisations 2023 – Projets et initiatives RSE 2023

Lancement de la filière LabelVie

Concept

- * LabelVie a lancé la marque « Filière Qualité LabelVie » : un label de qualité au service du « manger sain »
- * La Filière LabelVie est déployée actuellement au niveau de 2 rayons, à savoir la Boucherie et les Fruits&Légumes

Avec l'introduction de la marque "Filière Qualité LabelVie", le Groupe réitère son engagement en tant qu'entreprise responsable et engagée, à l'écoute des besoins des consommateurs.



100%

du CA du rayon
est issu de la filière

Principales réalisations 2023 – Projets et initiatives RSE 2023

Lancement du Label Solidaire

- * Une initiative citoyenne portée par l'enseigne Carrefour et menée avec l'implication de collaborateurs bénévoles pour la préparation des paniers alimentaires et leur distribution
- * Préparation et distribution de Ftours par les collaborateurs tous les jeudis du mois sacré de Ramadan en faveur des plus démunis



100

Heures de travail
bénévole



+ 6000

Produits alimentaires
essentiels distribués



Principales réalisations 2023 – Projets et initiatives RSE 2023

Engagement solidaire au profit des familles d'Al Haouz

Objectif

- * Mobilisation du Groupe LabelVie dès le lendemain du séisme pour venir en aide aux familles sinistrées

- * La participation au fonds de gestion des effets du séisme
- * Don de produits alimentaires
- * Organisation d'une opération don du sang

25 MDH

Participation au fonds de gestion

500 tonnes

Soit **5 MDH** Don en produits alimentaires



Principales réalisations 2023 – Indicateurs Ressources Humaines

800

Recrutements nets

12 172

Formations dispensées

4 700

Bénéficiaires

272

Étudiants formés

Obtention du Prix de Label Entreprise Formatrice : Projet ICFAL*



20

Personnes recrutées en situation d'handicap
(Ambition 2026 : 160 recrues)

Mise à l'honneur de LabelVie par Handicap international Luxembourg lors d'une conférence sous le thème « Inclusion professionnelle ici et ailleurs »

* Institutionnalisation des Centre de Formation par Alternance aux Universités Marocaines

03

Réalisations opérationnelles et financières



Performance des principaux indicateurs 2023



15 800 MDH
+13%

Chiffre
d'affaires



1 325 MDH
+9,4%

EBITDA



2,15x
+ 0,12 pts

Endettement
net / EBITDAR



280 MDH
+ 12%

Dividendes



Évolution des principaux indicateurs de résultat

		Réalisé 2022	Réalisé 2023	Réalisé 2023 vs 2022	
				Ecart Val/Tx	Taux-Evolution
Ventes de Marchandises		12 567 295	14 152 146	1 584 850	13%
Ventes de Prestations de sces		1 379 527	1 647 728	268 201	19%
	Taux	11.0%	11.6%	0.67	
CA		13 946 822	15 799 874	1 853 052	13%
Marge Directe		1 469 176	1 544 168	74 993	5%
	Taux	11.7%	10.9%	-0.78	
Marge Brute		2 848 703	3 191 897	343 194	12%
	Taux	22.7%	22.6%	-0.11	
Total Charges d'exploitation		1 632 782	1 866 892	234 110	14%
	Taux	13.0%	13.2%	0.20	
EBITDA		1 215 921	1 325 005	109 084	9%
	Taux	9.68%	9.4%	-0.31	
Amortissements		464 080	530 641	66 560	14%
	Taux	3.7%	3.7%	0.06	
EBIT		751 840	794 364	42 523	6%
	Taux	6.0%	5.6%	-0.37	
Résultat Financier		17 263	1 218	-16 045	-93%
	Taux	0.1%	0.0%	-0.13	
Résultat Courant		769 104	795 582	26 478	3%
	Taux	6.1%	5.62%	-0.50	
Résultat Non Courant		196 404	-48 967	-245 371	-125%
	Taux	1.6%	-0.3%	-1.91	
Résultat Avant Impôts		965 508	746 615	-218 893	-23%
	Taux	7.7%	5.3%	-2.41	
Impôt sur Résultat		203 136	222 818	19 682	10%
	Taux	1.6%	1.6%	-0.04	
Résultats Net		762 372	523 797	-238 575	-31%
	Taux	6.1%	3.7%	-2.37	

