



NOTE D'INFORMATION

EMISSION OBLIGATAIRE DE LABEL'VIE SA

MONTANT GLOBAL DE L'OPERATION : 500 000 000 Dh

Tranche	A cotée	B cotée	C non cotée	D non cotée
Plafond	500 MDh			
Nombre	Maximum 5 000 obligations			
Valeur nominale	100 000 Dh	100 000 Dh	100 000 Dh	100 000 Dh
Maturité	5 ans	5 ans	5 ans	5 ans
Prime de risque	150 pb	160 pb	150 pb	160 pb
Taux	5,01%, révisable, en référence au taux plein 52 semaines, soit 3,51% la 1 ^{ère} année, augmenté d'une prime de risque.	5,50%, fixe, en référence au taux BDT 5 ans, soit 3,90%, augmenté d'une prime de risque.	5,01%, révisable, en référence au taux plein 52 semaines, soit 3,51% la 1 ^{ère} année, augmenté d'une prime de risque.	5,50%, fixe, en référence au taux BDT 5 ans, soit 3,90%, augmenté d'une prime de risque.
Négociabilité des titres	Négociables à la Bourse de Casablanca	Négociables à la Bourse de Casablanca	Négociables de gré à gré	Négociables de gré à gré
Garantie	Aucune	Aucune	Aucune	Aucune
Mode de remboursement	In fine	In fine	In fine	In fine

PERIODE DE SOUSCRIPTION : DU 29 SEPTEMBRE AU 01 OCTOBRE 2010
Emission réservée aux investisseurs institutionnels de droit marocain

CONSEILLER FINANCIER - COORDINATEUR GLOBAL - CHEF DE FILE



Organisme centralisateur



Organisme chargé de l'enregistrement



Membres du syndicat de placement



Visa du Conseil Déontologique des Valeurs Mobilières

Conformément aux dispositions de la circulaire du CDVM N°04/04 du 19/11/2004, prise en application de l'article 14 du Dahir portant loi N°1.93.212 du 21 septembre 1993 relatif au Conseil Déontologique des Valeurs Mobilières (CDVM) et aux informations exigées des personnes morales faisant appel public à l'épargne tel que modifié et complété, l'original de la présente note d'information a été visé par le CDVM le 21 septembre 2010 sous la référence N° VI/EM/036/2010.

Le visa du CDVM n'implique ni approbation de l'opportunité de l'opération, ni authentification des informations présentées. Il a été attribué après examen de la pertinence et de la cohérence de l'information donnée, dans la perspective de l'opération proposée aux investisseurs.

ABREVIATIONS

AGE	Assemblée Générale Extraordinaire.
AGO	Assemblée Générale Ordinaire.
APLS	Autre Produits Libre Service.
BMCE	Banque Marocaine de Commerce Extérieur.
BMCI	Banque Marocaine pour le Commerce et l'Industrie.
BRE	Best Real Estate.
CA	Chiffre d'affaires.
CACI	Compagnie d'Activité et de Commerce International.
CCIS	Chambre de Commerce, d'Industrie et de Services.
CGEM	Confédération Générale des Entreprises au Maroc.
CDG	Caisse de Dépôt et de Gestion.
CDVM	Conseil Déontologique des Valeurs Mobilières.
CIN	Carte d'Identité Nationale.
CNSS	Caisse Nationale de Sécurité Sociale.
CNUCED	Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement.
CPC	Compte de Produits et Charges.
CPI	Carrefour Partenariat International.
Dh	Dirham Marocain.
DLC	Date Limite de Consommation.
DLUO	Date Limite d'Utilisation Optimale.
DPH	Droguerie, Parfumerie et Hygiène.
EPCS	Electro, Photo, Cinéma et Son.
ERP	Entreprise Resource Planning.
FCEC	First Commercial Estate Company.
FCE Jad	First Commercial Estate El Jadida.
FCE Saf	First Commercial Estate Safi.
FIFO	First In First Out.
FMI	Fonds Monétaire International.
Gdh	Milliards de Dirhams.
GMS	Grandes et Moyennes Surfaces.
GRDI	Global Retail Development Index.
HH	Henry Hermand
HLV	Hypermarché LV.
HT	Hors Taxe.
IPO	Initial Public Offering (Offre publique de vente)
IR	Impôt sur le Revenu.
IS	Impôt sur les Sociétés.
JAL	Journal d'Annonces Légales.
Kdh	Milliers de Dirhams.
Mdh	Millions de Dirhams.
NA	Non Applicable.
NC	Non Communiqué.
NS	Non Significatif.
OMC	Organisation Mondiale du Commerce.
OPCVM	Organisme de Placement Collectif en Valeurs Mobilières.
PGC	Produits de Grande Consommation.

PIB	Produit Intérieur Brut.
RN	Résultat Net.
SA	Société Anonyme.
SARL	Société à Responsabilité Limitée.
SAV	Service Après Vente.
SCCD	Société des Centres Commerciaux du Détroit.
SCCF	Société des Centres Commerciaux de Fès.
SCCM	Société des Centres Commerciaux de Meknès.
SCCRC	Société des Centres Commerciaux de la Région du Centre.
SCCS	Société des Centres Commerciaux du Sud.
SCRIM	Société Comm. de Représentation Industrielle et Commerciale.
SMS	Supermarché Souissi.
SPI HSC	Société de Promotion Immobilière Hyper Shopping Center.
TG	Têtes de Gondole.
TTC	Toutes Taxes Comprises.
TVA	Taxe sur Valeur Ajoutée.
UE	Union Européenne.
Var	Variation.
VPN	Virtual Private Network.

DEFINITIONS

Assortiment	Ensemble des produits proposés à la vente par un producteur ou un distributeur.
Balisage	Mise en place dans les rayons des étiquettes prix pour chaque produit et des panneaux d'information et de promotions.
Bazar	Ensemble de marchandises non alimentaires (sauf textile et droguerie, parfumerie, hygiène). On distingue le bazar léger (articles de ménage de bricolage et de loisirs) et le bazar lourd (électroménager, informatique...).
Cash and carry	Entreprise de gros vendant en libre-service à des détaillants, des entreprises et des professions libérales. La clientèle paye au comptant les marchandises achetées.
Centrale d'achat	Organisation destinée à sélectionner les fournisseurs et à négocier les conditions d'achat pour les détaillants. Une centrale d'achat peut représenter la fonction de gros d'un distributeur intégré ou une organisation chargée d'acheter pour différentes enseignes appartenant à des groupes capitalistes ou à des commerçants indépendants.
Centre commercial	Ensemble de magasins proposant un ensemble de produits et de services regroupés dans un même lieu conçu selon un plan d'ensemble. Les magasins sont généralement disposés autour d'une galerie marchande animée par une ou plusieurs grandes surfaces jouant le rôle de locomotive.
Circuit de distribution	Ensemble d'agents économiques utilisés par une entreprise de production pour assurer l'écoulement de ses produits jusqu'au consommateur final.
Codex Alimentarius	Ensemble de normes, directives et recommandations internationales relatives à l'innocuité des produits alimentaires, créé par la FAO et l'OMS en 1962.
Commerce	Activité de revente en l'état de marchandises achetées à des tiers.
Commerce de gros	Ensemble d'entreprises qui sélectionnent et achètent à des producteurs des marchandises en grosses quantités, qui seront stockées et fractionnées afin être revendues, soit à d'autres entreprises de production (gros interindustriel), soit à des détaillants.
Commerce de détail	Ensemble d'entreprises vendant directement au consommateur des marchandises achetées auprès de producteurs et/ou de grossistes.
Convenience stores	Magasin de commodité ou de dépannage, il présente, dans de petite surface, un assortiment assez large et peu profond de produits répondant aux besoins alimentaires courants ainsi que des produits non alimentaires de dépannage.
Démarque	Ensemble des pertes liées au stock subi par un magasin. On distingue la démarque connue (casse, vol répertorié,...) de la démarque inconnue, qui a pour source aussi bien les vols que toutes les erreurs liées à la manipulation des produits (erreurs de réception, comptables, de caisse, consommation sur place...).
Déréférencement	Décision d'un distributeur de refuser la vente de tout ou partie des produits d'un industriel préalablement référencé.
Discount	Politique de prix consistant, pour un commerçant, à vendre moins cher que le prix habituellement pratiqué sur le marché.
Distribution	Ensemble des activités nécessaires à l'écoulement d'un produit depuis son stade de production jusqu'à son stade de consommation.
EAN	Code produits (code à barre).
Gencod	Organisme de gestion des codes barre EAN (European Article Number).
GMS (Grandes et Moyennes Surfaces)	Désigne des magasins dont la taille, pour le commerce alimentaire, est supérieure à 400 m ² . Pour le commerce non alimentaire, le seuil minimal dépend du type de marchandises vendu. Généralement les grandes surfaces non alimentaires ont une surface supérieure à 300 m ² .
Gondole	Rayonnage d'une grande surface.
Grand Magasin	Magasin de plus de 2500 m ² presque exclusivement non alimentaire et présentant un assortiment large de marchandises surtout dans le domaine du textile et de la décoration d'intérieur.
Hard Discount	En français maxidiscounte. Commerce proposant, sur une surface généralement comprise entre 200 et 1 000 m ² , un assortiment limité de produits alimentaires à forte rotation et à prix discount, la plupart du temps sous marque de distributeur.

Hypermarché	Grande surface de vente alimentaire et non alimentaire de plus de 2 500 m ² à prix discount.
Implantation	Disposition des rayons et des allées à l'intérieur d'un magasin ou disposition des produits à l'intérieur d'une gondole.
Implantation magasin	Emplacement choisi pour son magasin par une entreprise de distribution. On distingue les rues les plus commerçantes, les implantations centre ville, les implantations en périphérie seule ou au sein, de centres commerciaux.
Label'Ecole	Cursus de formation interne à Label'Vie SA.
Linéaire	Dimension d'un rayonnage ou de la présentation d'une famille de produits.
Linéaire au sol	longueur d'un rayonnage exprimée en mètres.
Logistique	Ensemble des activités de préparation de commande, de transport, et d'entreposage. La logistique peut, dans un sens plus large, se définir comme la gestion des flux physiques, financiers et d'information.
Magasins entrepôts	Magasins à la décoration très dépouillée permettant aux consommateurs d'acheter en grosses quantités, à des prix avantageux, des marchandises présentées dans leur emballage d'origine.
Manuel	Désigne les outils standards d'exploitation des activités de Carrefour décrivant les principaux aspects du savoir-faire de Carrefour, dans le respect des contrats de franchise et de sous-franchise.
Marque de distributeur	Marque créée par le distributeur. La marque porte le nom de l'enseigne (on parle alors de marque d'enseigne) ou un nom de fantaisie. Les produits à marque de distributeur sont fabriqués soit dans des unités de fabrication appartenant au distributeur, soit par des industriels à partir d'un cahier des charges préparé par le distributeur.
Merchandising	Ensemble des moyens destinés à présenter les marchandises de la manière la plus attirante possible pour le consommateur et la plus rentable pour le distributeur.
Mise en avant	Tout moyen destiné à attirer l'attention du consommateur par une action promotionnelle comme, par exemple, une tête de gondole.
Opération	Emission obligatoire objet de la présente note d'information.
Palette	Plateau de manutention en bois ou en plastique couramment utilisé pour le transfert des marchandises.
Panel de Retail Audit	Panel de Distributeurs permettant la mesure permanente des ventes au consommateur final, basée sur la collecte de données à partir d'un échantillon représentatif de magasins.
Picking	Opération consistant à préparer une commande en prélevant les articles de chaque ligne de commande sur leurs lieux de stockage dans l'entrepôt.
Plate-forme	lieu d'arrivée des marchandises, provenant d'un producteur ou d'un grossiste ; celles-ci sont déchargées, triées, regroupées avec des produits provenant d'autres producteurs, puis réexpédiées vers les points de vente.
PLV (Publicité sur le lieu de vente)	Matériel destiné à présenter les produits et les opérations promotionnelles sur le lieu de vente (présentoir, stop rayon, affichettes magasin...).
Prix	Valeur d'un produit payé par le consommateur ou le distributeur. La fixation du prix se fait selon trois grands types de méthodes : l'observation de la concurrence, l'application d'une marge sur le prix de revient, le prix psychologique qu'est prêt à payer le consommateur ou l'intermédiaire.
Promotion	Ensemble des techniques utilisées par les producteurs et/ou les distributeurs au cours de la vie d'un produit pour un public déterminé : consommateurs, distributeurs, force de vente afin de stimuler les ventes à court terme en conciliant, si possible, l'intérêt du consommateur et le profit des entreprises concernées.
Référence	Définition la plus fine possible des caractéristiques d'un produit, par exemple: modèle x taille x couleur x.
Référencement	Décision d'un distributeur consistant à accepter de vendre un ou plusieurs produits d'un industriel. Certains distributeurs référencent les fournisseurs et d'autres les produits.
Scanner	Appareil destiné à lire les codes barre présents sur les produits.
Services	Ensemble d'avantages gratuits ou onéreux associés à l'achat d'un produit ou à la

	fréquentation d'un magasin.
Société	Label'Vie SA.
Stock	Ensemble des marchandises destinées à la vente et se trouvant en magasin et/ou en réserve.
Supérette	Magasin alimentaire de proximité en libre-service dont la surface est comprise entre un minimum de 120 m ² et un maximum de 400 m ² . De nombreuses supérettes peuvent être considérées comme des « convenience stores ».
Supermarché	Magasin de vente en libre-service à forte dominante alimentaire dont la surface est comprise entre près de 400 m ² et un maximum de 2 500 m ² .
Tablette	Etagère d'une gondole.
Tête de gondole	Emplacement de la gondole qui est perpendiculaire au sens de circulation des clients. Les têtes de gondoles qui sont, étant donné leur position, particulièrement visibles, sont réservées aux produits en promotion.

SOMMAIRE

ABREVIATIONS	2
DEFINITIONS	4
SOMMAIRE	7
AVERTISSEMENT	9
PREAMBULE	10
I. ATTESTATION ET COORDONNEES	12
II. PRESENTATION DE L'OPERATION	22
II.1. CADRE DE L'OPERATION	23
II.2. OBJECTIFS DE L'OPERATION.....	24
II.3. STRUCTURE DE L'OFFRE	25
II.4. RENSEIGNEMENTS RELATIFS AUX OBLIGATIONS DE LABEL'VIE SA.....	25
II.5. COTATION EN BOURSE.....	33
II.6. CALENDRIER DE L'OPERATION	34
II.7. SYNDICAT DE PLACEMENT ET INTERMEDIAIRES FINANCIERS	34
II.8. GARANTIE DE BONNE FIN	35
II.9. MODALITES DE SOUSCRIPTION DES TITRES.....	35
II.10. MODALITES DE REGLEMENT ET DE LIVRAISON DES TITRES	38
II.11. MODALITES DE PUBLICATION DES RESULTATS DE L'OPERATION.....	39
II.12. NEGOCIABILITE DES TITRES.....	39
II.13. REGIME FISCAL DES OBLIGATIONS A EMETTRE	39
II.14. CHARGES RELATIVES À L'OPERATION	40
III. PRESENTATION GENERALE DE LABEL'VIE SA	41
III.1. RENSEIGNEMENTS A CARACTERE GENERAL	42
III.2. RENSEIGNEMENT SUR LE CAPITAL DE L'EMETTEUR	44
III.3. POLITIQUE DE DISTRIBUTION DES DIVIDENDES	51
III.4. NANTISSEMENT	52
III.5. MARCHE DES TITRES DE L'EMETTEUR.....	52
III.6. NOTATION	54
III.7. ASSEMBLEE D'ACTIONNAIRES	54
III.8. ORGANES D'ADMINISTRATION ET DE DIRECTION.....	56
III.9. GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE	60
IV. ACTIVITE DE LABEL'VIE SA	67
IV.1. HISTORIQUE DE LABEL'VIE SA	68
IV.2 APPARTENANCE AU GROUPE BEST FINANCIERE.....	71
IV.3. FILIALES ET PARTENAIRES.....	78
IV.4. SECTEUR D'ACTIVITE	80
IV.5. ACTIVITES DE LABEL'VIE SA.....	91
IV.6. ORGANISATION DE LABEL'VIE SA.....	126
IV.7. STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT DE LABEL'VIE SA.....	136

V. SITUATION FINANCIERE DE LABEL'VIE SA	139
V.1. RAPPEL DU PERIMETRE DE CONSOLIDATION DE LABEL'VIE SA.....	140
V.2. ANALYSE DU COMPTE DES PRODUITS ET DES CHARGES.....	141
V.3. ANALYSE DU BILAN.....	152
V.4. ANALYSE DES RATIOS.....	169
V.5. ANALYSE DU TABLEAU DE FINANCEMENT.....	174
VI. PERSPECTIVES DE LABEL'VIE SA	175
VI.1. PERSPECTIVES DU SECTEUR.....	176
VI.2. ORIENTATIONS STRATEGIQUES 2010-2013p.....	181
VI.3. PROGRAMME D'INVESTISSEMENT PREVISIONNEL 2010p-2013p.....	182
VI.4 ANALYSE DES COMPTES PREVISIONNELS.....	184
VII. FACTEURS DE RISQUES	196
VII.1 RISQUE ECONOMIQUE.....	197
VII.2 RISQUE CONCURRENTIEL.....	197
VII.3 RISQUE D'INVESTISSEMENT.....	197
VII.4 RISQUE DE GESTION.....	198
VII.5 RISQUE JURIDIQUE.....	198
VIII. FAITS EXCEPTIONNELS ET LITIGES	199
VIII.1 LITIGES ET AFFAIRES CONTENTIEUSES.....	200
VIII.2 FAITS EXCEPTIONNELS.....	200
IX. ANNEXES	201

AVERTISSEMENT

Le visa du Conseil Déontologique des Valeurs Mobilières (CDVM) n'implique ni approbation de l'opportunité de l'opération ni authentification des informations présentées. Il a été attribué après examen de la pertinence et de la cohérence de l'information donnée dans la perspective de l'opération proposée aux investisseurs.

