

Résultats 2025

Février 2026



LabelVie
— GROUPE —

SOMMAIRE

01

02

03

04

Contexte macro-
économique

Faits marquants
et principales
réalisations
2025

Réalisations
opérationnelles
et financières 2025

Perspectives



01

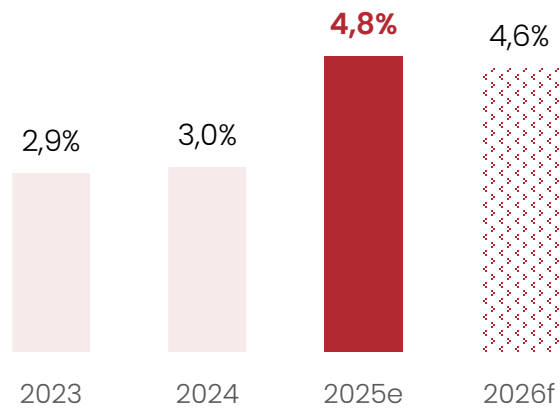
Contexte macro- économique



PRINCIPAUX INDICATEURS MACROÉCONOMIQUES

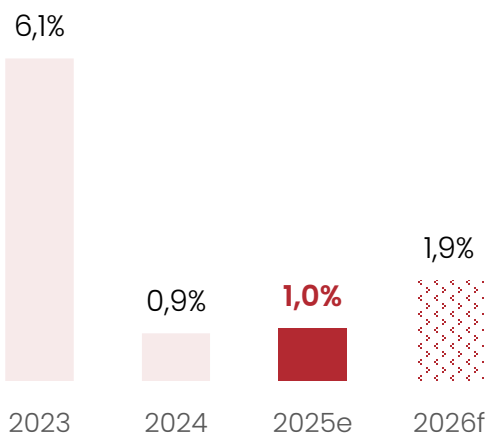
► Un contexte économique plus favorable à la consommation

ÉVOLUTION DE LA CROISSANCE ÉCONOMIQUE



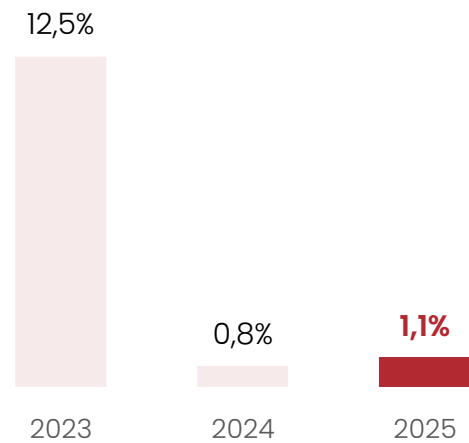
- 2025 : nette accélération de la croissance, tirée par la reprise agricole et la résilience du non-agricole.
- 2026 : croissance attendue en léger retrait, sur une hypothèse de normalisation agricole.

ÉVOLUTION DE L'INFLATION



- 2025 : inflation contenue autour de 1%, confirmant un environnement de prix stable.
- 2026 : Rebond attendu, lié à la normalisation de la demande et des coûts.

ÉVOLUTION DE L'INDICE DES PRODUITS ALIMENTAIRES

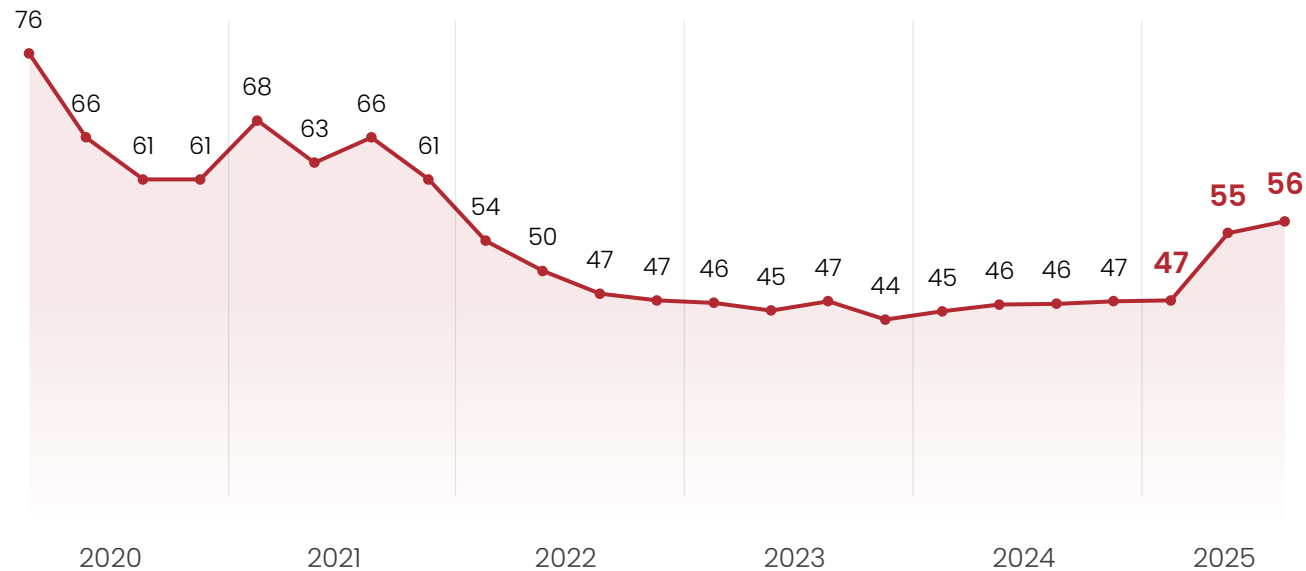


- 2025 : niveau similaire à 2024, soutenu par l'amélioration de l'offre et la détente sur certains produits à prix volatils comme « l'huile », « volaille et lapin » et « agrumes ».