Chiffres clés par format

Performance des ventes sur l'ensemble des formats

Hypermarché

 Chiffre d'affaires :
3 591 MDH

 Évolution :
+7%

 Contribution dans
le CA : **25%**

 Réseau de magasins :
12



Supermarché

 Chiffre d'affaires :
5 004 MDH

 Évolution :
+16%

 Contribution dans
le CA : **35%**

 Réseau de magasins :
154



Atacadao

 Chiffre d'affaires :
4 992 MDH

 Évolution :
+15%

 Contribution dans
le CA : **35%**

 Réseau de magasins :
13



Stations service

 Chiffre d'affaires :
565 MDH

 Évolution :
+4%

 Contribution dans
le CA : **5%**

 Réseau de stations :
13

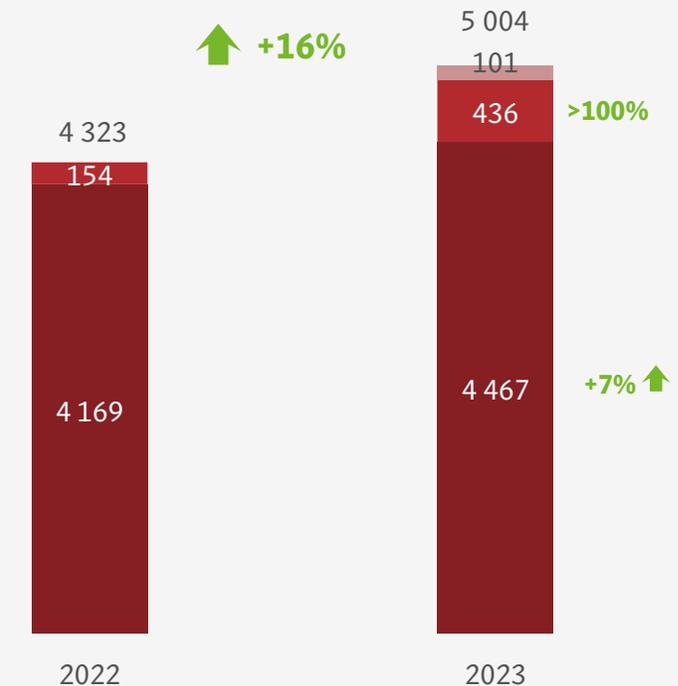
Performance du chiffre d'affaires : Supermarchés



Faits marquants

- * L'activité réalise une croissance à 2 chiffres
- * Ouverture de 24 nouveaux magasins Carrefour dont 11 Carrefour Express, 9 Carrefour Market et 4 Supeco
- * Les nouvelles ouvertures contribuent à 56% à la croissance des ventes avec 382MDH

Évolution des ventes de Carrefour Supermarchés



■ Anciens magasins ■ Ouvertures 2022 ■ Ouvertures 2023

(Chiffres en En MDH)