L'attention des investisseurs potentiels est attirée sur le fait qu'un investissement en obligations est soumis au risque de non-remboursement. Cette émission obligataire ne fait l'objet d'aucune garantie si ce n'est l'engagement donné par Label Vie SA.

Le CDVM ne se prononce pas sur l'opportunité de l'opération d'émission ni sur la qualité de la situation de l'émetteur. Le visa du CDVM ne constitue pas une garantie contre le risque de non-remboursement des échéances de l'émission obligataire objet de la présente note d'information.

La présente note d'information ne s'adresse pas aux personnes dont les lois du lieu de résidence n'autorisent pas la souscription aux valeurs mobilières, objet de ladite note d'information.

Les personnes en la possession desquelles ladite note viendrait à se trouver, sont invitées à s'informer et à respecter la réglementation dont ils dépendent en matière de participation à ce type d'opération.

Chaque établissement membre du syndicat de placement ne proposera les obligations, objet de la présente note d'information, qu'en conformité avec les lois et règlements en vigueur dans tout pays où il fera une telle offre.

Ni le Conseil Déontologique des Valeurs Mobilières (CDVM) ni Label'Vie SA n'encourent de responsabilité du fait du non-respect de ces lois ou règlements par le syndicat de placement.

PREAMBULE

En application des dispositions de l'article 14 du Dahir portant loi n° 1-93-212 du 21 septembre 1993 relatif au CDVM et aux informations exigées des personnes morales faisant appel public à l'épargne tel que modifié et complété, la présente note d'information porte, notamment, sur l'organisation de l'émetteur, sa situation financière et l'évolution de son activité, ainsi que sur les caractéristiques et l'objet de l'opération envisagée.

Ladite note d'information a été préparée par CDG Capital conformément aux modalités fixées par la circulaire du CDVM n° 04/04 du 19/11/04 prise en application des dispositions de l'article précité.

Le contenu de cette note d'information a été établi sur la base d'informations recueillies, sauf mention spécifique, des sources suivantes :

- Les commentaires, analyses et statistiques fournis par le management de Label'Vie SA et recueillies lors des due diligences effectuées auprès de celle-ci ;
- Les procès verbaux des Conseils d'Administration, AGO et AGE relatifs aux exercices 2007, 2008, 2009 et 2010 jusqu'à la date du visa;
- Les rapports généraux des commissaires aux comptes pour les exercices clos le 31 décembre 2007, 2008 et 2009 ;
- Les rapports spéciaux des commissaires aux comptes sur les comptes sociaux pour les exercices clos le 31 décembre 2007, 2008 et 2009 ;
- Les liasses fiscales et comptables relatives aux exercices 2007, 2008 et 2009 ;
- Le rapport général des commissaires aux comptes sur les comptes consolidés arrêtés au 31 décembre 2008 ;
- Les rapports de gestion 2007, 2008 et 2009 ;
- La note d'information relative à l'opération d'introduction en bourse de la Société Label Vie SA ;
- Les prévisions établies et matérialisées dans le business plan par les Organes de Direction et de Gestion de Label'Vie SA.

En application des dispositions de l'article 13 du Dahir portant loi n° 1-93-212 du 21 septembre 1993 relatif au Conseil Déontologique des Valeurs Mobilières et aux informations exigées des personnes morales faisant appel public à l'épargne tel que modifié et complété, cette note doit être :

- Remise ou adressée sans frais à toute personne dont la souscription est sollicitée, ou qui en fait la demande ;
- Tenue à la disposition du public au siège de Label'Vie SA et dans les établissements chargés de recueillir les souscriptions selon les modalités suivantes :
 - Elle est disponible à tout moment dans les lieux suivants :
 - **Label'Vie SA** : Rabat - Souissi, Km 3,5, angle rues Zaërs et Rif.
(www.labelvie.ma)
Téléphone : (212) 537.56.95.95
 - **CDG Capital** : Immeuble Mamounia, Place Moulay El Hassan, Rabat.

Téléphone : 05.37.66.52.54

▪ **BMCE BANK:** Rond-point Hassan II – tour BMCE, Casablanca

Téléphone: (212) 522 20 03 25

▪ **BCP BANK:** 101, Bd. Zerktouni, Casablanca

Téléphone : (212) 522 20 04 07

- Elle est disponible sur demande dans un délai maximum de 48h auprès des points de collecte du réseau de placement ;
- Disponible sur le site du CDVM : <http://www.cdvm.gov.ma>.
- Tenue à la disposition du public au siège de la Bourse des valeurs de Casablanca.

I. ATTESTATION ET COORDONNEES

I.1. LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

Identité

Représentant légal	Zouhair Bennani
Fonction	Président du Conseil d'Administration
Adresse	Angle Av Mehdi Ben Barka et Av Annakhil, Espace Les Lauriers, Hay Riad - Rabat
Numéro de téléphone	(212) 537 56 95 95
Numéro de fax	(212) 537 56 95 73
Adresse électronique	z.bennani@labelvie.ma

Attestation

Le Président du conseil d'administration atteste que, à sa connaissance, les données de la présente note d'information dont il assume la responsabilité, sont conformes à la réalité. Elles comprennent toutes les informations nécessaires aux investisseurs potentiels pour fonder leur jugement sur le patrimoine, l'activité, la situation financière, les résultats et les perspectives de Label'Vie SA ainsi que sur les droits rattachés aux titres proposés. Elles ne comportent pas d'omissions de nature à en altérer la portée.

Par ailleurs, le Président du Conseil d'Administration s'engage à respecter l'échéancier de remboursement selon les modalités décrites dans la présente note d'information.

Zouhair BENNANI
Président du Conseil d'Administration

I.2. LES COMMISSAIRES AUX COMPTES

Identité des commissaires aux comptes

Dénomination sociale	Price Waterhouse	Cabinet Ahmed Mseffer
Prénom et nom	Aziz Belkasmi	Ahmed Mseffer
Fonction	Associé	Associé Gérant
Adresse	101, Boulevard Massira Al Khadra 20 000 Casablanca Maroc	279, Boulevard Mohammed V, 10 000 Rabat Maroc
Numéro de téléphone	(212) 522 77 90 00	(212) 537 70 99 17
Numéro de fax	(212) 522 77 90 90	(212) 537 72 56 34
E-mail	Aziz.Belkasmi@ma-pwac.com	ahmedmsefer@menara.ma
Date du 1^{er} exercice soumis au contrôle	2003	2000
Date d'expiration du mandat précédent	AGO statuant sur l'exercice 2009	AGO statuant sur l'exercice 2009
Reconduction du mandat	Juin 2009, pour une période de 3 ans	Juin 2009, pour une période de 3 ans
Date d'expiration du mandat actuel	2011	2011

Attestation des commissaires aux comptes relative aux informations comptables et financières sociales des exercices clos le 31/12/2009, 2008 et 2007

Nous avons procédé à la vérification des informations comptables et financières sociales contenues dans la présente note d'information en effectuant les diligences nécessaires et compte tenu des dispositions légales et réglementaires en vigueur. Nos diligences ont consisté à nous assurer de la concordance desdites informations avec les états de synthèse sociaux audités.

Sur la base des diligences ci-dessus, nous n'avons pas d'observations à formuler sur la concordance des informations comptables et financières sociales données dans la présente note d'information avec les états de synthèse tels que audités par nos soins au titre des exercices clos le 31 décembre 2007, 2008 et 2009.

Attestation des commissaires aux comptes relative aux informations comptables et financières consolidées de l'exercice clos le 31/12/2008

Nous avons procédé à la vérification des informations comptables et financières consolidées contenues dans la présente note d'information en effectuant les diligences nécessaires et compte tenu des dispositions légales et réglementaires en vigueur. Nos diligences ont consisté à nous assurer de la concordance desdites informations avec les états de synthèse consolidées audités.

Sur la base des diligences ci-dessus, nous n'avons pas d'observations à formuler sur la concordance des informations comptables et financières consolidées données dans la présente note d'information avec les états de synthèse tels que audités par nos soins au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2008.

Rapport Général des commissaires aux comptes relatif aux comptes sociaux au titre de l'exercice du 1^{er} janvier au 31 décembre 2007 :

Conformément à la mission qui nous a été confiée, nous avons procédé à l'audit des états de synthèse de la société Hyper SA¹ au 31 décembre 2007, lesquels comprennent le bilan, le compte des produits et charges, le tableau de financement et l'état des informations

¹ Dénommée Label'Vie SA depuis 2008

complémentaires (ETIC) relatifs à l'exercice clos à cette date. Ces états de synthèse qui font ressortir un montant de capitaux propres et assimilés de 180 023 429 Dh dont un bénéfice net de 8 393 246 Dh sont la responsabilité des organes de gestion de la Société. Notre responsabilité consiste à émettre une opinion sur ces états de synthèse sur la base de notre audit.

Nous avons effectué notre audit selon les normes de la Profession applicables au Maroc. Ces normes requièrent qu'un tel audit soit planifié et exécuté de manière à obtenir une assurance raisonnable que les états de synthèse ne comportent pas d'anomalie significative. Un audit comprend l'examen, sur la base de sondages, des documents justifiant les montants et informations contenus dans les états de synthèse. Un audit comprend également une appréciation des principes comptables utilisés, des estimations significatives faites par la Direction Générale, ainsi que de la présentation générale des comptes. Nous estimons que notre audit fournit un fondement raisonnable de notre opinion.

Opinion sur les états de synthèse

A notre avis, les états de synthèse cités au paragraphe 1 ci-dessus donnent, dans tous leurs aspects significatifs, une image fidèle du patrimoine et de la situation financière de la société Hyper SA au 31 décembre 2007 ainsi que du résultat de ses opérations et l'évolution de ses flux de trésorerie pour l'exercice clos à cette date, conformément aux principes comptables admis au Maroc.

Vérification et informations spécifiques

Nous avons procédé également aux vérifications spécifiques prévues par la loi et nous nous sommes assurés notamment de la concordance des informations données dans le rapport de gestion du Conseil d'Administration destiné aux actionnaires avec les états de synthèse de la Société.

A. Belkasmi, Associé au Cabinet Price Waterhouse
A.Mseffer, Expert comptable, Cabinet Ahmed Mseffer
Le 12 juin 2008

Rapport Général des commissaires aux comptes relatifs aux comptes sociaux au titre de l'exercice du 1^{er} janvier au 31 décembre 2008

Conformément à la mission qui nous a été confiée par votre Assemblée Générale du 18 juin 2007, nous avons procédé à l'audit des états de synthèse de la Société Label'Vie SA, lesquels comprennent le bilan, le compte de produits et charges, l'état des soldes de gestion, le tableau de financement et l'état des informations complémentaires (ETIC) relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2008. Ces états de synthèse font ressortir un montant de capitaux propres et assimilés de 746 933 908 Dh dont un bénéfice net de 42 786 880 Dh.

Responsabilité de la Direction

La Direction est responsable de l'établissement et de la présentation sincère de ces états de synthèse, conformément au référentiel comptable admis au Maroc. Cette responsabilité comprend la conception, la mise en place et le suivi d'un contrôle interne relatif à l'établissement et la présentation des états de synthèse ne comportant pas d'anomalie significative, ainsi que la détermination d'estimations comptables raisonnables au regard des circonstances.

Responsabilité des Auditeurs

Notre responsabilité est d'exprimer une opinion sur ces synthèses sur la base de notre audit. Nous avons effectué notre audit selon les Normes de la Profession au Maroc. Ces normes requièrent de notre part de nous conformer aux règles d'éthique, de planifier et de réaliser l'audit

pour obtenir une assurance raisonnable que les états de synthèse ne comportent pas d'anomalie significative.

Un audit implique la mise en œuvre de procédures en vue de recueillir des éléments probants concernant les montants et les informations fournis dans les états de synthèse. Le choix des procédures relève du jugement de l'auditeur, de même que l'évaluation du risque que les états de synthèse contiennent des anomalies significatives. En procédant à ces évaluations du risque, l'auditeur prend en compte le contrôle interne en vigueur dans l'entité relatif à l'établissement et la présentation des états de synthèse afin de définir des procédures d'audit appropriées en la circonstance, et non dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité de celui-ci. Un audit comporte également l'appréciation du caractère approprié des méthodes comptables retenues et le caractère raisonnable des estimations comptables faites par la Direction, de même que l'appréciation de la présentation d'ensemble des états de synthèse.

Nous estimons que les éléments probants recueillies sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion.

Opinion sur les états de synthèse

Nous certifions que les états de synthèse cités au premier paragraphe ci-dessus sont réguliers et sincères et donnent, dans tous leurs aspects significatifs, une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé ainsi que de la situation financière et du patrimoine de la Société Label'Vie SA au 31 décembre 2008 conformément au référentiel comptable admis au Maroc.

Vérifications et informations spécifiques

Nous avons procédé également aux vérifications spécifiques prévues par la loi et nous nous sommes assurés notamment de la concordance des informations données dans le rapport de gestion du Conseil d'Administration destiné aux actionnaires avec les états de synthèse de la Société.

Par ailleurs, en application de l'article 172 de la loi n°17-95 relative aux sociétés anonymes, nous vous informons, qu'au cours de l'exercice, la Société Label'Vie SA a pris le contrôle des sociétés suivantes :

- BAB ZAER COMMERCIAL, société à responsabilité limitée au capital de 300 000 Dh, dont elle détient la totalité du capital ;
- LES ALCOOLS REUNIS, société à responsabilité limitée au capital de 100 000 Dh, dont elle détient la totalité du capital.
- SUPER MARCHÉ SOUISSI, société à responsabilité limitée au capital de 3 000 000 Dh, dont elle détient la totalité du capital.

A. Belkasm*i*, Associé au Cabinet Price Waterhouse
A.Mseffer, Expert comptable, Cabinet Ahmed Mseffer

Le 25 mars 2009

Rapport Général des commissaires aux comptes relatifs aux comptes consolidés au titre de l'exercice du 1^{er} janvier au 31 décembre 2008

Nous avons effectué l'audit des états financiers consolidés de la Société Label Vie SA et de ses filiales (Groupe Label Vie) comprenant le bilan au 31 décembre 2008, le compte de résultat, l'état de variation des capitaux propres, le tableau des flux de trésorerie ainsi que l'état des informations complémentaires consolidés relatifs à l'exercice clos à cette date.

Responsabilité de la Direction

La Direction est responsable de l'établissement et de la présentation sincère de ces états financiers, conformément aux principes comptables décrits dans l'état des informations complémentaires consolidé. Cette responsabilité comprend la conception, la mise en place et le suivi d'un contrôle interne relatif à l'établissement et la présentation des états financiers ne comportant pas d'anomalie significative, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreur, ainsi que la détermination d'estimations comptables raisonnables au regard des circonstances.

Responsabilité des Auditeurs

Notre responsabilité est d'exprimer une opinion sur ces états financiers sur la base de notre audit. Nous avons effectué notre audit selon les Normes de la Profession applicables au Maroc. Ces normes requièrent de notre part de nous conformer aux règles d'éthique, de planifier et de réaliser l'audit pour obtenir une assurance raisonnable que les états de synthèse ne comportent pas d'anomalie significative.

Un audit implique la mise en œuvre de procédures en vue de recueillir des éléments probants concernant les montants et les informations fournis dans les états de synthèse. Le choix des procédures relève du jugement de l'auditeur, de même que l'évaluation du risque que les états financiers contiennent des anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreur. En procédant à ces évaluations du risque, l'auditeur prend en compte le contrôle interne en vigueur dans l'entité relatif à l'établissement et la présentation des états financiers afin de définir des procédures d'audit appropriées en la circonstance, et non dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité de celui-ci. Un audit comporte également l'appréciation du caractère approprié des méthodes comptables retenues et le caractère raisonnable des estimations comptables faites par la Direction, de même que l'appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers. Nous estimons que les éléments probants recueillies sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion.

Opinion sur les états de synthèse

A notre avis, les états financiers consolidés cités au premier paragraphe ci-dessus donnent dans tous leurs aspects significatifs une image fidèle de la situation financière de l'ensemble constitué par les entités comprises dans la consolidation au 31 décembre 2008 ainsi que de la performance financière et des flux de trésorerie pour l'exercice clos à cette date, conformément aux principes comptables décrits dans l'état des informations complémentaires consolidés.

A. Belkasmi, Associé au Cabinet Price Waterhouse
A.Mseffer, Expert comptable, Cabinet Ahmed Mseffer

Le 25 mars 2009

Rapport Général des commissaires aux comptes relatif aux comptes sociaux au titre de l'exercice du 1^{er} janvier au 31 décembre 2009

Conformément à la mission qui nous a été confiée par votre Assemblée Générale du 18 juin 2007, nous avons effectué l'audit des états de synthèse de la Société Label'Vie SA, lesquels comprennent le bilan, le compte de produits et charges, l'état des soldes de gestion, le tableau de financement et l'état des informations complémentaires (ETIC) relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2009. Ces états de synthèse font ressortir un montant de capitaux propres et assimilés de 792 735 989 Dh dont un bénéfice net de 79 017 955 Dh.

Responsabilité de la Direction

La Direction est responsable de l'établissement et de la présentation sincère de ces états de synthèse, conformément au référentiel comptable admis au Maroc. Cette responsabilité

comprend la conception, la mise en place et le suivi d'un contrôle interne relatif à l'établissement et la présentation des états de synthèse ne comportant pas d'anomalie significative, ainsi que la détermination d'estimations comptables raisonnables au regard des circonstances.

Responsabilité des Auditeurs

Notre responsabilité est d'exprimer une opinion sur ces synthèses sur la base de notre audit. Nous avons effectué notre audit selon les Normes de la Profession au Maroc. Ces normes requièrent de notre part de nous conformer aux règles d'éthique, de planifier et de réaliser l'audit pour obtenir une assurance raisonnable que les états de synthèse ne comportent pas d'anomalie significative.