PRINCIPAUX INDICATEURS MACROÉCONOMIQUES

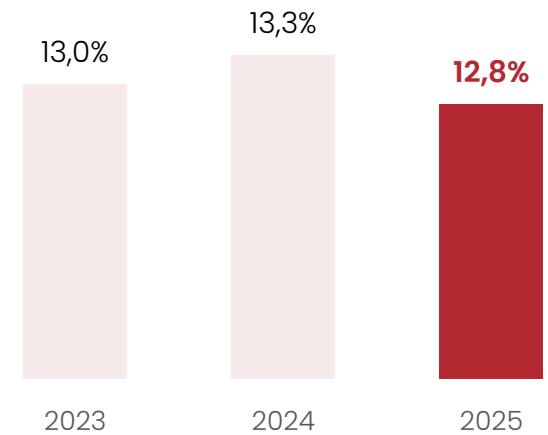
► Tendence à l'amélioration des indicateurs des ménages

INDICE DE CONFIANCE DES MÉNAGES



- 2025 : amélioration graduelle du climat de confiance, en lien avec la stabilisation des prix.
- 2026 : poursuite attendue de la reprise, sous réserve de l'évolution du pouvoir d'achat et de l'emploi.

TAUX DE CHÔMAGE



- Recul limité du chômage en 2025, freiné par la contraction de l'emploi agricole, malgré la reprise de l'activité.
- Les créations d'emplois restent concentrées dans les services et le BTP.

02

Faits marquants et principales réalisations 2025



ACCÉLÉRATION DES OUVERTURES EN 2025

+18%

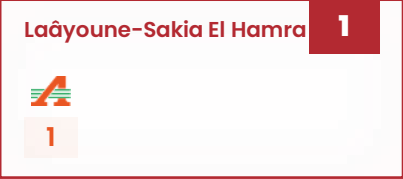
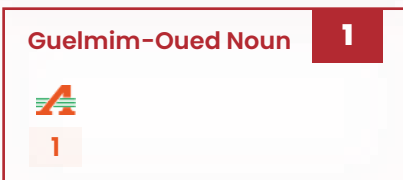
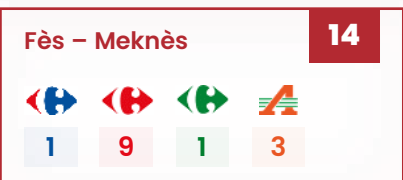
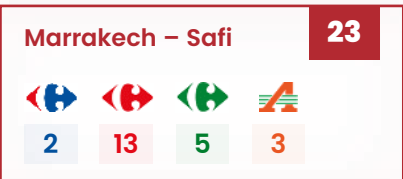
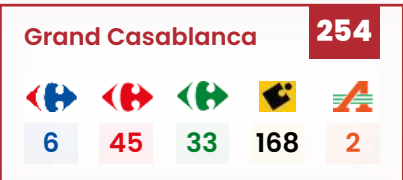
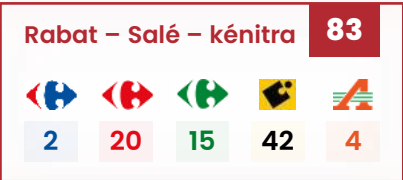
Surface additionnelle
(2025 vs 2024)

— 2024 — — Évolution magasins —> — 2025 —

	Réseau #	Surfaces m²	Ouvertures #	Surfaces m²	Réseau #	Surfaces m²	Parts %
	13	70 785	+3	+13 801	16	84 586	23%
	104	115 921	+3	+1 735	107	117 656	32%
	54	22 239	+3	+244	57	22 483	6%
	80	11 847	+128	+20 449	208	32 296	9%
	19	86 814	+4	+19 074	23	105 888	29%
	270	307 606	+141	+55 303	411	362 909	100%

RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DU RÉSEAU LABELVIE

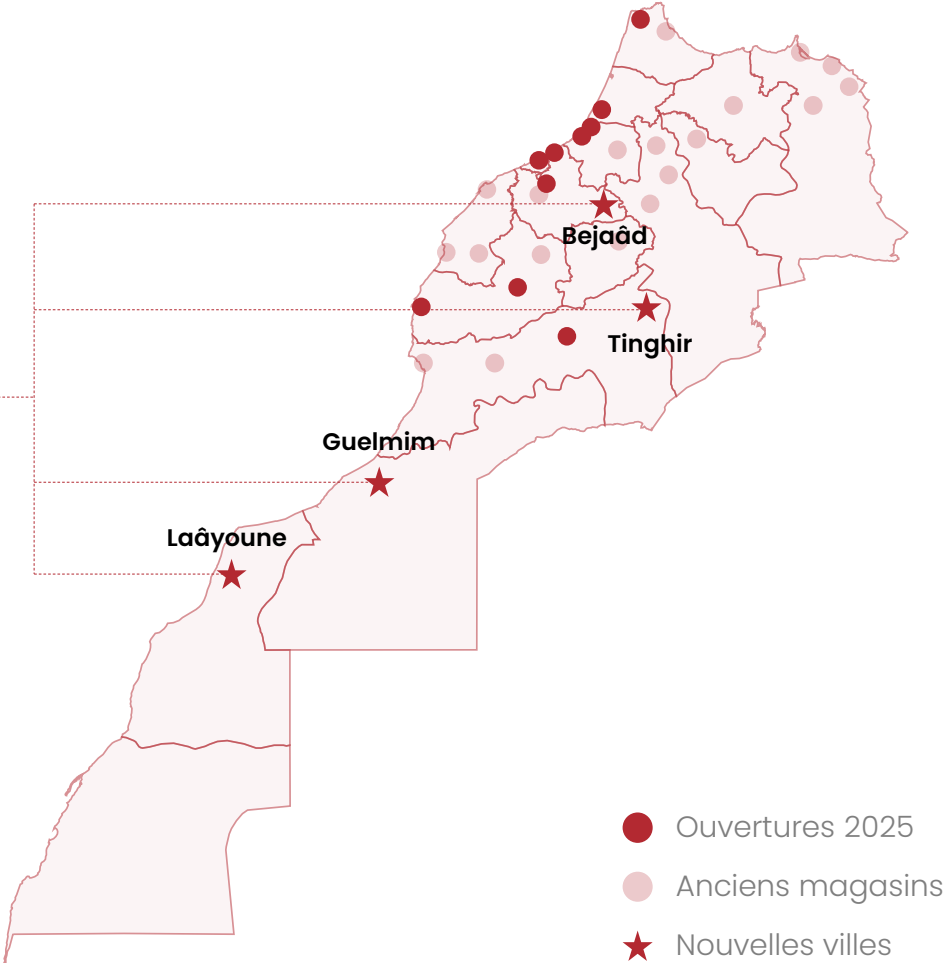
► 37 villes d'implantation dont 4 nouvelles villes en 2025



4
nouvelles villes
d'implantation en
2025



Supeco est
désormais implanté
à Rabat-Salé-Kénitra
(42 nouveaux
magasins).



FOCUS OUVERTURES CARREFOUR LABELVIE

- Inauguration de 3 nouveaux magasins à Casablanca en 2025



CARREFOUR ALMAZ

► Ville :
Casablanca

► Surface de vente :
4 200 m²



CARREFOUR ZENATA

► Ville :
Casablanca

► Surface de vente :
4 200 m²



CARREFOUR AÏN SBAÂ

► Ville :
Casablanca

► Surface de vente :
5 401 m²

EMPRUNT OBLIGATAIRE D'1,5 MILLIARD DE MAD

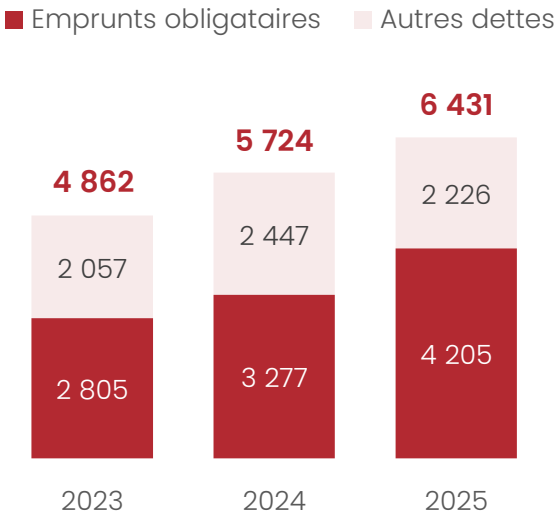
► Taux moyen : 3,06% vs. 3,78% en 2024

La société LabelVie a réalisé une émission obligataire ordinaire par placement auprès d'investisseurs qualifiés, dont l'objectif est de financer le plan de développement, diversifier les sources de financement et optimiser les coûts.

Modalités de l'opération :

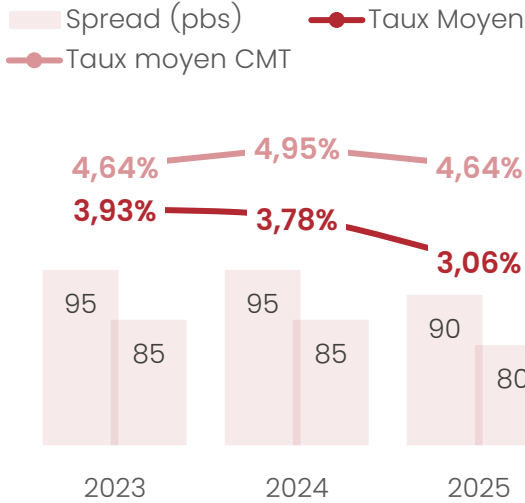
- **Montant :** 1.500.000.000 MAD
- **Tranches :**
 - Tranche A : In fine sur 5 ans à taux révisable annuellement
 - Tranche B : In fine sur 5 ans à taux fixe
 - Tranche C : Amortissable sur 7 ans à taux révisable annuellement
 - Tranche D : Amortissable sur 7 ans à taux fixe

ÉVOLUTION DES DETTES DE FINANCEMENT (en MDH)



► La croissance du financement est principalement portée par les emprunts obligataires, permettant d'allonger la maturité tout en réduisant l'exposition aux CMTs.