Performance du chiffre d'affaires : Hypermarchés

12 magasins

Réseau

+ 65 900 m²

Superficie

17 M
+6%

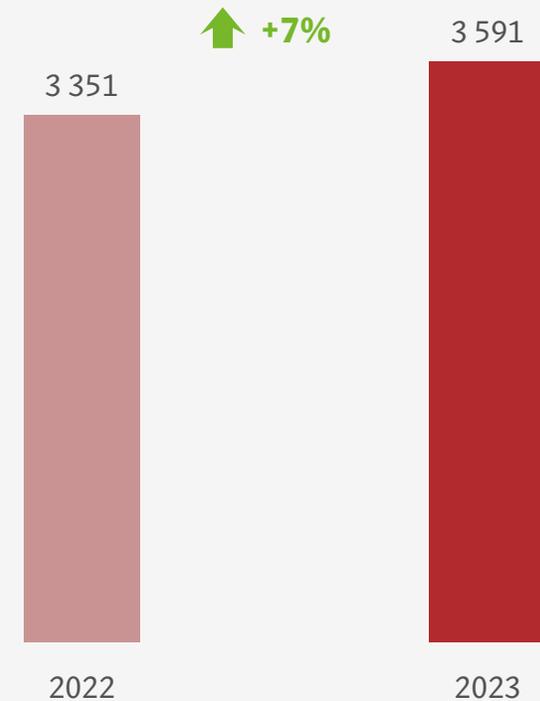
Fréquentation

25%
Du CA total

Faits marquants

- * L'activité hypermarchés réalise une croissance de 7%
- * Contexte inflationniste favorisant le fractionnement par les clients de leurs achats et l'orientation vers les magasins de proximité

Évolution des ventes Hypermarchés



(Chiffres en En MDH)

Performance du chiffre d'affaires : Atacadao



13 magasins

Réseau

+ 65 714 m²

Superficie

7 M
+13,8%

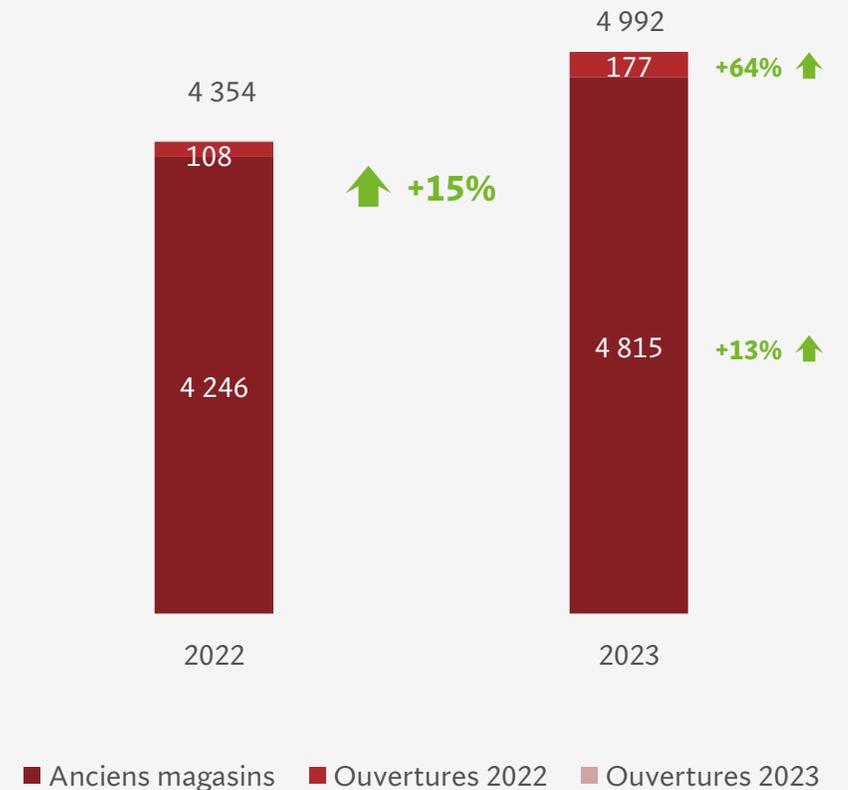
Taux de
fréquentation



Faits marquants

- * L'activité enregistre une croissance à 2 chiffres depuis 3 années consécutives
- * L'activité a profité des tensions sur le pouvoir d'achat pour renforcer son positionnement de fournisseur privilégié du circuit traditionnel avec une offre et des prix compétitifs