Un audit implique la mise en œuvre de procédures en vue de recueillir des éléments probants concernant les montants et les informations fournis dans les états de synthèse. Le choix des procédures relève du jugement de l'auditeur, de même que l'évaluation du risque que les états de synthèse contiennent des anomalies significatives. En procédant à ces évaluations du risque, l'auditeur prend en compte le contrôle interne en vigueur dans l'entité relatif à l'établissement et la présentation des états de synthèse afin de définir des procédures d'audit appropriées en la circonstance, et non dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité de celui-ci. Un audit comporte également l'appréciation du caractère approprié des méthodes comptables retenues et le caractère raisonnable des estimations comptables faites par la Direction, de même que l'appréciation de la présentation d'ensemble des états de synthèse.

Nous estimons que les éléments probants recueillies sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion.

Opinion sur les états de synthèse

Nous certifions que les états de synthèse cités au premier paragraphe ci-dessus sont réguliers et sincères et donnent, dans tous leurs aspects significatifs, une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé ainsi que de la situation financière et du patrimoine de la Société Label'Vie SA au 31 décembre 2009 conformément au référentiel comptable admis au Maroc.

Vérifications et informations spécifiques

Nous avons procédé également aux vérifications spécifiques prévues par la loi et nous nous sommes assurés notamment de la concordance des informations données dans le rapport de gestion du Conseil d'Administration destiné aux actionnaires avec les états de synthèse de la Société.

Par ailleurs, en application de l'article 172 de la loi n°17-95 relative aux sociétés anonymes, nous vous informons, qu'au cours de l'exercice, la Société Label'Vie SA a pris le contrôle de la Société HYPERMACHE LV SAS, société anonyme simplifiée au capital de 70.000.000 Dh dont elle détient la totalité du capital.

A. Belkasmi, Associé au Cabinet Price Waterhouse
A.Mseffer, Expert comptable, Cabinet Ahmed Mseffer

Le 24 mars 2010

I.3. L'ORGANISME CONSEIL

Identité

Dénomination ou raison sociale	CDG Capital
Représentant légal	Noureddine Farih
Fonction	Directeur Corporate Finance
Adresse	Tour Mamounia Place Moulay El Hassan – Rabat
Numéro de téléphone	0537 66 52 61
Numéro de fax	0537 66 52 56
Adresse électronique	farih@cdgcapital.ma

Attestation

La présente note d'information a été préparée par nos soins et sous notre responsabilité. Nous attestons avoir effectué les diligences nécessaires pour nous assurer de la sincérité des informations qu'elle contient.

Ces diligences ont concernés les volets opérationnels et financiers, ainsi que l'aspect économique relatif à Label'Vie SA, et ont été basés sur :

- Les requêtes d'informations auprès des différents départements de Label'Vie SA ;
- L'analyse des comptes sociaux et consolidés et des rapports d'activités afférents aux exercices 2007, 2008 et 2009 ;
- La lecture des procès verbaux des organes d'administration et des assemblées générales d'actionnaires de Label'Vie SA relatifs aux exercices 2007, 2008, 2009 et 2010 jusqu'à la date du visa ;
- L'analyse des prévisions établies et matérialisées dans le business plan par les Organes de Direction et de Gestion de Label'Vie SA.

Compte tenu de ce qui précède, nous attestons avoir mis en œuvre toutes les mesures nécessaires pour garantir l'objectivité de notre analyse et la qualité de la mission pour laquelle nous avons été mandatés.

Noureddine Farih
Directeur Corporate Finance, CDG Capital

I.4. LE CONSEILLER JURIDIQUE

Identité

Dénomination ou raison sociale	Cabinet Saïdi et Associés
Prénom et nom	Mohamed Hdid
Fonction	Associé gérant
Adresse	4, place Maréchal - Casablanca
Numéro de téléphone	(212)05 22 27 99 16
Numéro de fax	(212)05 22 22 10 24
Adresse électronique	m.hdid@saaidi-consultants-com

Attestation

L'opération, objet de la présente note d'information, est conforme aux dispositions statutaires de Label'Vie SA et à la législation marocaine en matière de droit des sociétés.

Mohamed HDID
Associé gérant, Cabinet Saïdi et Associés

I.5. LE RESPONSABLE DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION FINANCIERES

Pour toutes informations et communications financières, prière de contacter :

Prénom et nom	Riad Laissaoui
Fonction	Directeur Général Adjoint
Adresse	Angle Av Mehdi Ben Barka et Av Annakhil, Espace Les Lauriers, Hay Riad - Rabat
Numéro de téléphone	(212) 537 56 95 95
Numéro de fax	(212) 537 56 95 73
Adresse électronique	r.laissaoui@labelvie.ma

II. PRESENTATION DE L'OPERATION

II.1. CADRE DE L'OPERATION

Le Conseil d'Administration, réuni en date du 23 mars 2010, a décidé de solliciter l'autorisation de l'Assemblée Générale Ordinaire, conformément aux dispositions de l'article 294 de la loi 17-95 relative aux sociétés anonymes telle que modifiée et complétée par le Dahir N°1-08-18 du 23 mai 2008 portant promulgation de la loi 20-05, en vue d'émettre un emprunt obligataire d'un montant plafonné à 800 Mdh pendant une période de 5 ans.

L'assemblée Générale Ordinaire du 29 juin 2010, après avoir entendu lecture du rapport du Conseil d'Administration, a autorisé le Conseil d'Administration à procéder, en une ou plusieurs fois, à l'émission d'un emprunt obligataire plafonné à 800 Mdh en application de dispositions des articles 292 à 315 de la loi N°17-95 relative aux sociétés anonymes telle que modifiée et complétée par la loi N°20-05.

L'autorisation conférée par l'Assemblée Générale est valable pour une durée de 5 ans à compter de l'Assemblée en question.

Suite à l'autorisation conférée par l'Assemblée Générale du 29 juin 2010, et au regard des résolutions prises par le Conseil d'Administration lors de sa réunion du 23 mars 2010, le Conseil d'Administration réuni en date du 9 septembre 2010 a décidé lors de sa tenue, l'émission d'obligations, et en a arrêté les modalités :

- Montant de l'opération : 500 000 000 Dh (cinq cent millions de dirhams) ;
- Maturité : 5 ans ;
- Valeur nominale : 100 000 Dh ;
- Taux de sortie :
 - Tranche A cotée : taux révisable sur 52 semaines, en référence au taux plein 52 semaines augmenté d'une prime de risque de 150 pb.
Pour la première année, ce taux ressort à 5,01%, en référence à la courbe primaire des BDT 52 semaines du 8 septembre 2010 tel que publié par Bank Al-Maghrib, soit 3,51% augmenté d'une prime de risque de 150 pb ;
 - Tranche B cotée : taux fixe de 5,50%, en référence à la courbe primaire des BDT 5 ans du 8 septembre 2010 tel que publié par Bank Al-Maghrib, soit 3,90% augmenté d'une prime de risque de 160 pb ;
 - Tranche C non cotée : taux révisable sur 52 semaines, en référence au taux plein 52 semaines augmenté d'une prime de risque de 150 pb.
Pour la première année, ce taux ressort à 5,01%, en référence à la courbe primaire des BDT 52 semaines du 8 septembre 2010 tel que publié par Bank Al-Maghrib, soit 3,51% augmenté d'une prime de risque de 150 pb ;
 - Tranche D non cotée : taux fixe de 5,50%, en référence à la courbe primaire des BDT 5 ans du 8 septembre 2010 tel que publié par Bank Al-Maghrib, soit 3,90% augmenté d'une prime de risque de 160 pb.

Le montant total de l'opération adjudgé sur les quatre tranches ne devra pas dépasser la somme de cinq cent millions de dirhams.

II.2. OBJECTIFS DE L'OPERATION

Dans le cadre de son programme de développement tel qu'il a été présenté lors de son opération d'introduction en bourse en 2008 et tel qu'il a été réactualisé courant 2010, Label Vie S.A. a prévu la réalisation d'importants investissements sur la période 2010-2013 (Ouverture de nouveaux magasins, acquisition du foncier relatifs aux hypermarchés...). Au terme de ce programme de développement, le réseau Label'Vie SA comptera une surface de vente additionnelle de 89 700 m² suite à un investissement total avoisinant les 2,7 Gdh, selon le planning suivant :

L'enseigne Label'Vie

Durant la période 2010-2013, l'enseigne Label'Vie devrait compter 47 200 m² de surface de vente supplémentaire, avec un coût global d'investissement de 1,4 Gdh.

- En 2010 : 10 nouveaux magasins (dont 4 déjà ouverts, à savoir les superettes Gauthier, Kénitra et Temara et le supermarché Label'Vie Agadir) totalisant une surface de vente additionnelle de 11 200 m² ;
- En 2011 : 12 000 m² de surface de vente additionnelle ;
- En 2012 : 12 000 m² de surface de vente additionnelle ;
- En 2013 : 12 000 m² de surface de vente additionnelle.

L'enseigne Carrefour

Durant la période 2010-2013, l'enseigne Carrefour devrait compter 42 500 m² de surface de vente supplémentaire, avec un coût global d'investissement de 1,2 Gdh.

- En 2010 : Un magasin Carrefour au centre commercial Al Mazar à Marrakech (ouvert en avril 2010) d'une surface de 6 000 m² ;
- En 2011 : 3 magasins à Oujda (4 000 m²), Taza (3 000 m²) et Casablanca (7 500 m²) ;
- En 2012 : 2 magasins, à Fès et dans une autre ville non encore spécifiée, de 5 500 m² chacun ;
- En 2013 : 2 magasins, à Tanger et dans une autre ville non encore spécifiée, de 5 500 m² chacun.

Autres investissements

Une nouvelle plateforme logistique d'une surface de 24 000 m² est en cours de construction. Elle est prévue pour 2011 pour un coût d'investissement avoisinant les 160 Mdh.

Pour financer cet important programme d'investissement, Label Vie SA souhaite, outre le financement en fonds propres et en dette bancaire, recourir au financement par dette notamment à travers une émission obligataire.

Le recours au marché obligataire permettra à Label Vie SA de :

- Consolider son image de marque sur le marché financier ;
- Diversifier ses sources de financement et augmenter son indépendance financière grâce à un accès direct aux marchés financiers ;
- Optimiser le coût de ses ressources ; et
- Améliorer le gage de transparence dans lequel s'est inscrite la Société.

Le programme d'investissement prévu sur la période 2010-2013 sera financé comme suit :

- Levée de fonds obligataire : 500 Mdh
- Dettes bancaires : 702 Mdh
- Leasing : 241 Mdh

- Autofinancement :	993 Mdh
- Variation BFR (ressource) :	265 Mdh
- Total :	2701 Mdh

II.3. STRUCTURE DE L'OFFRE

La présente opération porte sur un montant global de cinq cent millions de dirhams (500 000 000 Dh). Label'Vie SA envisage l'émission de 5 000 titres obligataires de valeur nominale de 100 000 dirhams cotés à la bourse de Casablanca et non cotés.

Elle se décompose en quatre tranches :

- Une tranche A à taux révisable, cotée à la Bourse de Casablanca, d'un plafond de cinq cent millions de dirhams (500 000 000 Dh) et d'une valeur nominale de cent mille (100 000) dirhams ;
- Une tranche B à taux fixe, cotée à la Bourse de Casablanca, d'un plafond de cinq cent millions de dirhams (500 000 000 Dh) et d'une valeur nominale de cent mille (100 000) dirhams ;
- Une tranche C à taux révisable, non cotée à la Bourse de Casablanca, d'un plafond de cinq cent millions de dirhams (500 000 000 Dh) et d'une valeur nominale de cent mille (100 000) dirhams ;
- Une tranche D à taux fixe, non cotée à la Bourse de Casablanca, d'un plafond de cinq cent millions de dirhams (500 000 000 Dh) et d'une valeur nominale de cent mille (100 000) dirhams.

Le montant total adjugé au titre des quatre tranches ne devra en aucun cas dépasser la somme de cinq cent millions de dirhams (500 000 000 Dh), montant autorisé par le Conseil d'Administration du 9 septembre 2010.

II.4. RENSEIGNEMENTS RELATIFS AUX OBLIGATIONS DE LABEL'VIE SA

II.4.1 Caractéristiques des titres de la Tranche A : Obligations à taux révisable cotées à la Bourse de Casablanca

Nature des titres	Obligations cotées à la bourse de Casablanca, dématérialisées par inscription au dépositaire central (Maroclear) et inscrites en compte auprès des affiliés habilités.
Forme juridique	Au porteur
Procédure de 1ère cotation	La cotation de la tranche A sera effectuée par une cotation directe conformément aux articles 1.2.6 et 1.2.22 du règlement général de la Bourse des Valeurs.
Plafond de la tranche	500 000 000 Dhs
Nombre de titres à émettre	5.000 titres
Maturité de l'emprunt	5 ans
Période de souscription	Du 29 septembre au 01 octobre 2010
Date de jouissance	11 octobre 2010
Date d'échéance	11 octobre 2015
Prime de risque	150 pb.
Prix d'émission	Au pair, soit 100 000 Dh.
Mode d'allocation	Prorata de la demande.

Négociabilité des titres	<p>Les obligations de la tranche A, objet de la présente note d'information, sont librement négociables à la Bourse de Casablanca.</p> <p>Il n'existe aucune restriction imposée par les conditions de l'émission à la libre négociabilité des titres de la tranche A.</p>
Cotation des titres	<p>Les obligations, objet de la tranche A, seront cotées à la Bourse de Casablanca et feront ainsi l'objet d'une demande d'admission au compartiment obligataire de la Bourse de Casablanca. Leur date de cotation est prévue le 06 octobre 2010 sur le compartiment obligataire, sous le code 990141 et le ticker OB141.</p>
Date de détermination du taux d'intérêt	<p>Le coupon sera révisé annuellement aux dates anniversaires de la date de jouissance de l'emprunt, soit le 11 octobre de chaque année.</p> <p>Le nouveau taux sera communiqué à la bourse par CDG Capital au plus tard 5 jours de bourse avant la date d'anniversaire. Le taux révisé fera l'objet d'une annonce au bulletin de la cote.</p>
Taux d'intérêt facial	<p>Révisable annuellement</p> <p>A chaque date d'anniversaire, le taux de référence est :</p> <p>Le taux Plein 52 semaines adjudgé lors de la séance d'adjudication précédant la date d'anniversaire du coupon d'au moins cinq jours de bourse.</p> <p>Dans le cas de non- adjudication lors de cette séance, le taux pris en compte sera le taux adjudgé lors de l'avant dernière séance.</p> <p>Dans le cas de non -adjudication lors des 2 dernières séances précédant la date d'anniversaire du coupon, le taux de référence sera déterminé selon la courbe primaire des BDT 52 semaines telle que publiée par Bank Al-Maghrib 5 jours ouvrés avant la date d'anniversaire du coupon.</p> <p>Le taux de référence ainsi obtenu sera augmenté d'une prime de risque de 150 pb.</p> <p>Pour la 1ère année, ce taux ressort à : 5,01% (le taux d'intérêt facial est déterminé en référence à la courbe primaire des BDT 52 Semaines du 8 septembre 2010 telle que publiée par Bank Al - Maghrib, soit 3,51%, augmenté d'une prime de risque de 150 pb).</p> <p>Ce taux sera communiqué à la Bourse de Casablanca par CDG Capital au plus tard 5 jours de bourse avant la date d'anniversaire.</p>
Mode de calcul	<p>La détermination du taux se fera par la méthode de l'interpolation linéaire en utilisant les deux points encadrant la maturité pleine 52 semaines (base monétaire).</p>
Intérêt	<p>Les intérêts seront servis annuellement aux dates anniversaires de la date de jouissance de l'emprunt, soit le 11 octobre de chaque année. Leur paiement interviendra le jour même ou le premier jour ouvré suivant si celui-ci n'est pas ouvré.</p> <p>Du fait de la révision annuelle du taux facial, les intérêts seront calculés sur une base monétaire, soit :</p> <p>[Nominal x taux facial x (nombre de jours exact / 360 jours)]</p>
Remboursement du principal	<p>L'emprunt obligataire de Label Vie SA, fera l'objet d'un remboursement in fine du principal.</p> <p>En cas de fusion, scission ou apport partiel d'actif de Label Vie S.A. intervenant pendant la durée de l'emprunt et entraînant la transmission universelle du patrimoine au</p>

	<p>profit d'une entité juridique distincte, les droits et obligations au titre des obligations seront automatiquement transmis à l'entité juridique substituée dans les droits et les obligations de Label'Vie S.A.</p>
Remboursement anticipé	<p>Label'Vie S.A. s'interdit de procéder, pendant toute la durée de l'emprunt, au remboursement anticipé des obligations, objet de la présente émission.</p> <p>Toutefois, la Société se réserve le droit de procéder à des rachats d'obligations sur le marché secondaire, à condition que les dispositions légales et réglementaires le permettent, ces rachats étant sans conséquences pour un souscripteur souhaitant garder ses titres jusqu'à l'échéance normale et sans incidence sur le calendrier de l'amortissement normal. Les obligations ainsi rachetées seront annulées.</p>
Clauses d'assimilation	<p>Il n'existe aucune assimilation des obligations, objet de la présente note d'information, aux titres d'une émission antérieure.</p> <p>Dans le cas où Label'Vie S.A. émettrait ultérieurement de nouveaux titres jouissant à tous égards de droits identiques à ceux de la tranche A, elle pourra, sans requérir le consentement des porteurs des obligations anciennes, à condition que les contrats d'émission le prévoient, procéder à l'assimilation de l'ensemble des titres des émissions successives, unifiant ainsi l'ensemble des opérations relatives à leur gestion et à leur négociation.</p>
Rang / Subordination	<p>Les obligations émises par Label Vie SA constituent des engagements directs, généraux, inconditionnels et non subordonnés de l'Emetteur, venant au même rang entre eux et toutes les autres dettes, présentes ou futures de l'Emetteur, non assorties de sûretés et non privilégiées en vertu de la loi, à durée déterminée.</p>
Garantie	<p>Les obligations émises par Label'Vie SA ne font l'objet d'aucune garantie particulière.</p>
Notation	<p>La présente émission n'a pas fait l'objet d'une demande de notation.</p>
Droit applicable Juridiction compétente	<p>Droit marocain avec comme juridiction compétente le tribunal de commerce de Rabat.</p>
Représentation de la masse des obligataires	<p>En attendant la tenue de l'Assemblée Générale des Obligataires, le Conseil d'Administration de la Société a désigné Monsieur Mohammed Hdid en tant que mandataire provisoire.</p> <p>Cette décision prendra effet dès l'ouverture de la période de souscription. Etant précisé que le mandataire provisoire nommé est identique pour les tranches A, B, C et D de l'Emission, lesquelles sont regroupées dans une seule et même masse.</p>