ÉVOLUTION DU TAUX MOYEN ET DU SPREAD



► Le recours aux emprunts obligataires s'accompagne d'une baisse du taux moyen (3,93% → 3,06%) et d'un spread maîtrisé, offrant un financement plus compétitif que les CMTs.

RÉALISATIONS RSE EN 2025

► Des actions concrètes et ciblées



Gaspillage alimentaire

- › 55 tonnes de denrées sauvées
- › +56k repas redistribués à des associations locales
- › 226 tonnes de CO₂ évitées



Gestion des déchets

- › +11% de déchets revalorisés, soit 1 891 tonnes contre 1 704 tonnes en 2024.



Développement des compétences

- › 7 585 formations réalisées
- › 88% des collaborateurs formés
- › 3 nouveaux partenariats



Efficacité énergétique

- › 5% de gain vs budget 2025
- › ~5,4 MWh économisés (consommation électrique de ~1800 foyers)



Inclusion et emploi

- › 5 journées portes ouvertes (Rabat, Casablanca, Marrakech)
- › 100 jeunes accompagnés (Rabat, Casablanca, Marrakech)



Solidarité

- › 50 000 dons de produits alimentaires distribués aux personnes en situation précaire dans 7 régions du Maroc

03

Réalisations opérationnelles et financières 2025



Performance des principaux indicateurs 2025



18 534 MDH
▲ +12,9%

Chiffre d'Affaires



362 909 m²
▲ +18%

Superficie Globale



93 M
▲ +22%

Clients



1 557 MDH
▲ +10,3%

EBITDA



43 MDH
▼ -1,9%

Résultat Financier



1 206 MDH
▲ +32,5%

CAPEX



594 MDH
▲ +6,2%







Résultat Net

PRINCIPAUX INDICATEURS DE RÉSULTAT

		Réalisé 2025 vs. 2024		
En MDH	Réalisé 2024	Réalisé 2025	Ecart Val/Tx	Taux-Evolution
Ventes de Marchandises	14 604	16 403	+1 799	+12,3%
Ventes hors Stations et Foncière	13 965	15 872	+1 907	+13,7%
Ventes de Prestations de sces	1 814	2 131	+317	+17,5%
Taux	12,4%	13,0%	+0,6	
Chiffre d'affaires	16 418	18 534	+2 116	+12,9%
Marge directe	1 595	1 701	+106	+6,7%
Taux	10,9%	10,4%	-0,6	
Marge brute	3 409	3 832	+423	+12,4%
Taux	23,3%	23,4%	+0,1	
Total charges d'exploitation	1 997	2 275	+278	+13,9%
Taux	13,7%	13,9%	+0,2	
EBITDA	1 412	1 557	+145	+10,3%
Marge d'EBITDA	9,7%	9,5%	-0,2	
Amortissements	608	718	+110	+18,1%
Taux	4,2%	4,4%	+0,2	
EBIT	804	839	+35	+4,4%
Marge opérationnelle	5,5%	5,1%	-0,4	
Résultat financier	44	43	-1	-1,9%
Taux	0,3%	0,3%	-0,0	
Résultat courant	848	882	+34	+4,0%
Taux	5,8%	5,4%	-0,4	
Résultat non courant	-28	-50	-22	+77,3%
Taux	-0,2%	-0,3%	-0,1	
Résultat avant impôts	819	831	+12	+1,5%
Taux	5,6%	5,1%	-0,5	
Impôts sur résultat	260	238	-22	-8,5%
Taux	1,8%	1,4%	-0,4	
Résultat net	559	594	+35	+6,2%
Taux	3,8%	3,6%	-0,2	

VENTES GRANDE DISTRIBUTION*

► Performances par format

					
Ventes 3 833 MDH	Ventes 4 893 MDH	Ventes 609 MDH	Ventes 402 MDH	Ventes 6 135 MDH	Ventes 15 872 MDH
Périmètre Global +9,8%	Périmètre Global +6,7%	Périmètre Global +15,4%	Périmètre Global +2,6x	Périmètre Global +16,8%	Périmètre Global +13,7%
Périmètre Constant +4,0%	Périmètre Constant +0,5%	Périmètre Constant +10,5%	Périmètre Constant N/S	Périmètre Constant +4,8%	Périmètre Constant +3,5%
En % Des Ventes 24% (-1pt)	En % Des Ventes 31% (-2pts)	En % Des Ventes 4% (+0pt)	En % Des Ventes 3% (+2pt)	En % Des Ventes 39% (+1pt)	En % Des Ventes 100%
Réseau Magasins 16	Réseau Magasins 107	Réseau Magasins 57	Réseau Magasins 208	Réseau Magasins 23	Réseau Magasins 411