Évolution ventes de Atacadao



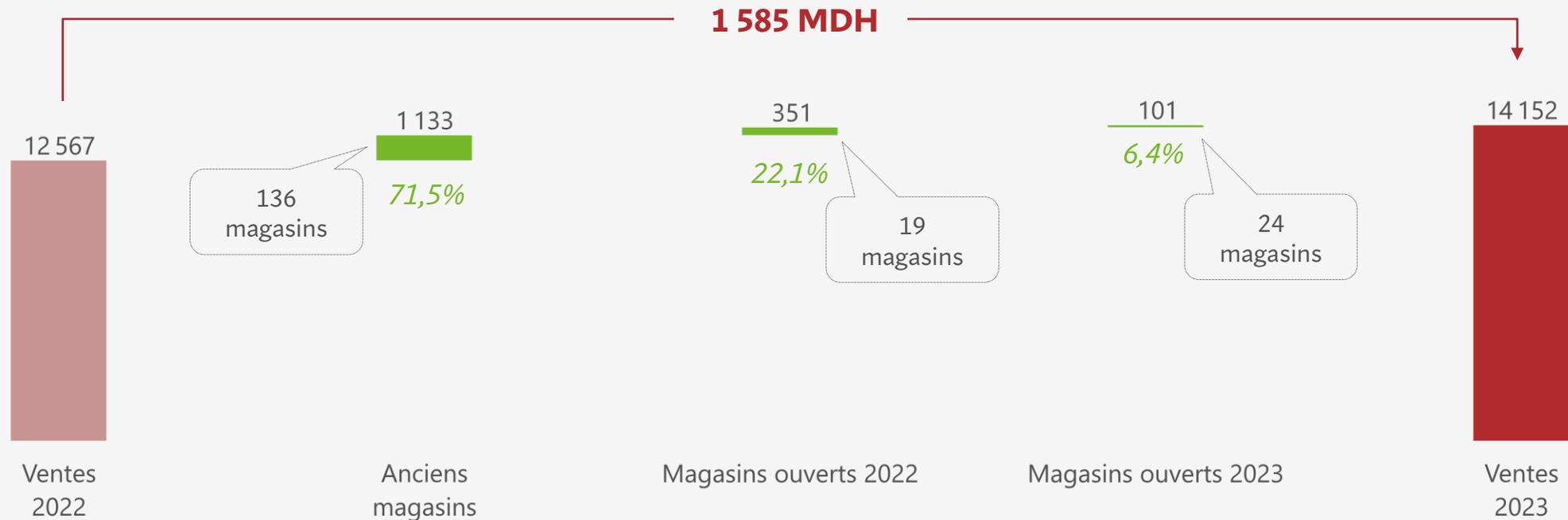
(Chiffres en En MDH)

Contribution des anciens et nouveaux magasins par catégorie

Bonne contribution des nouvelles ouvertures à l'amélioration des ventes

(Chiffres en En MDH)