II.4.2 Caractéristiques des titres de la Tranche B : Obligations à taux fixe cotées à la Bourse de Casablanca

Nature des titres	Obligations cotées à la bourse de Casablanca, dématérialisées par inscription au dépositaire central (Marocclear) et inscrites en compte auprès des affiliés habilités.
Forme juridique	Au porteur
Procédure de 1^{ère} cotation	La cotation de la tranche B sera effectuée par une cotation directe conformément aux articles 1.2.6 et 1.2.22 du règlement général de la Bourse des Valeurs.
Plafond de la tranche	500 000 000 Dhs
Nombre de titres à émettre	5.000 titres
Maturité de l'emprunt	5 ans
Période de souscription	Du 29 septembre au 01 octobre 2010
Date de jouissance	11 octobre 2010
Date d'échéance	11 octobre 2015
Prime de risque	160 pb.
Prix d'émission	Au pair, soit 100 000 Dh.
Mode d'allocation	Prorata de la demande.
Négociabilité des titres	Les obligations de la tranche B, objet de la présente note d'information sont librement négociables à la Bourse de Casablanca. Il n'existe aucune restriction imposée par les conditions de l'émission à la libre négociabilité des titres de la tranche B.
Cotation des titres	Les obligations, objet de la tranche B, seront cotées à la Bourse de Casablanca et feront ainsi l'objet d'une demande d'admission au compartiment obligataire de la Bourse de Casablanca. Leur date de cotation est prévue le 06 octobre 2010 sur le compartiment obligataire, sous le code 990142 et le ticker OB142.
Taux d'intérêt facial	Taux fixe. Egal à 5,50% (le taux d'intérêt facial est déterminé en référence à la courbe primaire des BDT 5 ans du 8 septembre 2010 telle que publiée par Bank Al-Maghrib, soit 3,90%, augmenté d'une prime de risque de 160 pb).
Intérêt	Les intérêts seront servis annuellement aux dates anniversaires de la date de jouissance de l'emprunt, soit le 11 octobre de chaque année. Leur paiement interviendra le jour même ou le premier jour ouvré suivant le 11 octobre si celui-ci n'est pas un jour ouvré. Les intérêts des obligations cesseront de courir à dater du jour où le capital sera mis en remboursement par la Société. Aucun report des intérêts ne sera possible dans le cadre de cette opération.
Remboursement du principal	L'emprunt obligataire de Label Vie SA, fera l'objet d'un remboursement in fine du principal. En cas de fusion, scission ou apport partiel d'actif de Label Vie S.A. intervenant pendant la durée de l'emprunt et entraînant la transmission universelle du patrimoine au profit d'une entité juridique distincte, les droits et obligations au titre des obligations seront automatiquement transmis à l'entité juridique substituée dans les droits et les obligations de Label Vie S.A.
Remboursement anticipé	Label Vie S.A. s'interdit de procéder, pendant toute la durée de l'emprunt, au remboursement anticipé des obligations, objet de la présente émission. Toutefois, la Société se réserve le droit de procéder à des

	<p>rachats d'obligations sur le marché secondaire, à condition que les dispositions légales et réglementaires le permettent, ces rachats étant sans conséquences pour un souscripteur souhaitant garder ses titres jusqu'à l'échéance normale et sans incidence sur le calendrier de l'amortissement normal. Les obligations ainsi rachetées seront annulées.</p>
Clauses d'assimilation	<p>Il n'existe aucune assimilation des obligations, objet de la présente note d'information, aux titres d'une émission antérieure.</p> <p>Dans le cas où Label'Vie S.A. émettrait ultérieurement de nouveaux titres jouissant à tous égards de droits identiques à ceux de la tranche B, elle pourra, sans requérir le consentement des porteurs des obligations anciennes, à condition que les contrats d'émission le prévoient, procéder à l'assimilation de l'ensemble des titres des émissions successives, unifiant ainsi l'ensemble des opérations relatives à leur gestion et à leur négociation.</p>
Rang / Subordination	<p>Les obligations émises par Label Vie SA constituent des engagements directs, généraux, inconditionnels et non subordonnés de l'Emetteur, venant au même rang entre eux et toutes les autres dettes, présentes ou futures de l'Emetteur, non assorties de sûretés et non privilégiées en vertu de la loi, à durée déterminée.</p>
Garantie	<p>Les obligations émises par Label'Vie SA ne font l'objet d'aucune garantie particulière.</p>
Notation	<p>La présente émission n'a pas fait l'objet d'une demande de notation.</p>
Droit applicable Juridiction compétente	<p>Droit marocain avec comme juridiction compétente le tribunal de commerce de Rabat.</p>
Représentation de la masse des obligataires	<p>En attendant la tenue de l'Assemblée Générale des Obligataires, le Conseil d'Administration de la Société a désigné Monsieur Mohammed Hdid en tant que mandataire provisoire.</p> <p>Cette décision prendra effet dès l'ouverture de la période de souscription. Etant précisé que le mandataire provisoire nommé est identique pour les tranches A, B, C et D de l'Emission, lesquelles sont regroupées dans une seule et même masse.</p>

II.4.3 Caractéristiques des titres de la Tranche C : Obligations à taux révisable non cotées à la Bourse de Casablanca

Nature des titres	Obligations négociables non cotées, entièrement dématérialisées par inscription au Dépositaire Central (Maroclear) et inscrites en compte auprès des affiliés habilités.
Forme juridique	Au porteur
Cotation	Non cotée
Plafond de la tranche	500 000 000 Dh
Nombre de titres à émettre	5.000 titres
Maturité de l'emprunt	5 ans
Période de souscription	Du 29 septembre au 01 octobre 2010
Date de jouissance	11 octobre 2010
Date d'échéance	11 octobre 2015
Prime de risque	150 pb.
Prix d'émission	Au pair, soit 100 000 Dh.
Mode d'allocation	Prorata de la demande.
Négociabilité des titres	De gré à gré. Il n'existe aucune restriction imposée par les conditions de l'émission à la libre négociabilité des obligations de la tranche C.
Taux d'intérêt facial	Révisable annuellement. A chaque date d'anniversaire, le taux de référence est : Le taux Plein 52 semaines adjudgé lors de la séance d'adjudication précédant la date d'anniversaire du coupon d'au moins cinq jours de bourse. Dans le cas de non- adjudication lors de cette séance, le taux pris en compte sera le taux adjudgé lors de l'avant dernière séance. Dans le cas de non- adjudication lors des 2 dernières séances précédant la date d'anniversaire du coupon, le taux de référence sera déterminé selon la courbe primaire des BDT 52 semaines telle que publiée par Bank Al - Maghrib 5 jours ouvrés avant la date d'anniversaire du coupon. Pour la 1ère année, ce taux ressort à : 5,01% (le taux d'intérêt facial est déterminé en référence à la courbe primaire des BDT 52 Semaines du 8 septembre 2010 telle que publiée par Bank Al - Maghrib, soit 3,51%, augmenté d'une prime de risque de 150 pb). Ce taux sera communiqué à la Bourse de Casablanca par CDG Capital au plus tard 5 jours de bourse avant la date d'anniversaire.
Date de détermination du taux d'intérêt	Le coupon sera révisé annuellement aux dates anniversaires de la date de jouissance de l'emprunt, soit le 11 octobre de chaque année.
Mode de calcul	La détermination du taux se fera par la méthode de l'interpolation linéaire en utilisant les deux points encadrant la maturité pleine 52 semaines (base monétaire).
Intérêt	Les intérêts seront servis annuellement aux dates anniversaires de la date de jouissance de l'emprunt, soit le 11 octobre de chaque année. Leur paiement interviendra le jour même ou le premier jour ouvré suivant le 11 octobre si celui-ci n'est pas ouvré. Du fait de la révision annuelle du taux facial, les intérêts seront calculés sur une base monétaire, soit :

	[Nominal x taux facial x (nombre de jours exact / 360 jours)].
Remboursement du principal	L'emprunt obligataire de Label Vie SA, fera l'objet d'un remboursement in fine du principal. En cas de fusion, scission ou apport partiel d'actif de Label Vie S.A. intervenant pendant la durée de l'emprunt et entraînant la transmission universelle du patrimoine au profit d'une entité juridique distincte, les droits et obligations au titre des obligations seront automatiquement transmis à l'entité juridique substituée dans les droits et les obligations de Label Vie S.A.
Remboursement anticipé	Label Vie S.A. s'interdit de procéder, pendant toute la durée de l'emprunt, au remboursement anticipé des obligations, objet de la présente émission. Toutefois, la Société se réserve le droit de procéder à des rachats d'obligations sur le marché secondaire, à condition que les dispositions légales et réglementaires le permettent, ces rachats étant sans conséquences pour un souscripteur souhaitant garder ses titres jusqu'à l'échéance normale et sans incidence sur le calendrier de l'amortissement normal. Les obligations ainsi rachetées seront annulées.
Clauses d'assimilation	Il n'existe aucune assimilation des obligations, objet de la présente note d'information, aux titres d'une émission antérieure. Dans le cas où Label Vie S.A. émettrait ultérieurement de nouveaux titres jouissant à tous égards de droits identiques à ceux de la tranche C, elle pourra, sans requérir le consentement des porteurs des obligations anciennes, à condition que les contrats d'émission le prévoient, procéder à l'assimilation de l'ensemble des titres des émissions successives, unifiant ainsi l'ensemble des opérations relatives à leur gestion et à leur négociation.
Rang / Subordination	Les obligations émises par Label Vie SA constituent des engagements directs, généraux, inconditionnels et non subordonnés de l'Emetteur, venant au même rang entre eux et toutes les autres dettes, présentes ou futures de l'Emetteur, non assorties de sûretés et non privilégiées en vertu de la loi, à durée déterminée.
Garantie	Les obligations émises par Label Vie SA ne font l'objet d'aucune garantie particulière.
Notation	La présente émission n'a pas fait l'objet d'une demande de notation.
Droit applicable Juridiction compétente	Droit marocain avec comme juridiction compétente le tribunal de commerce de Rabat.
Représentation de la masse des obligataires	En attendant la tenue de l'Assemblée Générale des Obligataires, le Conseil d'Administration de la Société a désigné Monsieur Mohammed Hdid en tant que mandataire provisoire. Cette décision prendra effet dès l'ouverture de la période de souscription. Etant précisé que le mandataire provisoire nommé est identique pour les tranches A, B, C et D de l'Emission, lesquelles sont regroupées dans une seule et même masse.

II.4.4 Caractéristiques des titres de la Tranche D : Obligations à taux fixe non cotées à la Bourse de Casablanca

Nature des titres	Obligations négociables non cotées, entièrement dématérialisées par inscription au Dépositaire Central (Maroclear) et inscrites en compte auprès des affiliés habilités.
Forme juridique	Au porteur
Cotation	Non cotée
Plafond de la tranche	500 000 000 Dhs
Nombre de titres à émettre	5.000 titres
Maturité de l'emprunt	5 ans
Période de souscription	Du 29 septembre au 01 octobre 2010
Date de jouissance	11 octobre 2010
Date d'échéance	11 octobre 2015
Prime de risque	160 pb.
Prix d'émission	Au pair, soit 100 000 Dh.
Mode d'allocation	Prorata de la demande.
Négociabilité des titres	De gré à gré. Il n'existe aucune restriction imposée par les conditions de l'émission à la libre négociabilité des obligations de la tranche D.
Taux d'intérêt facial	Taux fixe. Egal à 5,50% (le taux d'intérêt facial est déterminé en référence à la courbe primaire des BDT 5 ans du 8 septembre 2010 telle que publiée par Bank Al-Maghrib, soit 3,90%, augmenté d'une prime de risque de 160 pb).
Intérêt	Les intérêts seront servis annuellement aux dates anniversaires de la date de jouissance de l'emprunt, soit le 11 octobre de chaque année. Leur paiement interviendra le jour même ou le premier jour ouvré suivant le 11 octobre si celui-ci n'est pas un jour ouvré. Les intérêts des obligations cesseront de courir à dater du jour où le capital sera mis en remboursement par la Société. Aucun report des intérêts ne sera possible dans le cadre de cette opération.
Remboursement du principal	L'emprunt obligataire de Label Vie SA, fera l'objet d'un remboursement in fine du principal. En cas de fusion, scission ou apport partiel d'actif de Label Vie S.A. intervenant pendant la durée de l'emprunt et entraînant la transmission universelle du patrimoine au profit d'une entité juridique distincte, les droits et obligations au titre des obligations seront automatiquement transmis à l'entité juridique substituée dans les droits et les obligations de Label Vie S.A.
Remboursement anticipé	Label Vie S.A. s'interdit de procéder, pendant toute la durée de l'emprunt, au remboursement anticipé des obligations, objet de la présente émission. Toutefois, la Société se réserve le droit de procéder à des rachats d'obligations sur le marché secondaire, à condition que les dispositions légales et réglementaires le permettent, ces rachats étant sans conséquences pour un souscripteur souhaitant garder ses titres jusqu'à l'échéance normale et sans incidence sur le calendrier de l'amortissement normal. Les obligations ainsi rachetées seront annulées.
Clauses d'assimilation	Il n'existe aucune assimilation des obligations, objet de la présente note d'information, aux titres d'une émission antérieure.

	Dans le cas où Label Vie S.A. émettrait ultérieurement de nouveaux titres jouissant à tous égards de droits identiques à ceux de la tranche D, elle pourra, sans requérir le consentement des porteurs des obligations anciennes, à condition que les contrats d'émission le prévoient, procéder à l'assimilation de l'ensemble des titres des émissions successives, unifiant ainsi l'ensemble des opérations relatives à leur gestion et à leur négociation.
Rang / Subordination	Les obligations émises par Label Vie SA et leurs intérêts constituent des engagements directs, généraux, inconditionnels et non subordonnés de l'Emetteur, venant au même rang entre eux et toutes les autres dettes, présentes ou futures de l'Emetteur, non assorties de sûretés et non privilégiées en vertu de la loi, à durée déterminée.
Garantie	Les obligations émises par Label Vie SA ne font l'objet d'aucune garantie particulière.
Notation	La présente émission n'a pas fait l'objet d'une demande de notation.
Droit applicable Juridiction compétente	Droit marocain avec comme juridiction compétente le tribunal de commerce de Rabat.
Représentation de la masse des obligataires	En attendant la tenue de l'Assemblée Générale des Obligataires, le Conseil d'Administration de la Société a désigné Monsieur Mohammed Hdid en tant que mandataire provisoire. Cette décision prendra effet dès l'ouverture de la période de souscription. Etant précisé que le mandataire provisoire nommé est identique pour les tranches A, B, C et D de l'Emission, lesquelles sont regroupées dans une seule et même masse.

II.5. COTATION EN BOURSE

Les obligations des tranches A et B émises dans le cadre de cet emprunt seront admises aux négociations sur le compartiment obligataire de la Bourse de Casablanca.

Tranche A	
Date d'introduction et de cotation prévue	06 octobre 2010
Code	990141
Ticker	OB141
Procédure de première cotation	Cotation Directe
Etablissement chargé de l'enregistrement de l'opération à la Bourse de Casablanca	CDG Capital Bourse 9, boulevard Kennedy, Casablanca
Etablissement centralisateur	CDG Capital Tour Mamounia Place Moulay El Hassan – Rabat
Tranche B	
Date d'introduction et de cotation prévue	06 octobre 2010
Code	990142
Ticker	OB142
Procédure de première cotation	Cotation Directe
Etablissement chargé de l'enregistrement de l'opération à la Bourse de Casablanca	CDG Capital Bourse 9, boulevard Kennedy, Casablanca
Etablissement centralisateur	CDG Capital Tour Mamounia Place Moulay El Hassan –

II.6. CALENDRIER DE L'OPERATION

Ordre	Étapes	Au plus tard
1	Réception du dossier complet par la Bourse de Casablanca	20 Septembre 2010
2	Emission par la Bourse de Casablanca de l'avis d'approbation et du calendrier de l'opération	21 Septembre 2010
3	Réception par la Bourse de Casablanca de la note d'information visée par le CDVM	21 Septembre 2010
4	Publication de l'avis d'introduction des obligations émises dans le cadre de la tranche A et B au bulletin de la cote	22 Septembre 2010
5	Publication de l'extrait de la note d'information dans un journal d'annonces légales	23 Septembre 2010
6	Ouverture de la période de souscription	29 Septembre 2010
7	Clôture de la période de souscription	01 octobre 2010
8	Réception par la Bourse de Casablanca des résultats de l'opération	04 octobre 2010 (à 12h00 au plus tard)
9	- Admission des obligations - Annonce des résultats de l'opération au bulletin de la cote - Enregistrement de la transaction en bourse	06 octobre 2010
11	Publication des résultats de l'opération dans un JAL	08 Octobre 2010
10	Règlement / livraison	11 Octobre 2010

II.7. SYNDICAT DE PLACEMENT ET INTERMEDIAIRES FINANCIERS

Type d'intermédiaire financier	
Conseiller et coordinateur global de l'opération	CDG Capital Place Moulay Hassan - BP 408, Rabat
Organisme centralisateur et Chef de File du syndicat de placement	CDG Capital Place Moulay Hassan - BP 408, Rabat
Membres du Syndicat de placement	BMCE BANK Rond-point Hassan II – tour BMCE, Casablanca
	BCP BANK 101, Bd. Zerktouni, Casablanca
Etablissement gestionnaire des titres	CDG Capital Place Moulay Hassan - BP 408, Rabat
Dépositaire central	MAROCLEAR Route d'El Jadida, 18, Cité Laia – Casablanca
Organisme domiciliataire	CDG Capital Place Moulay Hassan - BP 408, Rabat
Etablissement chargé de l'enregistrement de l'opération à la Bourse de Casablanca	CDG Capital Bourse 9, boulevard Kennedy, Casablanca

II.8. GARANTIE DE BONNE FIN

L'émission est assortie d'une garantie de bonne fin, consentie au bénéfice de L'émetteur, à titre purement et strictement individuel par les établissements placeurs et relative, pour chacun d'entre eux, au placement du nombre de titres lui revenant tel que figurant dans le tableau ci-dessous.

