

Résultat du Groupe Label'Vie au 31/12/2013

- . Augmentation du chiffre d'affaires de +2,1%
- . 6 nouveaux points de vente de 16 900 m² de surface de vente
- . Finalisation du programme de conversion des points de vente Métro en Atacadao



Le conseil d'administration de la société Label'Vie SA s'est réuni le Mercredi 24 mars 2014 au siège administratif de la société et a procédé à l'arrêté des comptes au 31/12/2013.

L'année 2013 a été marquée par la montée en puissance, aussi bien en termes de croissance que de rentabilité, des enseignes historiques du Groupe (Carrefour et Carrefour Market) et par le lancement d'un nouveau format de distribution sous l'enseigne Atacadao.

Evolution des résultats du groupe :

**Chiffre d'affaires
consolidé**

5 788,6 MDH

+2,1%

**Excédent brut
d'exploitation**

301,6 MDH

-6,5%

**Résultat
Net**

54,6 MDH

-53,2%

Le chiffre d'affaire du Groupe Label'Vie en 2013 s'est établi à 5 788.6 MDHs en augmentation de 2,1% par rapport à 2012.

Cette augmentation est portée par :

- L'augmentation des ventes des segments « Supermarchés » et « Hypermarchés » de 9.6% malgré une conjoncture économique peu favorable, grâce à :
 - L'augmentation des ventes à périmètre constant de 1.9% soit (49 MDHs de ventes additionnelles)
 - Les ventes réalisées par les nouvelles ouvertures qui ont réalisé 190.2 MDH de ventes en 2013.

Le Groupe a ainsi renforcé son réseau de magasins Carrefour et Carrefour Market au cours de l'exercice 2013 avec l'ouverture de 3 supermarchés (4 900 m² de surface de vente) et 1 hypermarché (6 000 m² de surface de vente).

- Cette augmentation est portée aussi par les ventes des points de vente Atacadao après leur conversion ainsi que par l'ouverture de 2 nouveaux magasins Atacadao.

Toutefois, l'augmentation du chiffre d'affaires en 2013 a été impactée, comme prévu, négativement par la fermeture des magasins Metro pour conversion, et ce pour une durée moyenne de 30 jours chacun.

S'établissant à 301.6 MDHS, l'excédent brut d'exploitation, en légère baisse par rapport à 2012, et malgré un contexte économique peu favorable, a bénéficié de l'optimisation des marges enregistrées par les segments « Supermarchés » et « Hypermarchés » confirmant ainsi la solidité de leur modèle.

Par ailleurs, l'Excédent Brut d'exploitation a été fortement impacté par la fermeture des magasins Metro pour conversion.

La baisse du résultat net s'explique essentiellement par le recul du résultat non courant du Groupe qui est passé de 68.6 MDH à 40.9 MDH.

Perspectives :

En 2014 le groupe entend :

- Renforcer la notoriété de l'enseigne Atacadao et son positionnement d'enseigne la moins chère du Maroc, s'adressant aussi bien aux particuliers qu'aux professionnels, afin de bénéficier pleinement du potentiel de ce format de distribution sur notre marché.
- Poursuivre le déploiement de son réseau de distribution multi-format à travers l'ouverture de 18 000 m² de surface de vente additionnelle couvrant les 3 segments d'activité.

2014 devrait ainsi connaître l'ouverture de 5 Carrefour Market, 2 Carrefour et 1 Atacadao, permettant au Groupe Label'Vie de renforcer son réseau sur les villes de Casablanca, Marrakech et Oujda et d'élargir la couverture du territoire national avec l'arrivée dans de nouvelles villes (Khenifra, Taza, Berkane et Essaouira).