Contribution des anciens et nouveaux magasins à l'évolution des ventes globales



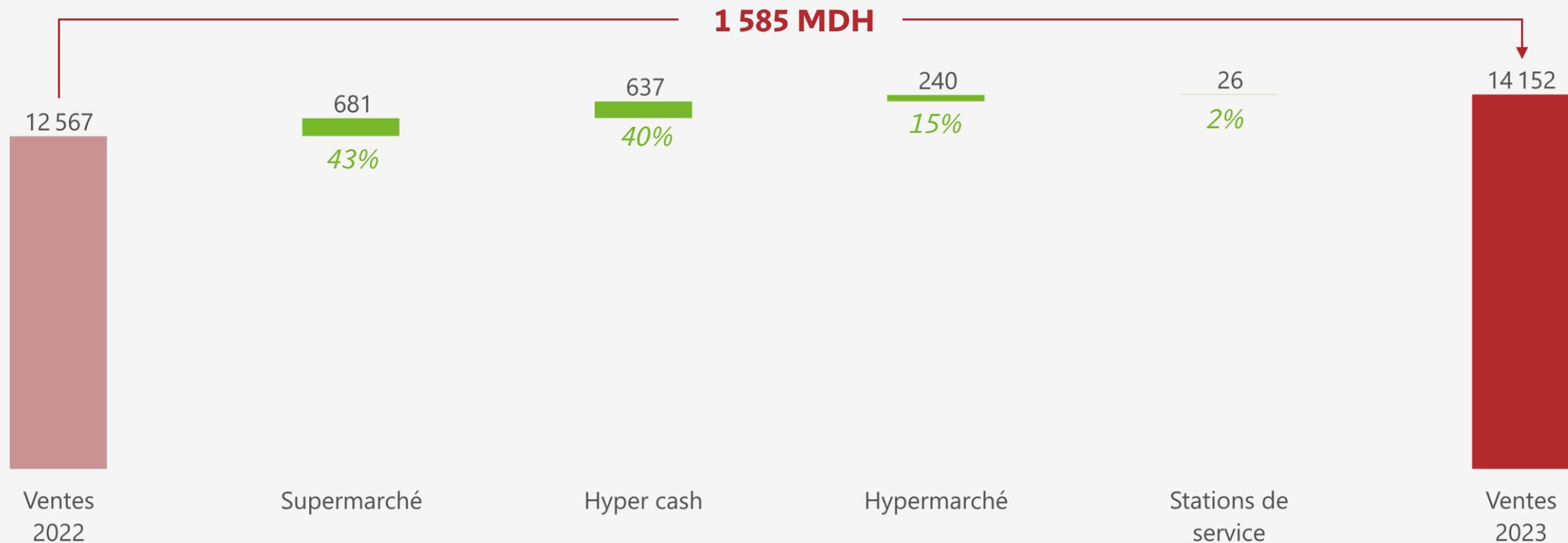
* Les magasins ouverts en 2022 et 2023 contribuent à 29% à la croissance des ventes, soit 452MDH

Contribution des activités au chiffre d'affaires

Forte contribution de l'activité Hypercash et Supermarchés

(Chiffres en En MDH)

Contribution des formats à l'évolution des ventes globales



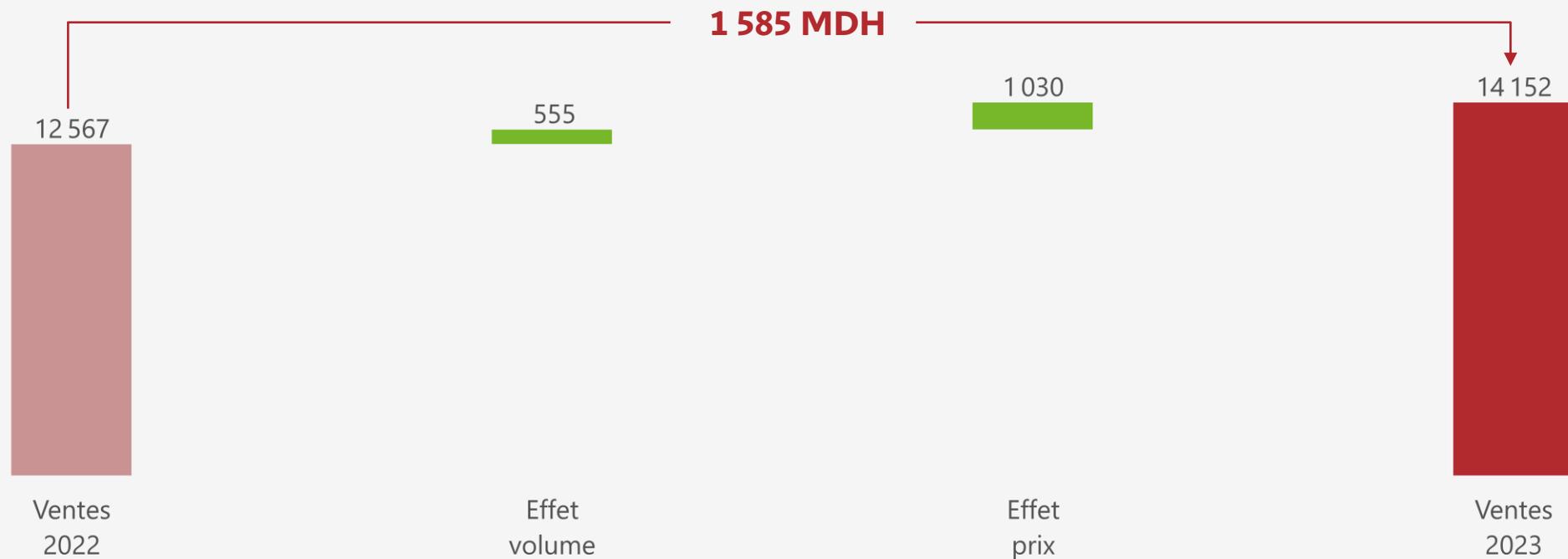
* Les formats Hyper cash et Supermarchés sont les formats qui ont le plus contribué à la croissance des ventes 2023