A ce titre, et de convention expresse entre les établissements placeurs et l'émetteur, il est stipulé que l'engagement de garantie de bonne fin est souscrit à titre individuel et personnel par chaque établissement placeur, sans aucune solidarité expresse ou tacite entre les établissements placeurs, chacun d'entre eux étant seul et unique responsable envers l'émetteur en cas de défaillance totale ou partielle dans le placement des titres lui revenant, l'émetteur ne pouvant rechercher un membre quelconque des établissements placeurs ou tous les établissements placeurs en cas de défaillance d'un établissement placeur.

Chacun des établissements placeurs est tenu d'une obligation de résultat et reste individuellement mais entièrement responsable de la collecte des souscriptions relatives au nombre de titres lui revenant et s'engage envers l'émetteur à en assurer le bon dénouement.

A ce titre, les établissements placeurs s'engagent envers l'émetteur irrévocablement et inconditionnellement à souscrire l'intégralité des obligations non placées par eux au terme de la période de souscription, à concurrence des montants et pourcentages respectifs définis dans le tableau ci-dessous, et ce au plus tard à la date de clôture des souscriptions.

Membre	Nombre de titres	Valeur nominale en Dh	Montant en Dh	% de l'émission
CDG Capital	3 000	100 000	300 000 000	60%
BMCE Bank	1 000	100 000	100 000 000	20%
BCP	1 000	100 000	100 000 000	20%
Total	5 000	100 000	500 000 000	100%

A l'issue de la période de souscription, le montant collecté par chaque établissement placeur viendra en déduction du montant garanti par ledit membre.

Toutefois, selon l'article 3.3 de la circulaire 06/06 du CDVM, en cas de placement assorti d'une prise ferme ou de garantie de bonne fin, la conservation des titres par l'intermédiaire est contraire au principe de diffusion dans le public. Aussi, l'intermédiaire ayant acquis des titres dans le cadre d'une prise ferme ou d'une garantie de bonne fin devra faire ses meilleurs efforts pour céder lesdits titres sur le marché secondaire dans un délai maximum d'un an à compter de la clôture de l'opération.

II.9. MODALITES DE SOUSCRIPTION DES TITRES

II.9.1. Période de souscription :

La période de souscription à la présente émission débutera le 29 septembre 2010 et sera clôturée le 01 octobre 2010 inclus.

II.9.2. Souscripteurs :

La souscription primaire aux obligations, objet de la présente note d'information, est réservée aux investisseurs institutionnels de droit marocain, définis ci-après :

- Les compagnies financières visées à l'article 14 du Dahir n°1-05-178 du 14 février 2006 portant promulgation de la loi n°34-03 relative aux établissements de crédit et organismes assimilés sous réserve du respect des dispositions législatives, réglementaires ou statutaires et des règles prudentielles qui les régissent ;
- Les établissements de crédit visés à l'article premier du Dahir n°1-05-178 précité sous réserve du respect des dispositions législatives, réglementaires ou statutaires et des règles prudentielles qui les régissent ;
- Les Organismes de Placement Collectif en Valeurs Mobilières (OPCVM) régis par le Dahir portant loi n°1-93-213 du rabii II 1414 (21 septembre 1993) relatif aux organismes de placement collectif en valeurs mobilières sous réserve du respect des dispositions législatives, réglementaires ou statutaires et des règles prudentielles qui les régissent ;
- Les entreprises d'assurance et de réassurance agréées et telles que régies par la loi n°17-99 portant Code des Assurances sous réserve du respect des dispositions statutaires et des règles prudentielles qui les régissent ;
- La Caisse de Dépôt et de Gestion sous réserve du respect des dispositions législatives, réglementaires ou statutaires et des règles prudentielles qui la régissent ;
- Les organismes de retraite et de pension sous réserve du respect des dispositions législatives, réglementaires ou statutaires et des règles prudentielles qui les régissent.

Les souscriptions sont toutes en numéraire, quelque soit la catégorie de souscripteurs.

II.9.3. Identification des souscripteurs :

Les membres du syndicat de placement et le Chef de file doivent s'assurer de l'appartenance du souscripteur à l'une des catégories définies ci-dessus. Ils doivent joindre une copie du document d'identification des souscripteurs au bulletin de souscription conçu pour l'opération.

Pour chaque catégorie de souscripteurs, les documents d'identification à produire, se présentent comme suit :

Catégorie de souscripteur	Document à joindre
OPCVM de droit marocain	Photocopie de la décision d'agrément : - pour les FCP, le certificat de dépôt au greffe du tribunal ; - pour les SICAV, le modèle des inscriptions au registre de commerce.
Investisseurs qualifiés (hors OPCVM)	Modèle de l'inscription au registre de commerce comprenant l'objet social faisant ressortir l'appartenance du souscripteur à cette catégorie.

II.9.4. Modalités de souscription :

Les souscriptions seront réalisées à l'aide d'un bulletin de souscription. Les ordres de souscriptions seront collectés par le biais des établissements placeurs qui se chargeront de les transmettre au centralisateur de l'émission.

Chaque souscripteur a la possibilité de souscrire pour l'emprunt coté et/ou non coté à taux fixe et/ou variable.

Il n'est pas institué de plafond ou de plancher de souscription au titre de l'émission.

Au cours de la période de souscription, les souscripteurs peuvent s'adresser à l'un des établissements placeurs pour formuler une ou plusieurs demandes de souscription en spécifiant le montant et la tranche de titres souhaités.

Tout bulletin de souscription doit être signé par le souscripteur ou son mandataire et transmis à un établissement placeur de son choix. Toutes les souscriptions se feront en numéraire et doivent être exprimées en nombre de titres.

Durant la période de souscription, chaque investisseur devra remettre avant 16h00, à l'établissement placeur de son choix, son bulletin de souscription ferme, irrévocable et dûment rempli et signé.

Le syndicat de placement s'engage à ne pas accepter de souscription collectée par une entité ne faisant pas partie du syndicat de placement.

A moins d'être frappées de nullité, les demandes de souscription sont cumulatives quotidiennement.

II.9.5. Modalités de centralisation:

Au cours de la période de souscription, chaque établissement placeur devra transmettre quotidiennement à 16h00 à CDG Capital (l'établissement centralisateur), un état récapitulatif et consolidé des souscriptions qu'il aura reçues pendant la journée.

L'état quotidien de souscription doit parvenir par fax au numéro 05 37 66 52 70 et au plus tard à 16h00 au centralisateur de l'émission.

En cas de non-souscription pendant la journée, l'état des souscriptions devra être transmis avec la mention "Néant".

Lors du dernier jour de la période de souscription, soit le 01 octobre 2010, chacun des établissements placeurs devra remettre à CDG Capital, à 16 heures, un état récapitulatif définitif, détaillé et consolidé des souscriptions qu'il aura reçues.

II.9.6. Modalités d'allocation :

L'allocation des obligations se fera à la clôture de la période de souscription, à partir de 17h00, selon les souscriptions présentées par le syndicat de placement.

Il sera alors procédé après 17h00 à :

- la consolidation de l'ensemble des demandes de souscription recevables, c'est-à-dire, toutes les demandes de souscription autres que celles frappées de nullité ;
- l'allocation selon la méthode définie ci-après.

Les demandes exprimées seront servies jusqu'à ce que le montant maximum de l'émission soit atteint. Dans le cas où le nombre des obligations demandé serait supérieur au nombre de titres disponibles, l'allocation se fera au prorata, sur la base d'un taux d'allocation.

Même si le plafond autorisé pour chaque tranche est de 500 millions de dirhams, le montant adjugé pour les quatre tranches confondues ne pourra, en aucun cas, dépasser 500 millions de dirhams pour l'ensemble de l'émission.

Le taux d'allocation sera déterminé par le rapport : « **Quantité offerte / Quantité demandée** ».

Si le nombre de titres à répartir, en fonction de la règle du prorata déterminée ci-dessus, n'est pas un nombre entier, ce nombre de titres sera arrondi à l'unité inférieure. Les rompus seront alloués, par pallier d'une obligation par souscripteur, avec priorité aux demandes les plus fortes.

A l'issue de la séance d'allocation à laquelle assisteront les représentants dûment désignés par chacun des membres du syndicat de placement, l'émetteur et le chef de file, un procès-verbal d'allocation (détaillé par catégorie de souscription, par tranche, par membre du syndicat de placement et chef de file) sera établi par le chef de file.

L'allocation sera déclarée et reconnue « définitive et irrévocable » par le chef de file, les membres du syndicat de placement et l'émetteur dès la signature par les parties dudit procès-verbal.

II.9.7. Modalités d'annulation des souscriptions :

En cas d'échec de l'opération financière, les souscriptions doivent être remboursées dans un délai de 10 jours ouvrés, à compter de la date de publication des résultats.

Toute souscription qui ne respecte pas les conditions contenues dans la note d'information ou la présente convention de placement est susceptible d'annulation par le chef de file.

II.10. MODALITES DE REGLEMENT ET DE LIVRAISON DES TITRES

II.10.1. Règlement et livraison des titres :

Le règlement livraison interviendra selon la procédure en vigueur et se fera à la date de jouissance qui sera le 11 octobre 2010.

Les titres sont payables au comptant en un seul versement et seront inscrits au nom du souscripteur le jour même, soit le 11 octobre 2010.

CDG Capital, en qualité de dépositaire mandaté, se chargera à la date de jouissance de l'inscription en compte de titres Label Vie.

II.10.3. Procédure d'enregistrement en compte des titres :

A l'issue de l'allocation, les titres attribués à chaque souscripteur sont enregistrés dans son compte titres le jour du Règlement/Livraison.

L'Organisme chargé de l'enregistrement de l'Opération à la Bourse de Casablanca est la société de bourse CDG Capital Bourse.

II.10.4. Domiciliation de l'émission :

CDG Capital est désignée en tant que banque domiciliataire des obligations émises dans le cadre de cette opération.

A ce titre, elle représentera la Société Label Vie SA auprès du dépositaire central Maroclear et de la Bourse de Casablanca et exécutera pour son compte toutes opérations inhérentes aux titres émis dans le cadre de l'émission de cet emprunt obligataire.

II.11. MODALITES DE PUBLICATION DES RESULTATS DE L'OPERATION

Les résultats de l'opération seront publiés au bulletin de la cote de la Bourse de Casablanca, pour les tranches A et B cotées le 06 octobre 2010, et par Label'Vie SA dans un journal d'annonces légales, le 08 octobre 2010 pour les 4 tranches.

II.12. NEGOCIABILITE DES TITRES

A compter de la date du 06 octobre 2010, les obligations émises par la Société, objet de la présente note d'information, seront admises aux négociations auprès :

- de la Bourse de Casablanca pour les tranches A et B ;
- du marché secondaire de gré à gré pour les tranches C et D.

II.13. REGIME FISCAL DES OBLIGATIONS A EMETTRE

L'attention des investisseurs est attirée sur le fait que le régime fiscal marocain est présenté ci-dessous à titre indicatif et ne constitue pas l'exhaustivité des situations fiscales applicables à chaque investisseur.

Ainsi, les personnes morales désireuses de participer à la présente opération sont invitées à s'assurer auprès de leur conseiller fiscal de la fiscalité qui s'applique à leur cas particulier. Sous réserve de modifications légales ou réglementaires, le régime actuellement en vigueur est le suivant :

- Revenus

1. Personnes soumises à l'IR

Les revenus de placements à revenu fixe sont soumis à l'IR retenu à la source au taux de :

- 30% pour les bénéficiaires personnes physiques qui ne sont pas soumises à l'IR selon le régime du bénéfice net réel (BNR) ou le régime du bénéfice net simplifié (BNS) ;
- 20%, imputable sur la cotisation de l'IR avec droit de restitution pour les bénéficiaires personnes morales et personnes physiques soumises à l'IR selon le régime du BNR ou du BNS. Lesdits bénéficiaires doivent, lors de l'encaissement desdits revenus, décliner :

- leur nom, prénom, adresse et numéro de la CIN ou de la carte de séjour pour les étrangers ;

- Leur numéro d'article d'imposition à l'IR.

2. Personnes soumises à l'IS

Les produits de placement à revenu fixe sont soumis à une retenue à la source de 20%, imputable sur le montant des acomptes provisionnels et éventuellement sur le reliquat de l'IS de l'exercice au cours duquel la retenue a été opérée.

Dans ce cas, les bénéficiaires doivent décliner, lors de l'encaissement desdits produits :

- la raison sociale et l'adresse du siège social ou du

- PERSONNES RESIDENTES

	<p>principal établissement ; - le numéro du registre du commerce et celui de l'article d'imposition à l'impôt sur les sociétés.</p>
PERSONNES NON RESIDENTES	<p>Les revenus perçus par les personnes morales non-résidentes sont soumis à la retenue à la source au taux de 10% sous réserve de l'application des dispositions des conventions internationales de non double imposition.</p>
- Plus values	
- PERSONNES MORALES RESIDENTES	<p><u>1. Personnes soumises à l'IR</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Pour les titres non inscrits à l'actif professionnel, le taux d'imposition est de 20% pour les profits nets résultant des cessions d'obligations et autres titres de créance. - Pour les titres inscrits à l'actif professionnel, les plus values sur cession de titres de créances sont comprises dans le résultat imposable imposé à l'IR au taux de barème progressif. <p><u>2. Personnes soumises à l'IS</u></p> <p>Les plus value issues de la cession d'obligations sont comprises dans les produits de la société et imposées à l'IS au taux de droit commun.</p>
PERSONNES MORALES NON RESIDENTES	<p>Les profits de cession d'obligations et autres titres de créances réalisés par les sociétés étrangères sont imposables sous réserve de l'application des dispositions des conventions internationales de non double imposition. Toutefois, les plus-values réalisées sur les valeurs mobilières cotées à la bourse de Casablanca sont exonérées.</p>

II.14. CHARGES RELATIVES À L'OPERATION

Les frais de l'opération à la charge de l'Emetteur sont estimés à environ 1,20% du montant de l'opération. Ils comprennent notamment les charges suivantes :

- (i) Les frais légaux ;
- (ii) Le conseil financier ;
- (iii) Le conseil juridique ;
- (iv) La communication ;
- (v) La commission relative au visa du Conseil Déontologique des Valeurs Mobilières ;
- (vi) Le placement et le courtage;
- (vii) La commission à Maroclear ;
- (viii) La centralisation et l'enregistrement de l'émission ; et
- (ix) La commission relative à la cotation à la Bourse de Casablanca.

III. PRESENTATION GENERALE DE LABEL'VIE SA

III.1. RENSEIGNEMENTS A CARACTERE GENERAL

Dénomination sociale	Label'Vie S.A.
Siège Social	Rabat - Souissi, Km 3,5, angle rues Zaërs et Rif.
Téléphone	(212) 537 56 95 95
Télécopie	(212) 537 56 95 66
Site Internet	www.labelvie.ma
Adresse électronique	Contact@labelvie.ma
Forme juridique	Société Anonyme de droit privé marocain à Conseil d'Administration
Date de constitution	16 octobre 1985
Durée de vie	99 ans
Numéro du registre de commerce	27.433 – Rabat
Exercice social	Du 1 ^{er} janvier au 31 décembre
Objet social (extrait article 2 des statuts)	<p>« La société a pour objet :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ L'achat et la vente, sous la forme de libre service (supermarché) ou tout autre forme, de tout article et produit de consommation courante et notamment : produits alimentaires ; produits d'entretien, de parfumerie, de lingerie, de droguerie et de jardinage ; produits d'ameublement et de décoration ; articles pour enfants (jouets, bonneterie, etc.) ; articles électroménagers (radios, télévisions, photos, cuisinières, réfrigérateurs, etc., ...); articles paramédical, tabacs, articles de tabacs, journaux, articles de papeterie et de librairie ; ▪ L'exploitation de boulangerie, pâtisserie, boucherie, poissonnerie, rôtisserie, etc. ...); ▪ L'achat et la vente en détail de toutes les boissons (alcoolisées ou non), le tout conformément aux lois et réglementations en vigueur au Maroc ; ▪ La société pourra, également, s'intéresser dans toutes entreprises ou sociétés marocaines et étrangères dont le commerce serait similaire ou de nature à favoriser et à développer son propre commerce ; <p>Et plus généralement, toutes opérations industrielles, commerciales, financières, mobilières ou immobilières se rattachant directement ou indirectement à l'objet social et susceptibles d'en favoriser la réalisation. »</p>
Capital social (au 31/12/2009)	229 075 000 Dh, divisé en 2 290 750 actions d'une valeur nominale de 100 Dh chacune.
Disponibilité des documents juridiques	Les documents sociaux, comptables et juridiques dont la communication est prévue par la loi ainsi que les statuts, peuvent être consultés au siège social de la société.
Textes législatifs et réglementaires applicables à l'émetteur	De par sa forme juridique, la société est régie par la loi n°17-95 promulguée par le Dahir n°1-96-124 du 30 août 1996 relative aux sociétés anonymes, telle que modifiée et complétée par le Dahir 1-08-18 du 23 mai 2008 portant promulgation de la Loi N°20-05 ;

De par sa cotation à la Bourse de Casablanca, Label'Vie SA est soumise à toutes les dispositions légales et réglementaires relatives au marché financier et notamment :

- Dahir portant loi n°1-93-212 du 21 septembre 1993 relatif au Conseil Déontologique des Valeurs Mobilières et aux informations exigées des personnes morales faisant appel public à l'épargne tel que modifié et complété par la loi n°23-01, la loi 36-05 et la loi 44-06 ;
- Dahir portant loi n°1-93-211 du 21 septembre 1993 relatif à la Bourse de Casablanca tel que modifié et complété par les lois n°34-96, 29-00, 45-06, 52-01, et par l'arrêté N°1268-08 du 7 juillet 2008 ;
- Règlement général de la bourse de Casablanca approuvé par l'arrêté du Ministre de l'économie, des finances, de la privatisation et du tourisme n° 1960-01 du 30 octobre 2001. Celui-ci a été modifié par l'amendement de juin 2004 entré en vigueur en novembre 2004 et par l'arrêté n 1268 – 08 du 07 juillet 2008;
- Dahir portant loi n°1-96-246 du 9 janvier 1997 portant promulgation de loi n°35-96 relative à la création d'un dépositaire central et à l'institution d'un régime général de l'inscription en compte de certaines valeurs tel que modifié par la loi n°43-02 ;
- Règlement Général du Dépositaire Central approuvé par l'Arrêté du ministre de l'économie et des finances n° 932-98 du 16 avril 1998 et amendé par l'Arrêté du Ministre de l'Economie, des finances, de la privatisation et du tourisme n°1961-01 du 30 octobre 2001 ;
- Dahir N°1-04-21 du 21 avril 2004 portant promulgation de la loi N°26-03 relative aux offres publiques sur le marché boursier marocain tel que modifié par la loi N°46-06 ;
- Règlement général du CDVM approuvé par l'arrêté du Ministre de l'Economie et des Finances N°822-08 du 14 avril 2008 ;

De par son activité la société Label'Vie S.A. est soumise aux différents textes législatifs tels que présentés dans la partie « *Secteur d'activité, Environnement national, Réglementation du secteur* ».

