



LE BUSINESS PLAN DE LABEL'VIE MIS À JOUR SUITE AU RACHAT DES MAGASINS METRO

Label'Vie S.A a acquis, le 15 Novembre 2010, 100 % des actions de la MCCM, société détentrice des magasins Metro au Maroc. Le Business Plan de Label'Vie S.A a été mis à jour suite à cette opération.

5 ANS DE DÉVELOPPEMENT GAGNÉS PAR CETTE ACQUISITION

L'objectif de l'acquisition est de convertir les 8 magasins Metro, qui bénéficient d'emplacements stratégiques dans 7 villes marocaines (Casablanca, Rabat, Marrakech, Tanger, Fès, Agadir et Oujda), en hypermarchés Carrefour, et ce dans un horizon de 2 ans.

La réussite de la conversion des magasins acquis en Hypermarchés Carrefour est assurée grâce à trois facteurs :

- ⊙ Notre expérience des opérations de croissance externe depuis 15 ans, avec plusieurs intégrations réussies ;
- ⊙ L'apport de notre partenaire Carrefour, leader des Hypermarchés dans le monde,
- ⊙ Et enfin, l'appui sur les ressources humaines très qualifiées de MCCM, porteuses d'une expérience de 20 ans dans le secteur.

71 POINTS DE VENTE DONT 13 HYPERMARCHÉS CARREFOUR EN 2013

Le business plan a été mis à jour suite à l'opération d'acquisition. Ainsi, les objectifs du plan de développement 2011-2013 sont :

Pour le format Hypermarchés :

- ⊙ La conversion des 8 magasins Metro en Hypermarchés Carrefour
- ⊙ L'ouverture de 3 autres Hypermarchés (en cours de construction)

Pour le format Supermarchés :

- ⊙ 8 ouvertures de supermarchés par an en 2011 et 2012 puis 10 ouvertures en 2013.

Ainsi, en 2013, le parc de magasins sera constitué de 13 Hypermarchés et de 58 Supermarchés, pour une surface de vente totale de 148 350 m².

Le Chiffre d'Affaires atteindra 8,6 milliards de Dhs en 2013, soit 3,5 fois le CA de Label'Vie S.A en 2010 (hors MCCM), et le résultat net ressortira à 326 M Dhs, soit 4 fois le résultat net de Label'Vie S.A en 2010 (hors MCCM).

Enfin, les objectifs du plan de développement à horizon 2013 deviennent aisément atteignables grâce à l'acquisition de MCCM : 83% des ventes prévisionnelles du segment Hypermarchés en 2013 sont réalisées par des magasins existants à fin 2010.

Synthèse	2010	2011	2012	2013	
Supermarchés	32	40	48	58	Evolution 2010-2013
Hypermarchés	2	6	11	13	
Cash & Carry	NA	4	0	0	
Surface de vente en m ²	48 850	110 350	125 350	148 350	x3
CA	2 502	5 381	6 750	8 678	x3,5
Résultat d'exploitation	103	187	363	554	x5,4
Résultat net	80	41	175	326	x4,1

UNE NOUVELLE IMPULSION AU SECTEUR DE LA GRANDE DISTRIBUTION

La conversion des magasins Metro en Hypermarchés Carrefour profitera au consommateur marocain, qui bénéficiera d'une offre large, avec plus de 3 000 références en marque propre Carrefour, de prix très compétitifs ainsi que de normes de qualité et de sécurité parmi les plus exigeantes au monde.

A propos de Label'Vie S.A:

Créée en 1985, Label'Vie S.A opère dans la grande distribution alimentaire dans 12 villes marocaines, à travers les Supermarchés Label'Vie (32 à ce jour) et les Hypermarchés Carrefour (2 à ce jour, à Salé et à Marrakech).

Les Hypermarchés Carrefour sont exploités en partenariat avec le Groupe Carrefour, franchiseur et partenaire à hauteur de 5% dans la filiale de Label'Vie S.A qui porte l'activité Hypermarchés.

Fin 2010, Label'Vie S.A réalise un CA de 2,5 Milliards de Dhs, totalise une surface de vente de 48 850 m² et emploie 2 800 personnes (chiffres ne tenant pas compte de l'impact de l'acquisition de MCCM).

Label'Vie S.A sert plus de 20 millions de clients (tickets) par an.