Evolution des ventes par effet

35% de la croissance provient de l'effet volume malgré un contexte difficile

(Chiffres en En MDH)

Evolution des ventes par effet

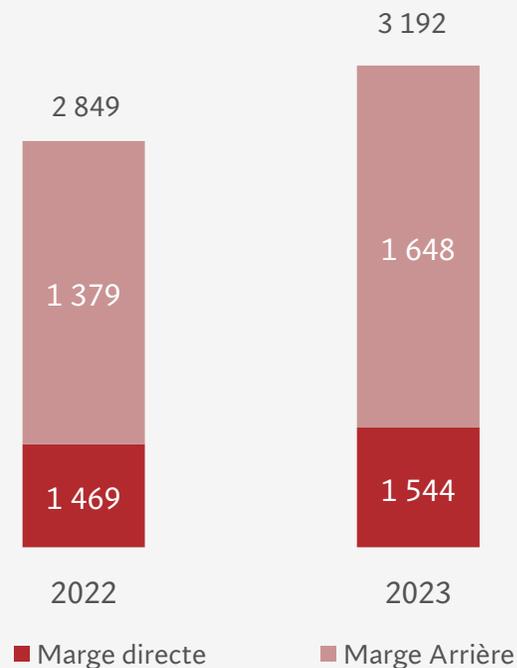


* 35% de la croissance provient de la hausse des volumes des ventes malgré un contexte perturbé

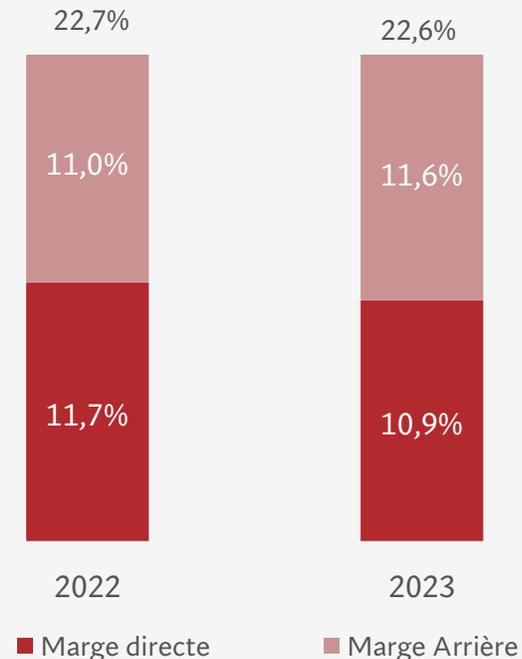
Évolution des marges

Marge directe impactée par le dispositif anti-inflation

Marge brute en MDH



Marge brute en % CA



Amélioration de la marge brute sous l'effet de :