Tribunal compétent en cas de litige	Tribunal du Commerce de Rabat
Fiscalité	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La Société est soumise à l'impôt sur les sociétés au taux de droit commun, soit 30% avec un abattement de 50% pour 3 ans à compter de 2008. ▪ La Société est soumise à la TVA (0%, 7%, 10%, 14% et 20%) ; ▪ Au taux de droit commun (20%) pour les investissements et les autres produits ;

III.2. RENSEIGNEMENT SUR LE CAPITAL DE L'EMETTEUR

III.2.1. Situation au 30 mars 2010 :

Au 30 mars 2010, le capital social de la Société Label'Vie SA s'établit à 229 075 000 Dh. Il se décompose en 2 290 750 actions d'une valeur nominale de 100 dh chacune, soit nominatives soit au porteur, et entièrement libérées.

III.2.2. Historique du capital et de l'actionariat :

Date	Nature de l'opération	Nombre d'actions créées/sup primées	Nominal (DH)	Montant de l'opération (DH)	Nbre total d'actions	Capital social (DH)
16/10/85	Constitution de la société				10 000	1 000 000
07/11/88	Augmentation de capital par intégration des comptes courants associés	10 000	100	1 000 000	20 000	2 000 000
12/09/95	Augmentation de capital par intégration des comptes courants associés	20 000	100	2 000 000	40 000	4 000 000
22/11/99	Augmentation de capital par l'incorporation au capital de la prime de fusion suite à l'absorption du supermarché Riad I	8 000	100	800 000	48 000	4 800 000
07/11/00	Réduction de capital motivée par l'apurement des déficits antérieurs cumulés	-18 000	100	-1 800 000	30 000	3 000 000
07/11/00	Augmentation de capital par l'incorporation au capital de la prime de fusion suite à l'absorption du supermarché Shem's	13 000	100	1 300 000	43 000	4 300 000
13/11/00	Augmentation de capital par apports en numéraire au prix de 100 DH par action	97 000	100	9 700 000	140 000	14 000 000
04/07/02	Augmentation de capital par apports en numéraire au prix de 571 DH par action (entrée dans le capital de Cyrus Capital et de Salafin)	35 000	100	3 500 000	175 000	17 500 000
10/12/02	Augmentation de capital par l'incorporation de la prime d'émission suite à l'augmentation de capital du 04/07/2002	165 000	100	16 500 000	340 000	34 000 000
27/03/03	Augmentation de capital par l'incorporation au capital de la prime de fusion suite à l'absorption de Superdiplo Maroc	320 000	100	32 000 000	660 000	66 000 000
20/09/03	Augmentation de capital par l'incorporation au capital de la prime de fusion suite à l'absorption du supermarché Maromarché (Label'Vie Hassan)	66 000	100	6 600 000	726 000	72 600 000
20/02/04	Augmentation de capital par apports en numéraire au prix de 226,75 DH par action (entrée dans le capital d'ESTERAD et HBM pour financer le développement des points de vente notamment Meknes en 2004, Settat et Anfa en 2005)	207 279	100	20 727 900	933 279	93 327 900
25/03/04	Augmentation de capital par l'incorporation de la prime	262 721	100	26 272 100	1 196 000	119 600 000

	d'émission suite à l'augmentation de capital du 20/02/2004					
02/12/05	Augmentation de capital par l'incorporation de la prime de fusion suite à l'absorption du supermarché Drime (Label'Vie La Gironde).	60 000	100	6 000 000	1 256 000	125 600 000
11/04/06	Augmentation de capital par apports en numéraire au prix de 168,71 DH par action pour financer les futurs points de vente (El Jadida et Lissasfa notamment); Salafin, HBM et Cyrus ont renoncé à leur droit préférentiel de souscription au profit de Retail Holding.	207 456	100	20 745 600	1 463 456	146 345 600
19/05/06	Augmentation de capital par l'incorporation de la prime d'émission suite à l'augmentation de capital du 11/04/2006.	142 544	100	14 254 400	1 606 000	160 600 000
30/10/06	Réduction de capital pour résorber les reports à nouveau négatifs (de -48 MDH à -13 MDH).	-350 000	100	-35 000 000	1 256 000	125 600 000
12/12/2007	Augmentation de capital par incorporation de la prime de fusion suite à l'absorption du supermarché Quartier des Hôpitaux.	53 000	100	5 300 000	1 309 000	130 900 000
28/12/2007	Augmentation de capital par apport en numéraire au prix de 100 DH par action pour faire face au plan de développement 2008.	486 948	100	48 694 800	1 795 948	179 594 800
28/12/2007	Augmentation de capital par apport en numéraire au prix de 100 DH réservée aux salariés cadres supérieurs.	36 652	100	3 665 200	1 832 600	183 260 000
28/06/2008	Augmentation de capital par introduction en bourse réservée au public à prix ouvert entre 995 Dh et 1 144 Dh.	458 150	100	45 815 000	2 290 750	229 075 000

Source : Label Vie SA

Les opérations sur capital effectuées depuis la création de la Société avaient pour objet de renforcer la structure des fonds propres afin de financer la croissance de Label Vie S.A. et de faire face au développement de son activité.

Au cours des cinq derniers exercices, Label Vie S.A a réalisé plusieurs opérations d'augmentation de capital détaillées comme suit :

- Suite à l'absorption du supermarché Drime (Label'Vie La Gironde), la Société a procédé le 02/12/2005 à une augmentation de capital de 6 000 000 Dh par incorporation de la prime de fusion.
- Le 11/04/2006, la Société a effectué une augmentation de capital de 20 745 600 Dh par apport en numéraire au prix unitaire de 168,71 Dh afin de financer les futurs points de vente (El Jadida et Lissasfa notamment). Au titre de cette augmentation de capital, Salafin, HBM et Cyrus ont renoncé à leur droit préférentiel de souscription au profit de Retail Holding.
- Au 19/05/2006, la Société a augmenté son capital suite à l'incorporation de la prime d'émission relative à l'augmentation de capital du 11/04/2006. le montant de l'opération était de 14 254 400 Dh.

- Dans le but de résorber les reports à nouveau négatifs, les portants de -48 Mdh à -13 Mdh, la société a effectué le 30/10/2006 une réduction de capital de l'ordre de (35 000 000) Dh.
- Suite à la fusion absorption du supermarché Quartier des Hôpitaux (Label Shop) le 12 décembre 2007, Label Vie SA a opéré une augmentation de capital par incorporation de la prime de fusion de 5,3 Mdh. En effet, l'assemblée générale du 12 décembre 2007 a approuvé le traité de fusion et a accepté définitivement les apports effectués au titre de la fusion par la société WABI, soit un montant d'apport net de 5,3 Mdh.

L'absorption de la société WABI a permis à la société de bénéficier d'économies d'échelle sur les charges au niveau du siège et de la plateforme, d'augmenter ses volumes d'activité et sa notoriété.

- Le 28 décembre 2007, deux opérations sur capital ont été enregistrées :
 - une première augmentation de capital par apport en numéraire au prix de 100 Dh par action, réservée aux actionnaires au prorata de leur participation avec maintien du droit préférentiel de souscription, pour faire face au plan de développement 2008. Cette augmentation de capital a porté sur l'émission de 486 948 actions pour un montant de 48 694 800 Dh ;
 - une seconde augmentation de capital par apport en numéraire au prix de 100 Dh avec suppression du droit préférentiel de souscription réservée aux salariés cadres supérieurs de la société portant sur 36 652 actions.
- Le 28 juin 2008, une augmentation de capital par apport en numéraire a été réalisée suite à l'introduction en bourse de Label Vie SA. L'augmentation de capital a porté sur la création de 458 150 actions nouvelles au prix de 1144 Dh, soit un montant total de l'opération de 45 815 000 Dh, portant le capital social de la société à 229 075 000 Mdh.

III.2.3. Evolution de la structure de l'actionariat de Label Vie :

La structure de l'actionariat de Label Vie a évolué comme suit depuis 2007 :

Actionnaires	31/12/2007		31/12/2008		31/12/2009	
	Nombre d'actions	% du capital	Nombre d'actions	% du capital	Nombre d'actions	% du capital
Retail Holding	1 334 073	72,8%	1 334 073	58,2%	1 349 665	58,9%
CNIA SAADA	-	-	-	-	425 392	18,6%
UNIMER	1	Ns	1	Ns	1	Ns
FCEC	94 403	5,2%	94 403	4,1%	-	-
Salariés	36 652	2,0%	74 849	3,3%	52 920	2,3%
Personnes physiques :						
- Said ALJ	114 585	6,3%	114 585	5,0%	-	Ns
- Zouhair BENNANI	86 687	4,7%	86 687	3,8%	-	Ns
- Moulay Hafid ELALAMY	89 797	4,9%	89 797	3,9%	-	Ns
- Autres	76 402	4,3%	38 205	1,7%	36 832	1,6%
Flottant	-	-	458 150	20,0%	425 940	18,6%
Total	1 832 600	-	2 290 750	-	2 290 750	-

Source : Label Vie SA

Une action Label Vie SA correspond à un droit de vote.

La période allant de 2007 à 2009 a enregistré deux événements majeurs :

- En 2008, Label Vie SA a enregistré l'opération d'introduction en bourse par augmentation de capital à hauteur de 25% pour atteindre 2,29 Gdh contre 1,83 Gdh en 2007.

- En 2009, l'actionnariat de Label Vie SA a enregistré la sortie du capital de First Commercial Estate Company, ainsi que la baisse de la participation de quelques personnes physiques au profit de CNIA SAADA qui désormais détient 18,6% du capital de Label Vie SA.

Les principaux actionnaires ayant cédé leurs participations en 2009 sont :

- Abdellah BENNANI
- Zouhair BENNANI
- Best Financière
- Rachid HADNI
- Said ALJ
- Ghali MELLAKH
- Mehdi MELLAKH

Par ailleurs, dans le cadre de la régularisation du cours de l'action Label'Vie, et dans un souci de régularisation du marché, la Société a procédé à un programme de rachat visant un nombre maximum d'actions à détenir de 114 538 actions à un prix allant de 1 150 à 1 650 Dhs par action. Cette opération a été initiée le 1^{er} décembre 2008 et porte sur une durée de 18 mois.

A fin mai 2010, la Société a racheté 65 420 actions, soit 2,86% du total de ses actions.

Informations relatives aux principaux actionnaires :

Retail Holding

Retail Holding est un holding dont l'activité principale est la prise de participation dans des structures à fort potentiel. Actuellement, la société Retail Holding s'est diversifiée autour des activités de distribution, notamment à travers l'exploitation des enseignes « Label Vie », « Carrefour » et « Virgin ».

En 2007, Best Financière a obtenu la licence exclusive de développement de l'enseigne Virgin Mégastores au Maroc, dénommé depuis 2008 « Mega V. Stores Morocco » et a confié son exploitation à Retail Holding. A travers cette diversification, Retail Holding répond à un double objectif à savoir i) développer des synergies avec son métier historique de grande distribution et ii) créer des leviers de croissance autre que sur le segment alimentaire.

Au 6 février 2009, Label Vie SA et le Groupe Carrefour ont signé un protocole d'accord de développement de l'enseigne Carrefour au Maroc. Cette opération s'est matérialisée par :

- La signature d'un contrat de franchise initial entre les parties ;
- La création, le 17 novembre 2009, d'une filiale dénommée Hyper Marche LV « HLV » détenue à 100% par Label' Vie SA (elle-même filiale à 58,9% de Retail Holding) jusqu'à fin 2009.

A compter du 19 Février 2010, les termes du contrat de franchise initial ont été modifiés et les droits d'exploitation de l'enseigne Carrefour ont été transférés à HLV. En effet, le Groupe Carrefour et Label Vie SA ont procédé à la résiliation du contrat de franchise initial afin que HLV puisse conclure en tant que franchisé un nouveau contrat de franchise directement avec le Groupe Carrefour, en tant que franchiseur.

A la même date, Carrefour Partenariat International a pris une participation de 5% dans le capital HLV, portant ainsi la participation de Label'Vie dans HLV à 95%. Ce partenariat avec Carrefour a pour objet non seulement l'exploitation d'un nouveau segment de la grande distribution à savoir

« l'Hypermarché », mais aussi de capitaliser sur le savoir faire d'un des leaders mondiaux de la grande distribution.

Au 31/12/2009, Retail Holding réalise un résultat net de 45 067 Kdh. Elle a comme principaux actionnaires la société Best Financière (61%), la société VCR Logistique (34%) et la Société Falah Invest (5%).

Actionnaire majoritaire	Activité	Actionnaires	Résultat Net (Dh)	Fonds propres (Dh)
Retail holding	Holding de participation	Société Best Financière (61%) Société VCR Logistique (34%) Société Falah Invest (5%)	45 067 460	142 287 730

Source : Label'Vie SA

La société Best Financière est un holding dont l'activité principale est le placement et la gestion de participations dans les sociétés Retail Holding (61%), Best Real Estate (99,9%), Best Health (66%), Platinum (28,3%) et Mutandis (4,77%).

La société VCR Logistique, est une SARL au capital de 100 000 Dh immatriculée au registre de commerce de Casablanca sous le n° 125429, filiale à 100% du Groupe UNIMER (Groupe SANAM partenaire industriel de la société Label'Vie S.A), un des groupe agro-alimentaires marocains, ayant une expérience cumulée de plus de huit décennies dans les métiers de la conserverie et de la distribution de produits agro-alimentaires. L'activité principale de la société VCR Logistique est d'assurer la fonction logistique pour le Groupe UNIMER.

Falah Invest est un fond d'investissement privé marocain, géré par M. Said Ibrahim.

Informations relatives à CNIA SAADA

CNIA SAADA est une compagnie dont l'activité est l'assurance et la réassurance Vie et non Vie. Au 31/12/2009, le capital social de CNIA SAADA est de 411 687 Kdh, et elle a réalisé un chiffre d'affaires de 2 830 045 Kdh et un résultat net de 281 233 Kdh.

A la même date, l'actionariat de CNIA SAADA se décline comme suit :

Actionnaires	% du capital détenu
SAHAM FINANCES	52,77%
SANAM Holding	19,51%
PAIP-PCAP sub3	11,65%
M. Moulay Hafid ELALAMY	6,33%
FIPAR Holding	4,00%
First Commercial Estate Company	2,60%
M. Said ALJ	1,20%
M. Zouheir BENNANI	1,20%

Source : Label'Vie SA

III.2.4. Pacte d'actionnaires :

La gestion et le développement des hypermarchés Carrefour au Maroc est confiée à HLV, filiale détenue à 95% par Label Vie SA et à 5% par Carrefour Partenariat International à compter du 19 février 2010.

Un pacte d'actionnaires a été signé entre Carrefour Partenariat International et Label'Vie SA, en présence de HLV SAS, d'une durée de 15 ans reconductible par tacite reconduction pour une

période successive de 10 ans. Le pacte d'actionnaires a pour objet de clarifier les points suivants :

- Les modalités de coopération entre les différents actionnaires ;
- Les obligations, droits et limitations de chaque partie.

Les principales dispositions prévues dans le pacte d'actionnaires concernent :

- L'organisation de la Société HLV SAS, notamment les principes de la société, les dispositions relatives à son président et son directeur général, les dispositions sur les assemblées générales et les actionnaires, ainsi qu'au Comité de Direction, à savoir son rôle, sa composition, sa rémunération, le quorum, les décisions stratégiques et les informations mises à sa disposition;
- Les modalités de transferts des titres, notamment les restrictions à la libre cession des titres, le droit de préemption des actionnaires, le droit de sortie conjointe totale de CPI, l'option d'achat total de CPI, l'option d'achat partiel de CPI, l'option de vente totale de CPI, la valeur de marché des titres et la clause anti-dilution ;
- Les modalités de financement des besoins de la Société : les actionnaires se concerteront sur les modalités de financement des besoins de la société. Label'Vie SA proposera en priorité à CPI de participer au projet de financement de la Société ;
- Les modalités de distribution de dividendes : chaque actionnaire aura droit au prorata de sa participation dans le capital de la société aux dividendes distribués par HLV SAS et ce dans la limite du ratio de 2 pour 1 entre le montant de l'endettement financier et le montant des capitaux propres. Le montant des dividendes à distribuer doit être supérieur ou égal à 25% du bénéfice distribuable pour les exercices sociaux clos le 31 décembre 2010 et 31 décembre 2011, et 50% pour les exercices suivants.
- Le choix des commissaires aux comptes : les commissaires aux comptes de la société seront sélectionnés d'un commun accord entre CPI et Label'Vie SA parmi les cabinets de commissaires aux comptes de réputation internationale ;
- Les engagements de non concurrence : conformément aux engagements du protocole d'accord, Label'Vie SA et HLV SAS s'engagent à respecter les engagements d'exclusivité et de non-concurrence, notamment en termes de développement d'activité de distribution à dominante alimentaire dans d'autres formats de distribution que les supermarchés et les hypermarchés, et ce dans les mêmes termes que ceux pris dans le contrat de franchise. De son côté, CPI s'engage à respecter les engagements pris dans le même contrat de franchise, notamment en termes de développement d'une activité de distribution à dominante alimentaire dans les formats de magasin de proximité.