- Le poids des formats Discount Atacadao (+1pt) et Supeco (+2pts) en progression au détriment des formats historiques Carrefour (-1pt) et Carrefour Market (-2pts)
- Les formats Atacadao, Supeco, Express et Carrefour enregistrent pour leur part les progressions les plus importantes à périmètre constant

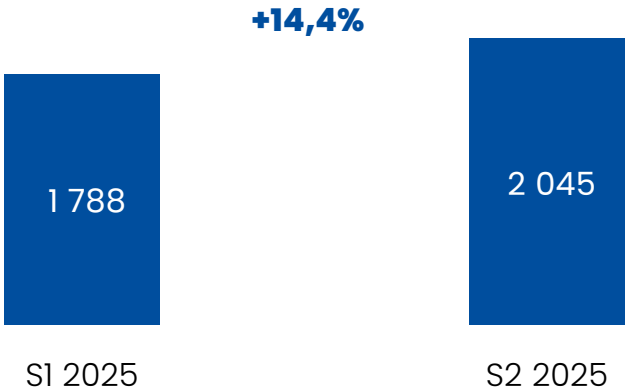


► Un format qui renoue avec l’expansion, avec de fortes performances organiques

En MDH	Historique	Réalisé	Ecart vs. Historique	
	2024	2025	Valeur	%
Périmètre Constant	3 482	3 620	+138	+4,0%
Ouvertures	9	213	+205	+24,0x
Total Ventes	3 490	3 833	+343	+9,8%

- +9,8% des ventes (+4,0% à Périmètre Constant) compte tenu de :
- › La bonne tenue des produits frais
 - › L’augmentation de la détention et du poids de la Promo
 - › La poursuite de la croissance du e-commerce et de la Fidélité
 - › La performance du non-alimentaire

VENTES CARREFOUR PAR SEMESTRE



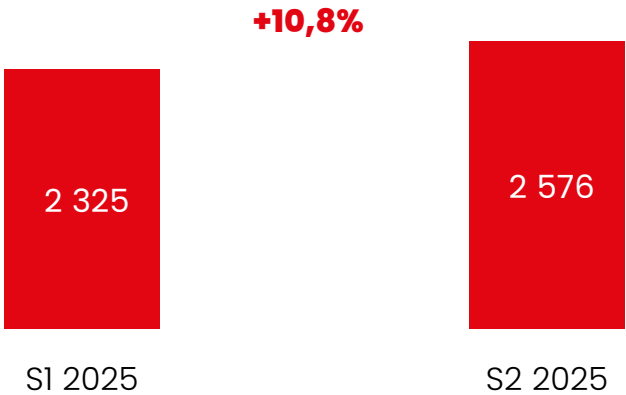
► Poursuite de la croissance structurelle et récurrente grâce à la résilience du Format

En MDH	Historique	Réalisé	Ecart vs. Historique	
	2024	2025	Valeur	%
Périmètre Constant	4 487	4 510	+22	+0,5%
Ouvertures	98	383	+285	+2,9x
Total Ventes	4 585	4 893	+308	+6,7%

+6,7% des ventes compte tenu de :

- > L'amélioration de la fréquentation
- > Meilleure détention
- > La bonne tenue des produits frais
- > L'augmentation du poids de la promo
- > La poursuite de la croissance du e-commerce et de la fidélité

VENTES CARREFOUR MARKET PAR SEMESTRE



► Un concept personnalisé : au service des clients

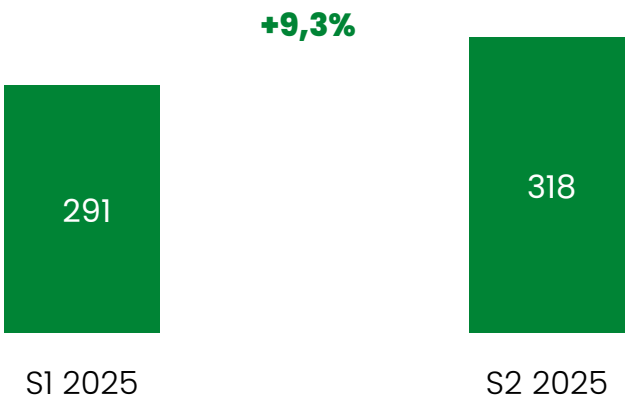


En MDH	Historique	Réalisé	Ecart vs. Historique	
	2024	2025	Valeur	%
Périmètre Constant	523	578	+55	+10,5%
Ouvertures	4	31	+26	+5,9x
Total Ventes	527	609	+81	+15,4%

+15,4% des ventes dont +10,5% à Périmètre Constant, compte tenu de :

- > La refonte du concept qui a démarré en 2025
- > L'accélération du développement du concept
- > Focus sur le service et l'assortiment enrichi.