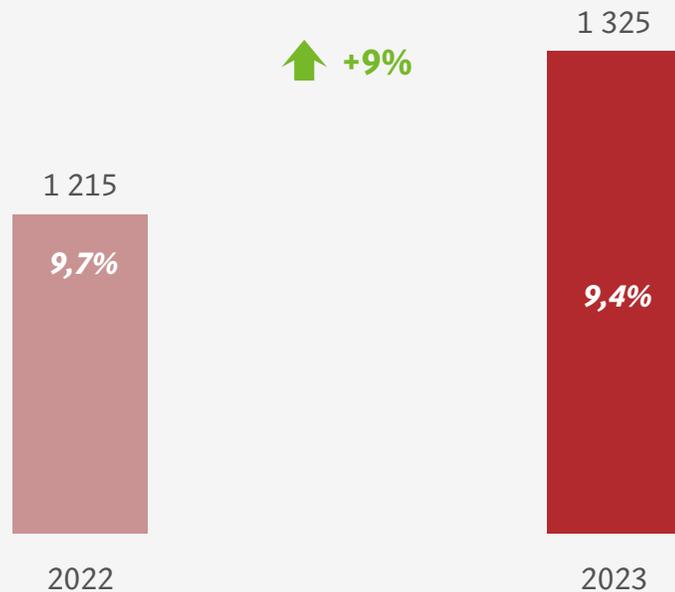
- * l'amélioration de la marge arrière bénéficiant du projet de transformation digitale
- * La baisse de la marge directe impactée par l'investissement dans le dispositif anti-inflation et le changement dans le mix ventes et BU

Évolution de l'EBITDA et de la marge EBITDA

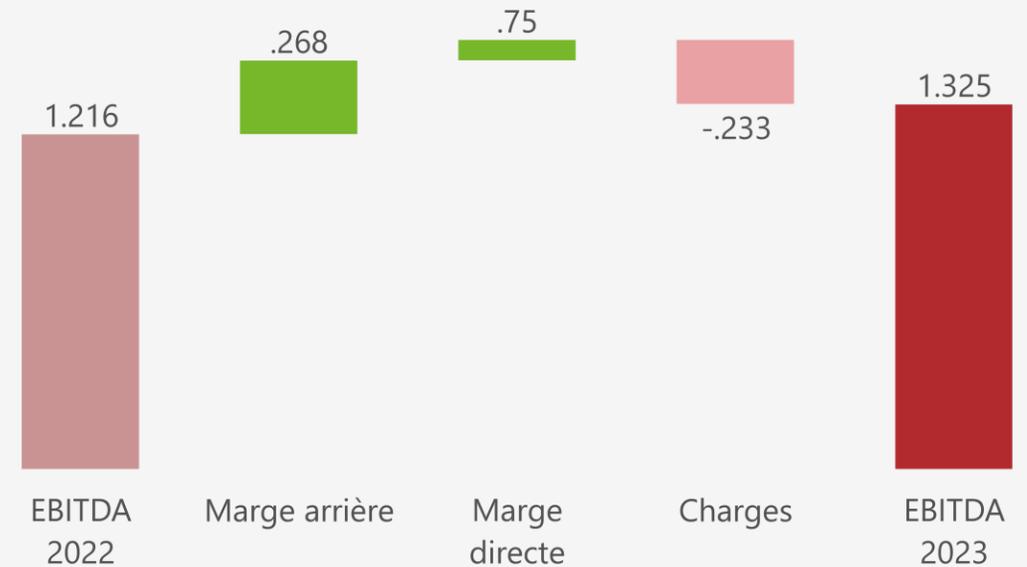
Amélioration de l'EBITDA de 9% vs. 2022 attestant de la résilience du Groupe dans un contexte difficile

(Chiffres en En MDH)