Ainsi, Label'Vie, M. Bennani, Best Financière et/ou HLV s'engagent, en dehors de ce qui est expressément prévu dans le contrat, à ne pas créer ou exercer, directement ou indirectement, pour elles-mêmes et pour leurs affiliés, i) sur le territoire marocain, une activité de distribution à dominante alimentaire dans des hypermarchés et supermarchés, ii) sur certains territoires, une activité de distribution à dominante alimentaire sous quelque format que ce soit.

Dans l'hypothèse où Label'Vie, M. Bennani, Best Financière et/ou HLV souhaitent développer ensemble ou individuellement ou en ayant recours à un partenaire une activité de distribution à dominante alimentaire dans d'autres formats de distribution que les supermarchés et les hypermarchés (à savoir magasins de proximité, hard discount, cash et carry et e-commerce) dans le territoire marocain, HLV s'engage à notifier au préalable à Carrefour le projet concerné en indiquant le format envisagé. Carrefour bénéficiera d'un délai de six mois à compter de cette notification pour faire connaître à HLV si elle entend ou non participer à ce

projet et dans l'affirmative les modalités d'un tel partenariat. En cas de refus de Carrefour de participer au projet proposé ou de défaut de réponse de Carrefour à l'issue du délai de six mois susvisé, Label'Vie, M. Bennani, Best Financière et/ou HLV pourront développer ledit projet, tel que notifié à Carrefour, sous réserve que les conditions cumulatives suivantes soient respectées : i) l'activité envisagée doit être exploitée sous une enseigne ne comprenant pas le logo ou la dénomination « Label'Vie », et ii) aucun des partenaires des membres concernés pour le développement et l'exploitation de l'activité en question n'est un concurrent de Carrefour.

Dans l'hypothèse où Carrefour souhaite développer individuellement ou en ayant recours à un partenaire une activité de distribution à dominante alimentaire dans une surface commerciale exploitée sous l'une des enseignes du Groupe Carrefour dans les formats de magasins de proximité, hard discount et cash et carry dans le territoire marocain, Carrefour devra notifier au préalable à Label'Vie, en tant qu'actionnaire de HLV, son projet en indiquant le format envisagé. Label'Vie bénéficiera d'un délai de six mois à compter de cette notification pour faire connaître à Carrefour si elle entend ou non participer à ce projet. En cas de refus de Label'Vie de participer au projet proposé ou de défaut de réponse de Label'Vie à l'issue du délai de six mois à compter de la notification par Carrefour, cette dernière pourra développer son projet, tel que notifié par Label'Vie.

Dans l'hypothèse où Label'Vie, M. Bennani, Best Financière et/ou HLV souhaitent développer ensemble ou individuellement ou en ayant recours à un partenaire une activité de distribution à dominante alimentaire dans tous formats sur les territoires de l'Algérie, du Sénégal, de la Mauritanie, du Cameroun, de la Guinée, du Gabon, du Mali et du Congo, la procédure concernant le Droit de Premier Refus s'appliquera. En conséquence, en cas de refus de Carrefour de participer au projet proposé ou de défaut de réponse de Carrefour à l'issue du délai de six mois à compter de la notification du projet d'implantation, les membres concernés pourront développer dans le pays concerné, directement ou indirectement par personne interposée, individuellement ou avec tout partenaire de leur choix l'activité de distribution à dominante alimentaire dans le format tel que préalablement notifié à Carrefour sous réserve que les conditions cumulatives suivantes soient respectées : i) l'activité envisagée doit être exploitée sous une enseigne ne comprenant pas le logo ou la dénomination « Label'Vie », et ii) aucun des partenaires des membres concernés pour le développement et l'exploitation de l'activité concernée n'est un Concurrent de Carrefour.

Les dispositions précédemment citées demeureront valables toute la durée du contrat de franchise et pour une durée de six mois après la cessation de ce contrat pour quelque cause que ce soit.

- Les situations de blocage et manquements contractuels : dans le cas d'une situation de blocage, l'un quelconque des membres du Comité de Direction ou, le cas échéant, des Actionnaires pourra notifier à Label'Vie et CPI la demande d'une réunion, dans les quinze jours au plus tard, d'un comité de conciliation ;
- La durée du pacte d'actionnaires : le pacte d'actionnaires entre en vigueur à sa date de signature et expirera à l'expiration d'une période de 15 ans à compter de la date de signature, sauf s'il est tacitement renouvelé ;
- D'autres dispositions diverses, notamment l'adhésion au pacte d'actionnaires, l'articulation du pacte, des statuts et du protocole, des héritiers et ayant droit etc.

Le pacte d'actionnaires en question est régi par la loi marocaine. En cas de différend relatif à ce pacte et concernant son existence, sa validité, son exécution, son inexécution ou sa résiliation, les Parties s'engagent à rechercher de bonne foi une issue amiable au différend, ou sera tranché par voie d'arbitrage conformément au Règlement d'arbitrage de la Chambre de Commerce Internationale.

III.3. POLITIQUE DE DISTRIBUTION DES DIVIDENDES

L'article 50 des statuts de Label'Vie S A relatif à la politique de distribution des dividendes stipule ce qui suit :

Sur le résultat net de l'exercice, diminué, le cas échéant, des pertes antérieures, il est fait un prélèvement de 5% affecté à la formation du fonds de réserve légale. Ce prélèvement cesse d'être obligatoire lorsque le montant de la réserve légale atteint le dixième du capital social. Il reprend son cours lorsque, pour une cause quelconque, la réserve est tombée au-dessous de ce dixième.

Il est effectué également, sur le résultat de l'exercice, tout autre prélèvement en vue de la formation de réserves imposées soit par la loi, soit par les statuts ou de réserves facultatives dont la constitution peut être décidée, avant toute distribution, par l'assemblée générale ordinaire.

Le résultat distribuable est constitué du résultat net de l'exercice, diminué des pertes antérieures, ainsi que des sommes mises en réserves et augmenté du report bénéficiaire des exercices précédents.

L'assemblée générale ordinaire détermine la part attribuée aux actionnaires sous forme de dividendes.

La décision de l'assemblée doit déterminer en premier lieu la part à attribuer aux actions jouissant de droits prioritaires ou d'avantages particuliers.

Tout dividende distribué en violation des dispositions de l'article 330 de la loi 17.95 constitue un dividende fictif.

L'assemblée générale ordinaire, ou à défaut le conseil d'administration, fixe les modalités de paiement des dividendes. Cette mise en paiement doit avoir lieu dans un délai maximum de neuf mois après la clôture de l'exercice, sauf prolongation de ce délai par ordonnance du président du tribunal, statuant en référé, à la demande du conseil d'administration.

Dividendes payés au cours des trois derniers exercices

Sur la période 2007-2009, le détail des dividendes distribués se présente comme suit :

	2007	2008	2009
Résultat net de n (en Dh)	8 393 246	42 786 880	79 017 955
Dividendes de n distribués en n+1 (en Dh)	0	33 215 875	68 722 500 ²
Nombre d'actions (unité)	1 832 600	2 290 750	2 290 750
Dividendes par action (en Dh/Action)	0	14,5	30
Taux de distribution (en %)	0%	77,6%	87,0%

Source : Label'Vie SA

² Les dividendes relatifs aux actions rachetées au titre du programme de rachat ont été intégrés en report à nouveau

III.4. NANTISSEMENT

III.4.1 Nantissement d'actifs

Sûretés données	Nature de la sûreté	Montant global (en Dh)	Date de dépôt	Au profit de
Fonds de commerce	Nantissement	100 000	02/01/2006	BMCI
Matériel et outillage	Nantissement	4 960 000	18/12/2008	BMCE
Fonds de commerce	Nantissement	1 000 000	21/02/2008	BMCE
Fonds de commerce et Matériel et outillage	Nantissement	2 683 951	07/06/2007	BMCI
Fonds de commerce et Matériel et outillage	Nantissement	1 663 665	12/07/2008	BMCI
Fonds de commerce	Nantissement	4 000 000	02/12/2005	BMCI
Fonds de commerce	Nantissement	1 000 000	18/12/2008	BMCE
Fonds de commerce	Nantissement	1 000 000	24/09/2009	BMCE
Matériel et outillage	Nantissement	12 000 000	23/10/2009	BMCE
Fonds de commerce et Matériel et outillage	Nantissement	5 141 263	12/07/2007	BMCI
Fonds de commerce et Matériel et outillage	Nantissement	3 870 502	12/07/2007	BMCI
Fonds de commerce	Renouvellement	4 500 000	09/11/2005	BMCI
Fonds de commerce	Renouvellement	20 000 000	08/01/2008	BMCE

Source : Label'Vie SA

III.4.2 Nantissement d'actions

Les actions de Label'Vie SA ne font l'objet d'aucun nantissement à la veille de la présente Opération.

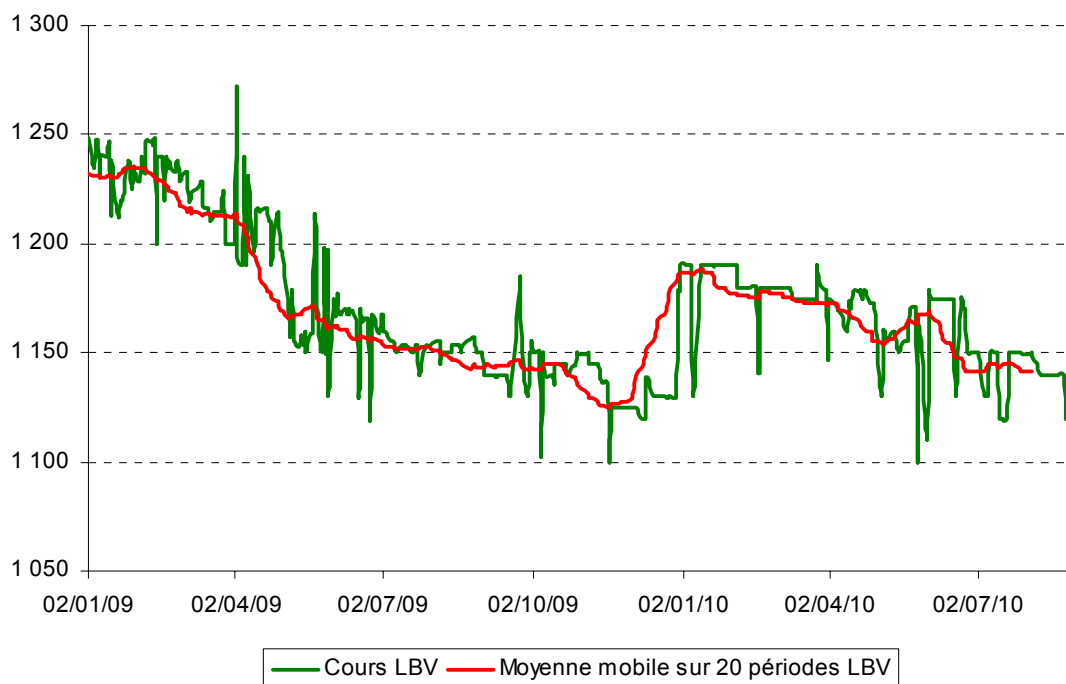
III.5. MARCHE DES TITRES DE L'EMETTEUR

Label'Vie SA a effectué en date du 2 juillet 2008 une émission de titres de capital. Suite à cette opération, 458 150 actions ont été créées et sont aujourd'hui négociables à la Bourse de Casablanca.

A ce jour, aucune émission de titres de créance n'a été effectuée par Label'Vie SA sur les marchés marocain ou étranger.

Analyse des données boursières de Label'Vie SA du 01/01/2009 au 31/08/2010

Evolution du cours sur la période du 01/01/09 au 31/08/2010



Source : CDG Capital

L'analyse du cours de Label'Vie fait ressortir 3 principales tendances comme illustrées par la courbe des moyennes mobiles³ :

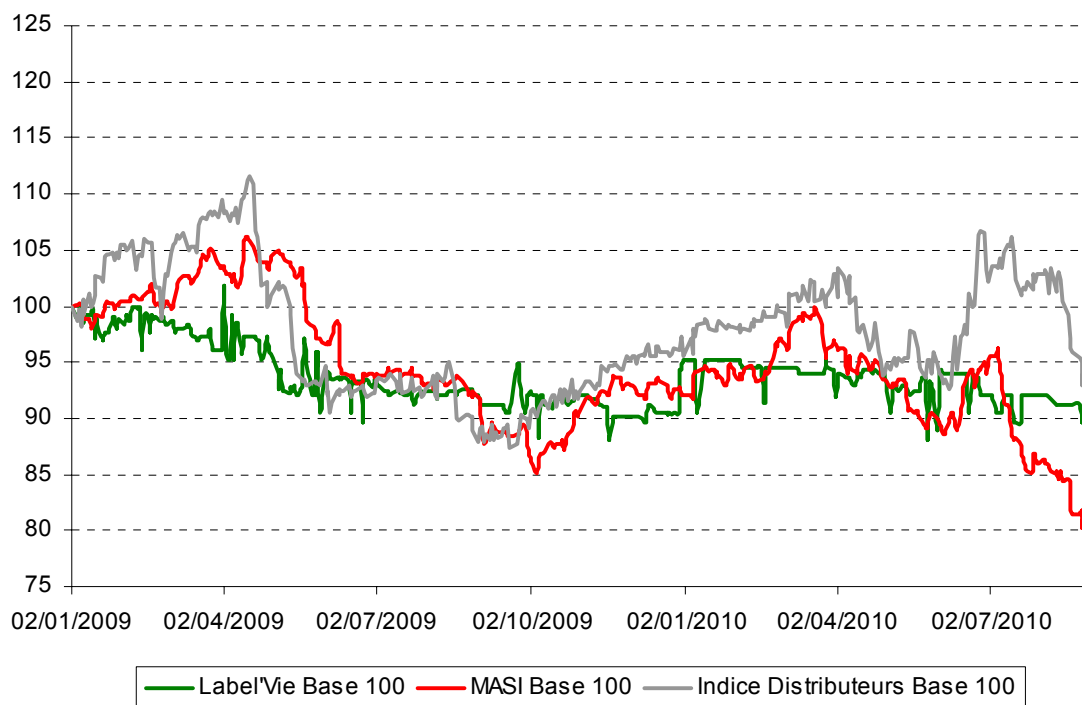
1^{ère} période de baisse : du 01/01/2009 au 17/11/2009. Cette période a connue un mouvement baissier du cours Label'Vie avec une variation de -11,9% du cours. Le cours le plus bas atteint durant cette période a été enregistré le 17/11/2009 et était de 1 100 Dh. Ce cours est également le plus bas historique depuis l'introduction en bourse.

2^{ème} période de hausse : durant la période allant du 19/11/2009 au 03/02/2010, le cours de Label'Vie a connu une tendance haussière avant de se stabiliser à 1 190 Dh, qui est également le cours le plus élevé de la période. Ainsi, sur cette période, le cours a augmenté de 5,8%.

3^{ème} période de baisse : du 04/02/2010 au 31/08/2010, le cours a repris une tendance baissière de -2,7%. Au 31/08/2010, le cours de Label'Vie était de 1 148 Dh.

³ L'analyse technique par les moyennes mobiles permet une lecture de la tendance d'une série chronologique. Elle est également applicable pour l'étude du comportement d'une action en bourse entre deux dates données. Elle est dite mobile sur X jours, car elle est calculée par palier glissant sur ce même nombre de jours. Son utilisation au niveau de ce graphique permet de mieux visualiser la tendance lissée de l'action Label Vie sur la période d'étude.

Evolution du cours de Label'Vie, du MASI et de l'indice sectoriel, Base 100



Source : CDG Capital

III.6. NOTATION

A ce jour, la société Label'Vie SA n'a jamais fait l'objet d'une notation.

III.7. ASSEMBLEE D'ACTIONNAIRES

Les modes de convocation, les conditions d'admission, les quorums ainsi que les conditions d'exercice des droits de vote des AGO et AGE tels que stipulés par les articles 28 à 39 des statuts de Label'Vie S.A. sont conformes à la loi n°17-95 relative aux Sociétés Anonymes tel que modifiée et complétée.

L'article 29 des statuts stipule que l'Assemblée Générale est convoquée par le Conseil d'Administration qui en fixe l'ordre du jour. A défaut, l'Assemblée peut être également convoquée par :

- ✓ le ou les commissaires aux comptes après avoir vainement requis sa convocation par le conseil d'administration ;
- ✓ un mandataire désigné par le Président du tribunal statuant en référé à la demande, soit de tout intéressé en cas d'urgence, soit d'un ou plusieurs actionnaires réunissant au moins le dixième du capital social ;
- ✓ Les liquidateurs.
- ✓ Les actionnaires majoritaires en capital ou en droits de vote après une offre publique d'achat ou d'échange ou après une cession d'un bloc de titres modifiant le contrôle de la Société.

Les convocations sont faites par un avis inséré dans un journal figurant dans la liste fixée par application de l'article 39 du dahir portant loi 1-93-212 du 21 septembre 1993 relatif au conseil déontologique des valeurs mobilières et aux informations exigées des personnes morales faisant appel public à l'épargne et au « Bulletin officiel ».

Les convocations aux assemblées sont faites trente jours au moins avant la date de l'assemblée.

Toute assemblée irrégulièrement convoquée peut être annulée. Toutefois, l'action en nullité n'est pas recevable lorsque tous les actionnaires sont présents ou représentés.

Les assemblées d'actionnaires sont réunies au siège social ou en tout autre lieu situé dans la préfecture ou la province où se trouve le siège social.

L'article 30 stipule que l'assemblée générale se compose de tous les actionnaires quel que soit le nombre de leurs actions à condition que ces actions aient été libérées des versements exigibles.