VENTES CARREFOUR EXPRESS PAR SEMESTRE



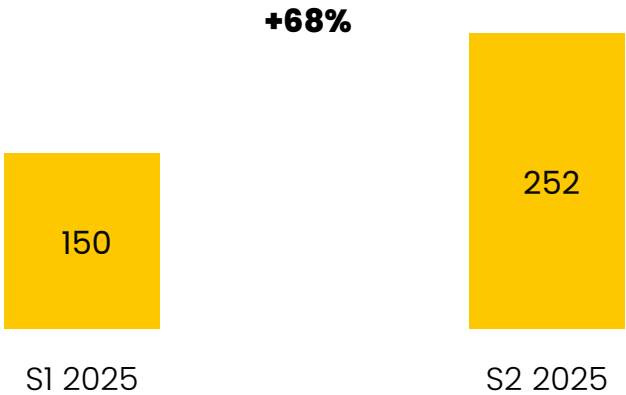


► Accélération des ouvertures avec 128 nouveaux magasins

	Nombre de magasins	Ouvertures	Chiffre d'affaires en MDH
2023	19	-	69
2024	80	+61	111
2025	208	+128	402

- Accélération des ouvertures avec 128 nouveaux magasins en 2025
- Forte contribution de 292 MDH des magasins <1 an, traduisant :
 - la montée en puissance du format depuis la décision de déploiement et la maîtrise de la rentabilité EBITDA conforme au business modèle
 - la maîtrise de l'investissement

VENTES SUPECO PAR SEMESTRE



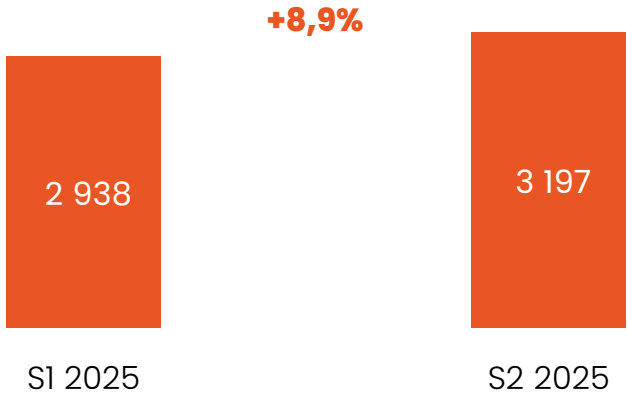
► Premier contributeur aux ventes Groupe

En MDH	Historique	Réalisé	Ecart vs. Historique	
	2024	2025	Valeur	%
Périmètre Constant	5 022	5 265	+243	+4,8%
Ouvertures	230	870	+641	+2,8x
Total Ventes	5 252	6 135	+883	+16,8%

+16,8% des ventes grâce à :

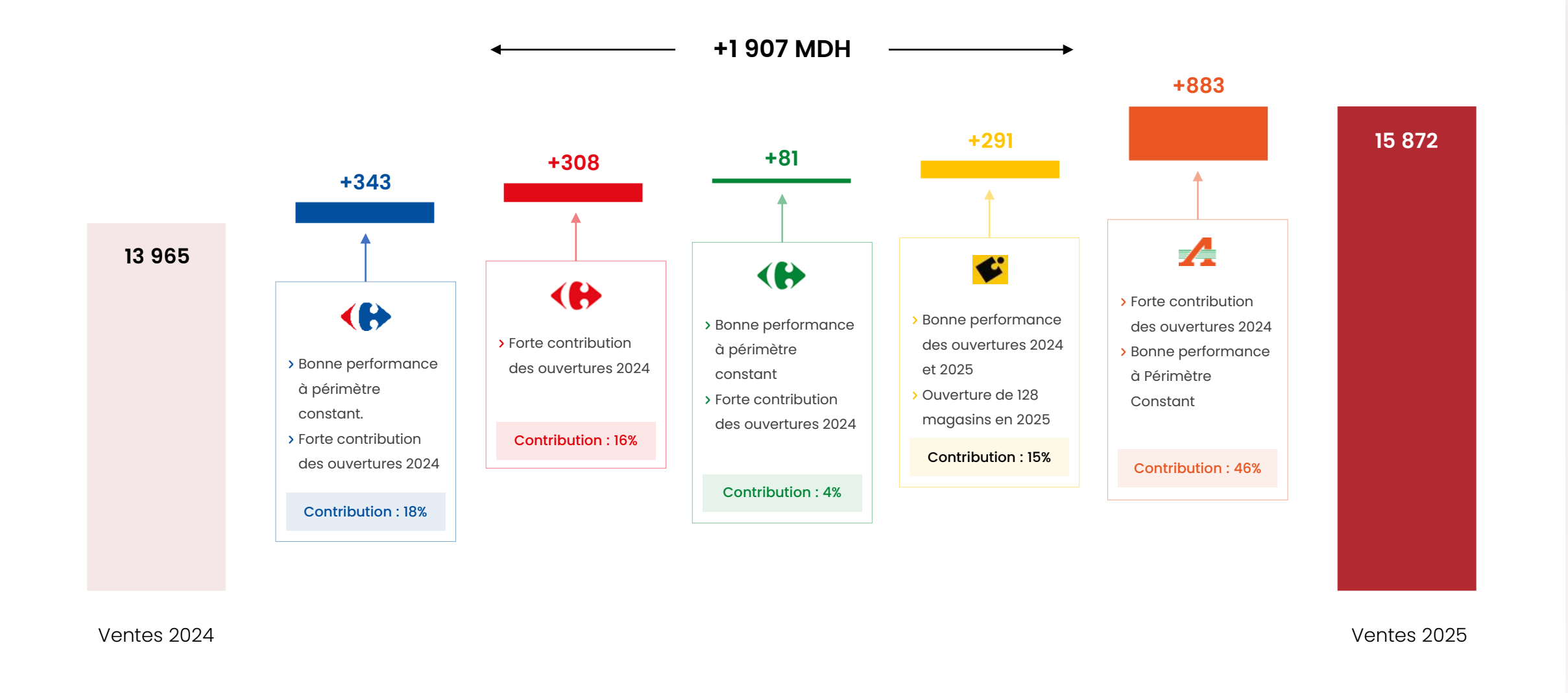
- › La contribution des magasins ouverts en 2024 dans des villes semi-rurales, qui enregistrent de bonnes performances.
- › La hausse de 4,8% à périmètre constant.
- › L'ouverture de 4 nouveaux magasins en 2025.