Évolution de l'EBITDA



Passage de L'EBITDA 2022 à l'EBITDA 2023



- * Une politique commerciale réussie ayant permis de réaliser des augmentations significatives des volumes de vente et de fréquentation tout en atténuant les effets de l'inflation sur le pouvoir d'achat de ses clients
- * L'investissement dans le dispositif anti-inflation a atteint 250MDH en 2023
- * La maîtrise continue des charges

Evolution du résultat financier

(Chiffres en En MDH)

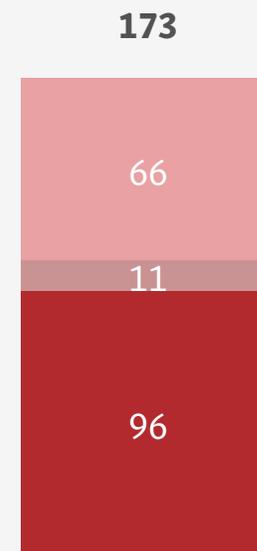
Charges financières



2023

- Emprunt obligatoire
- Dette Bancaire
- Autres charges financières

Produits financiers



2023

- Dividendes
- Autres produits

Évolution de la structure financière

Une structure financière solide



Endettement net

3 650 MDH



Gearing

53,1%



Endettement net/ EBITDAR

2,15x



Capitaux propres

3 220 MDH



CAPEX

1 218 MDH



BFR en nbre jours

30 J

Tableau de flux trésorerie

EN KDH	Réalisé 2022		Réalisé 2023		Evolution vs 2022	
	Montant	J de ventes	Montant	J de ventes	Montant	J de ventes
FR	239 102	7	805 253	21	566 151	14
Capitaux Propres	2 953 855	86	3 219 910	83	266 055	-3
Résultat Net	762 372		523 797			
Distribution de dividendes	-400 000		-250 000			
Augmentation de capital	180 000		-			
Dettes de Financement	3 832 629	111	4 853 356	125	1 020 727	14
Nouvelle Dette: CMTs	613 000		453 000			
Nouvelle Dette: Obligataire			1 000 000			
Remboursement Ancienne Dette						
Remboursements CMTs	-203 056		-327 273			
Remboursements Obligataires	-105 000		-105 000			
Financement permanent	6 786 484	197	8 073 266	208	1 286 782	11
<i>Taux d'endettement Net</i>	50.6%		53.1%			
Immobilisations	-6 547 380	-190	-7 268 012	-187	-720 632	3
BFR Normatif	1 087 294	32	1 144 900	30	57 606	-2
Stock	-2 345 618	-68	-2 489 179	-64		
Stock Foncier	-107 432	-3	-245 556	-6		
Créances / Dettes	3 540 344	103	3 879 635	100		
Autres éléments circulants	-524 124	-15	-746 445	-19	-222 321	-4
TRESORERIE & PLACEMENTS	802 272	23	1 203 708	31	401 436	8

04

Perspectives



Perspectives



Stratégie d'expansion et de proximité client

- * Accélération de la stratégie d'expansion centrée sur la proximité client avec l'ouverture de:
 - 5 Atacadao
 - 1 Hypermarché
 - 20 Carrefour Market
 - 10 Carrefour Express
 - 20 Supeco
- * Extension du E-Commerce (Carrefour Express + Villes nouvelles)
- * Amélioration de la connaissance clients à travers le programme de fidélité



Excellence opérationnelle

- * Poursuite de la transformation digitale et les initiatives d'excellence opérationnelle
- * Maintien du dispositif de soutien au pouvoir d'achat



Renforcement des actions RSE

- * Accompagnement des sinistrés d'Al Haouz à travers: le relogement des familles, des aides alimentaires et la construction d'une école
- * Lancement d'une campagne de recrutement de plus de 2 000 jeunes
- * Poursuite du soutien aux agriculteurs à travers la filière Qualité LabelVie
- * Elargissement du programme de recrutement de personnes en situation d'handicap

Proposition à l'Assemblée Générale de la distribution d'un dividende 280MDH soit 96,75 DH/action

LabelVie

— GROUPE —