VENTES ATACADAO PAR SEMESTRE



VENTES GRANDE DISTRIBUTION*

► Contribution par format

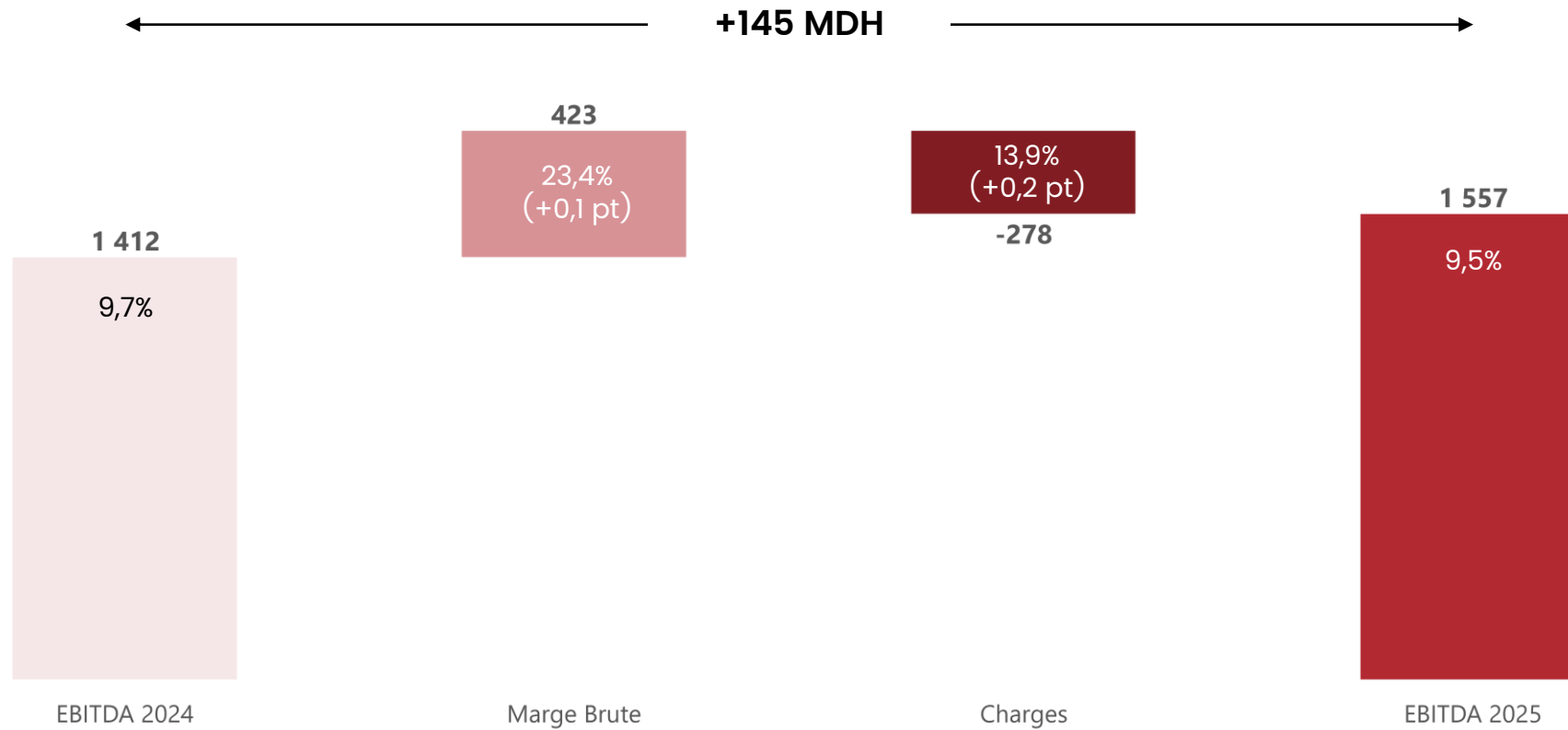


* Hors Stations de Services & Foncières

EBITDA

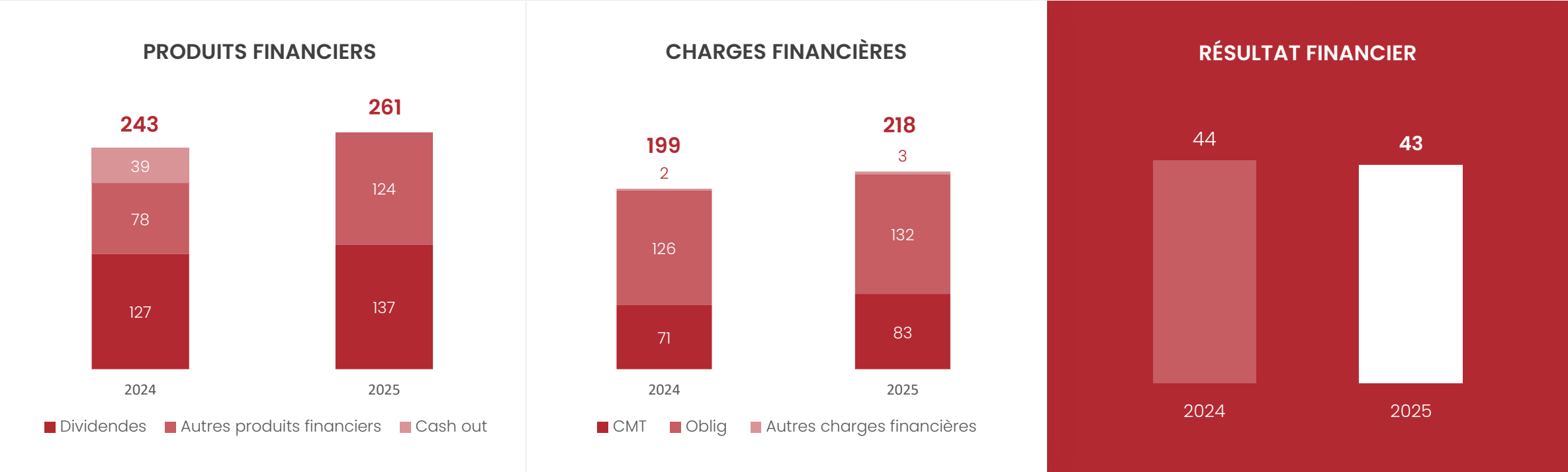
- ▶ L'EBITDA progresse de 10,3% comparé à 2024 pour atteindre 1 557 MDH, soit 9,5% des ventes

ÉVOLUTION DE L'EBITDA



RÉSULTAT FINANCIER

► Le Résultat Financier s'établit à 43 MDH, stable par rapport à 2024



EN KDH	Réalisé 2024		Réalisé 2025		Evolution Réalisé vs Historique		
	Montant	J de ventes	Montant	J de ventes	Montant	J de ventes	
FR	1 668 365	42	2 127 626	47	459 261	6	
Capitaux Propres	3 513 657	88	3 797 619	85	283 962	-	3
	Résultat Net	558 939	593 658				
	Distribution de dividendes	-280 000	-320 000				
Dettes de Financement	5 723 612	143	6 391 365	142	667 754	-	1
	Nouvelle Dette: CMTs	862 909	557 000				
	Nouvelle Dette: Obligataire	1 000 000	1 500 000				
	Remboursements CMTs	-465 511	-386 204				
	Remboursements Obligataires	-527 143	-1 003 042				
Financement permanent	9 237 268	231	10 188 984	227	951 716	-	4
Taux d'endettement Net	53,1%		54,8%				
Immobilisations	-7 568 903	-189	-8 061 357	-179	- 492 454	10	
BFR Normatif d'Exploitation	1 131 044	28	924 077	21	- 206 967	-	8
	Stock	-3 070 341	-77	-3 901 773	-87	- 831 432	10
	Créances / Dettes	4 201 385	105	4 825 850	107	624 465	2
Autres éléments circulants	-1 048 644	-26	-1 265 904	-28	- 217 260	-	2
TRESORERIE & PLACEMENTS	1 750 766	44	1 785 800	40	35 035	-	4

04

Perspectives



CAP 28 : VISION ET AMBITIONS POUR 2028

- Nous voulons offrir un magasin accessible, moderne et adapté à chaque citoyen

AMBITIONS



Être le distributeur préféré de tous les citoyens en leur offrant le bon produit, au bon prix, au bon endroit et au bon moment

OBJECTIFS

27,9 Md MAD

Doubler le Chiffre d'affaires

9,3%

Marge d'EBITDA

5,3 Md MAD

Investissements

+774 nouveaux sites

Accélération du développement



Tout en préservant nos ratios de rentabilité et nos équilibres financiers

TREND PÉRIMÈTRE OUVERT FIN 2025 EN 2028

2025/2026
411 Magasins
CA : 21,5 MMDH

2028
953 Magasins
CA : 27,9 MMDH



- › Accélération de la stratégie d'expansion sur les 5 formats
- › Marge d'EBITDA en ligne avec la Vision 2028
- › Au titre de l'exercice 2025 le Conseil d'Administration proposera à l'Assemblée Générale Ordinaire la distribution d'un dividende de 120 DH par action, en hausse de 8,5% par rapport à 2024.

LabelVie

— GROUPE —