Un actionnaire peut se faire représenter par un autre actionnaire, par son conjoint, par un ascendant ou descendant ; dans les sociétés qui font appel public à l'épargne, il peut également se faire représenter par toute personne morale ayant pour objet social la gestion de portefeuilles de valeurs mobilières. Tout actionnaire peut recevoir les pouvoirs émis par d'autres actionnaires en vue de les représenter à une assemblée et ce sans limitation du nombre de mandats ni des voix dont peut disposer une même personne, tant en son nom personnel que comme mandataire, à moins que ce nombre ne soit fixé dans les statuts.

Les propriétaires d'actions nominatives peuvent assister à l'assemblée générale sur simple justification de leur identité, à condition d'être inscrits sur les registres sociaux. Les sociétés actionnaires pourront se faire représenter par un mandataire spécial, membre de leur personnel qui peut ne pas être lui-même actionnaire.

L'article 34 stipule que, pour délibérer valablement, l'assemblée générale ordinaire doit réunir les actionnaires possédant au moins le quart des actions ayant le droit de vote ; si elle ne réunit pas ce quorum, une nouvelle assemblée est convoquée dans les mêmes formes, et délibère valablement quelle que soit la portion du capital représentée.

Sont réputés présents pour le calcul du quorum et de la majorité, les actionnaires qui participent à l'assemblée par des moyens de visioconférence ou par des moyens équivalents permettant leur identification dont les conditions sont fixées par l'article 50 bis de la loi 17-95 telle qu'elle a été complétée et modifiée par la loi 20-05 relative aux sociétés anonymes.

L'article 35 stipule que chaque membre de l'assemblée a autant de voix qu'il possède ou représente d'actions. Les délibérations sont prises à la majorité simple (moitié plus une voix) des membres présents ou représentés.

L'article 37 stipule que l'assemblée extraordinaire n'est régulièrement constituée et ne peut valablement délibérer que si elle est composée d'un nombre d'actionnaires représentant au moins la moitié des actions ayant le droit de vote.

Si sur une première convocation, l'assemblée ne réunit pas le quorum de moitié, une seconde assemblée peut être convoquée qui délibère valablement si elle réunit des actionnaires possédant au moins le quart des actions ayant le droit de vote. Si la seconde assemblée convoquée ne réunit pas le quorum du quart, elle peut être prorogée d'une date ultérieure de deux mois au plus à partir du jour où elle avait été convoquée. L'assemblée prorogée doit réunir le quorum du quart des actions ayant le droit de vote.

Sont réputés présents pour le calcul du quorum et de la majorité, les actionnaires qui participent à l'assemblée par des moyens de visioconférence ou par des moyens équivalents permettant

leur identification dont les conditions sont fixées par l'article 50 bis de la loi 17-95 telle qu'elle a été complétée et modifiée par la loi 20-05 relative aux sociétés anonymes.

L'article 38 stipule que chaque membre de l'assemblée a autant de voix qu'il possède ou représente d'actions. Les décisions sont prises à la majorité des deux tiers des voix exprimées.

Toutefois, les décisions portant sur le changement de nationalité de la société ou sur l'augmentation des engagements des actionnaires, doivent être prises à l'unanimité des actionnaires.

III.8. ORGANES D'ADMINISTRATION ET DE DIRECTION

III.8.1. Organes d'Administration

- Dispositions statutaires

La société est administrée par un Conseil d'Administration. Les membres du Conseil d'Administration sont élus pour un mandat de 6 ans. Etant donné que Label Vie SA est cotée à la Bourse de Casablanca, le nombre des membres du Conseil d'Administration est compris entre 3 et 15 personnes.

- Composition du Conseil d'Administration

Au 31 mars 2010, la composition du Conseil d'Administration se présente comme suit :

Administrateur	Date de nomination	Date de reconduction de mandat	Expiration du mandat	Qualité
Mr Zouhair Bennani	25/03/2004	28/06/2008	AGO statuant sur les comptes 2013	Président Directeur Général de Label'Vie SA
Mr Rachid Hadni	25/03/2004	28/06/2008	AGO statuant sur les comptes 2013	Administrateur Directeur Général de Label'Vie SA
Mr Saïd Alj	20/06/2006	28/06/2008	AGO statuant sur les comptes 2013	Administrateur
Abdellah Bennani (Retail Holding SA, Administrateur)	25/03/2004	28/06/2008	AGO statuant sur les comptes 2013	Administrateur
Mr Adil Bennani	25/03/2007	28/06/2008	AGO statuant sur les comptes 2013	Intuitu Personae
Mr Ismaïl Farih (Unimer SA, Directeur Général Sanam Holding)	13/12/2007	-	13./12/2010	Administrateur
Mr Mly Hafid El Alamy	13/12/2007	-	13/12/2010	Intuitu Personae
Mr Saïd Ibrahimi	13/12/2007	-	13/12/2010	Intuitu Personae
CNIA représentée par son Président Directeur Général, Mr Mly Hafid El Alamy	10/10/2008	-	10/10/2011	Administrateur

Source : Label'Vie SA

Les dispositions des statuts de la société relatives à la composition, aux attributions et au fonctionnement du Conseil d'Administration de Label Vie S.A. sont conformes à la loi 17-95 relative aux Sociétés Anonymes telle que complétée et modifiée.

III.8.2 Membres du comité de direction :

Le Comité de Direction se compose au 30 mars 2010 des membres suivants :

Identité	Fonction dans Label Vie SA	Date d'entrée en fonction	Autres fonctions (Groupe)	Autres fonctions (Hors Groupe)
Mr. Zouhair Bennani	Président Directeur Général	01/02/1986	Président Best Financière Président Retail Holding Gérant Best Real Estate Président HLV SAS Président SPI Gérant SCCM Président SCCS Administrateur FCE Jad Gérant SCCD Gérant SCCRC Administrateur FCE Safi Gérant Virgin North Africa Gérant Best Health Administrateur SCRIM Administrateur Platinum	Administrateur UNIMER Président d'honneur de la CGEM Membre du conseil de surveillance de Mutandis Représentant du secteur privé au sein du Comité public-privé chargé de l'octroi des primes d'investissement pour le Programme IMTIAZ Vice- Président de l'Association Marocaine de Distribution Moderne
Mr Rachid Hadni	Administrateur Directeur Général	01/02/1986	Administrateur Best Financière Administrateur Retail Holding Administrateur SPI HSC	-
Mr Riad Laissaoui	Directeur Général Adjoint	15/06/2000	-	-
Mr Amine Bennis	Directeur Administratif et Financier	01/11/2005	-	-
Mr Ahmed Abbou	Directeur des Ressources humaines	01/09/2005	-	-
Mr Mohamed Halloum	Directeur des Systèmes d'information	16/08/2007	-	-
Mme Hind Tazi Kabbaj	Directeur Etudes et développement	09/10/2009	-	-
Mr Mohamed Khomsi	Directeur Audit et Contrôle de gestion	01/09/2005	-	-
Mr Rachid Belghiti	Directeur des Expansions	15/10/2008	-	-
Mr Hafid Hadni	Directeur Exploitation	07/10/2002	-	-
Mr Asmail Benabdellah	Directeur Réseau	02/01/2009	-	-
Mr Brahim Lemseffer	Directeur Logistique & Approvisionnement	04/01/2010	-	-
Mr Hicham El Yacoubi	Directeur Achats	01/12/2009	-	-

Source : Label Vie SA

III.8.3. Informations sur les principaux dirigeants :

Mr Zouhair Bennani, (49 ans), Président Directeur Général

Président Directeur Général et Co-fondateur de la Société Label'Vie SA en 1985, Mr Bennani est ingénieur informatique de formation et titulaire d'un diplôme de 3ème cycle en management à la Sorbonne.

Mr Bennani est aussi Administrateur de diverses autres sociétés, Président d'honneur de l'Union Régionale de la Confédération Générale des entreprises du Maroc (CGEM), Représentant du secteur privé au sein du Comité public-privé chargé de l'octroi des primes d'investissement pour le Programme IMTIAZ, Vice- Président de l'Association Marocaine de Distribution Moderne et Membre du conseil de surveillance de Mutandis

Mr Rachid Hadni, (50 ans), Administrateur Directeur Général

Ingénieur informatique de formation, Mr Hadni est Co-fondateur et Administrateur Directeur Général de la Société Label'Vie SA.

Mr Hadni a par ailleurs suivi plusieurs formations en marketing de la distribution et a cumulé une expérience professionnelle.

Mr Riad Laissaoui, (40 ans), Directeur Général Adjoint

Directeur Général Adjoint de Label'Vie SA, Mr Laissaoui a rejoint la société depuis plus de 10 ans et a occupé la fonction de Directeur Administratif et Financier pendant 6 années.

Expert comptable mémorialiste, Mr Laissaoui dispose d'une expérience de 6 ans au sein du cabinet Price Waterhouse Coopers où il a mené diverses missions d'audit, d'organisation et de conseil dans plusieurs secteurs publiques et privés tels que la banque, l'assurance, l'industrie, les mines... au niveau national et international.

Mr Amine Bennis, (34 ans), Directeur Administratif et Financier

Expert comptable mémorialiste, Mr Bennis a démarré sa carrière au sein du cabinet d'audit Arthur Andersen pendant une période de 5 années, pour ensuite être nommé Responsable Maîtrise d'Ouvrage SAP auprès de Maroc Telecom pendant 2 ans.

Mr Bennis a rejoint la Société Label'Vie SA en 2005 en tant que chargé de mission, avant d'être nommé Directeur Administratif et Financier en 2006.

Mr Ahmed Abbou, (43 ans), Directeur des Ressources Humaines

Mr Abbou est titulaire d'une maîtrise en électronique, du cycle supérieur de gestion et d'un Master en gestion des ressources humaines de l'ISCAE. Avant d'intégrer Label'Vie SA en 2005 en tant que Directeur des Ressources Humaines, il a occupé depuis 1989 différents postes de responsabilité dans diverses sociétés (SGS THOMSON, Richbond), puis la fonction de Directeur Ressources Humaines au sein de la société EUREST Maroc.

Mr Mohammed Halloum, (34 ans), Directeur des systèmes d'information

Mr Halloum est titulaire d'un diplôme d'ingénieur d'état de l'Ecole National Supérieure d'Informatique et de Mathématiques Appliquées de Grenoble (ENSIMAG) et d'un DEA en architecture des systèmes de l'Université Joseph Fourier à Grenoble. Mr Halloum a débuté sa carrière en 1999 à Lydec ; il a ensuite cumulé plusieurs postes de responsabilité au sein de

Finance.com, TeamLog-2IC, Omnidata, SQLI et Atos Origin avant de rejoindre Label'Vie SA en 2007 en tant que Directeur des Systèmes d'information.

Mme Hind Tazi Kabbaj, (38 ans), Directrice des études et développement

Lauréate d'un DESS en vente et négociation de l'université Panthéon-Sorbonne(Paris), Mme Kabbaj-Tazi est en outre titulaire d'un mastère spécialisé en marketing de HEC Paris. Avec une expérience professionnelle de plus de 4 ans en Grande-Bretagne dans le domaine de la distribution alimentaire, elle rejoint Label' Vie SA en 2009 en tant que Directrice Etudes & Développement.

Mr Mohamed Khomsi, (40 ans), Directeur de l'Audit et du Contrôle de Gestion

Ingénieur en électrotechnique et titulaire d'un master en comptabilité finances (IAE Lille), Mr Khomsi compte à son actif une expérience de 15 ans dans diverses sociétés (ALSTOM, Groupe CHAABI, ST MICROELECTRONICS).

Mr Rachid Belghiti, (46 ans), Directeur des expansions

M. Belghiti est titulaire d'un diplôme d'ingénieur spécialisé en industrie du bois. Il a débuté sa carrière en tant que Directeur chargé de missions au sein de Négocier-groupe ROBEL Bois, puis a évolué en tant que Responsable Marketing & Développement en industrie chez Contreplaques-CEMA, Attaché à la Direction Générale en transport maritime et manutention portuaire COMARIN, Directeur Associé en service chez BELMA Trading, puis Chargé de mission auprès du Président de Delta Holding en industrie des gazes techniques. Fort d'une expérience professionnelle de 20 ans, il rejoint Label' Vie SA en 2008 en tant que Directeur des Expansions.

Mr Hafid Hadni, (37 ans), Directeur de l'exploitation

Lauréat de Lincoln International Business School (Paris), Mr Hadni Hafid est en outre titulaire d'un MBA en Finances obtenu à la Graham School of Management de Chicago. Avec une expérience professionnelle de 12 années, dont 4 années en tant que Responsable à l'import chez ARBOR et 3 années au poste de Maghreb Sourcing Manager au sein de UNILEVER Maghreb, il a rejoint Label'Vie SA en 2002 en tant que Directeur de l'exploitation.

Mr Asmail Benabdellah, (39 ans), Directeur Réseau

Titulaire d'un diplôme Universitaire de Technologie en techniques de commercialisation de l'IUT de Valenciennes, il poursuit ses études en alternance avec Auchan et obtint le titre d'ingénieur maître en science de gestion de MSG Lille. Avec une expérience de plus de 15 ans en France et au Maroc dans la grande distribution, il a rejoint Label' Vie SA en 2009 en tant que Directeur Réseau Supermarché.

Mr Brahim Lemseffer, (30 ans), Directeur logistique et approvisionnement

Titulaire d'un diplôme d'ingénieur de l'université de technologie de Troyes (France), M. Lemseffer a accumulé une longue expérience au sein de l'Oréal (Market Supply Logistic Paris) dans les départements logistique et approvisionnement en tant que Responsable des approvisionnements pour La Roche Posay, puis en tant que Responsable des approvisionnements pour la zone Afrique/Orient/Pacific. Fort d'une expérience de 7 ans en France et aux Etats-Unis, il a rejoint Label' Vie SA en 2010 en tant que Directeur Logistique et Approvisionnement.

Mr Mohamed Hicham El Yacoubi, (40 ans), Directeur Achats

Titulaire d'un diplôme Universitaire en études comptables et Financières de l'Université de Rennes, M. Yacoubi a entamé sa carrière en tant que gérant de société puis s'est dirigé vers les achats en tant que Responsable Achat à Cieme Maroc, pour intégrer par la suite Aswak Assalam

en tant qu'acheteur Non Food. Il a rejoint Label 'Vie SA en 2002 en tant que Responsable Achat, puis évolua au poste de Chef de Département Achat avant d'être nommé au poste de Directeur Achat en 2009.

III.9. GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

III.9.1. Rémunération attribuée aux membres du Conseil d'administration :

Conformément à l'article 24 des statuts de Label Vie SA, l'Assemblée Générale Ordinaire peut allouer au Conseil d'Administration, à titre de jetons de présence, une somme fixe annuelle, qu'elle détermine librement, et que le conseil répartit entre ses membres dans les proportions qu'il juge convenables. Le Conseil lui-même peut allouer à certains administrateurs pour les missions et les mandats qui leur sont confiés à titre spécial et temporaire, et aux membres des comités prévus à l'article 51 de la loi 20-05 modifiant la loi 17-95 relative aux sociétés anonymes, une rémunération exceptionnelle, sous réserve de respecter la procédure prescrite par l'article 56 de ladite loi.

Les AGO des trois derniers exercices (2007, 2008 et 2009) n'ont pas alloué de jetons de présence aux administrateurs de la Société.

III.9.2. Rémunération attribuée aux principaux dirigeants :

Conformément à l'article 22 des statuts de Label Vie SA, le Conseil d'Administration fixe la rémunération des directeurs chargés de l'assister.

La rémunération attribuée aux principaux dirigeants au titre de l'exercice 2009 est de l'ordre de 11 Mdh.

III.9.3. Conventions entre Label'Vie SA, ses administrateurs et ses principaux dirigeants :

Conventions conclues au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2007 :

Dans le cadre de l'augmentation du capital réservée à certains salariés de la société, une convention a été signée entre Mr Z. BENNANI, Mr R. HADNI et la société Label'Vie SA par laquelle les actions souscrites par Mr Z. BENNANI et Mr R. HADNI, respectivement pour 14 683 et 5 800 actions, seront incessibles pendant une durée de trois ans à compter de la date de signature de la convention.

Au titre de la même année, la société Label Vie S.A. a cédé le terrain et les constructions entamées pour le supermarché d'El Jadida à la société FCE Jad (filiale de Best Real Estate) pour un montant de 10,5 Mdh.

La société a également enregistré les charges relatives aux loyers et autres charges de fonctionnement et de syndic en faveur de :

- la SCCM concernant le point de vente de Meknes pour un montant total de 1 800 Kdh ;
- la SPI concernant le point de vente de Rabat Zaërs pour un montant 1 191 Kdh ;

Une convention a été conclue entre les sociétés du Groupe SCCM, SCCD, SCCS, SCRIM, RH et BF et la société Label'Vie SA portants sur :

- Un virement d'un montant de 12 500 000 Dh a été effectué pour le compte de certaines sociétés du Groupe (SCCM, SCCD, SCCS, SCRIM et RH à raison de 2 500 000 Dh chacune) afin de leur permettre de souscrire pour le compte de Label'Vie SA. Le montant avancé

susmentionné, ainsi que les produits de cession des valeurs mobilières y afférentes pour un montant total de 932 592,48 Dh ont été reversés à Label'Vie SA. Cette opération a pour objectif de permettre à Label'Vie SA de bénéficier d'un maximum de titres attribués dans le cadre de l'introduction en bourse de la société CGI.

- Un montant de 900 440 Dh a également été avancé à certaines sociétés du Groupe (SCCS, RH, SCRIM et BF à raison de 225 110 Dh chacune) afin de pouvoir maximiser le nombre de titres attribués à Label'Vie SA dans le cadre de l'introduction en bourse de la société Salafin. au 31 décembre 2007, le montant restant à recouvrer auprès de ces sociétés est de 225 110 Dh.

Label Vie S.A a, en outre, enregistré en 2007 un montant de 880 Kdh relatif à la part du Groupe dans le loyer du siège social pris en charge en totalité par la société et occupé en partie par d'autres sociétés du Groupe (Best Financière et Best Health).

Conventions conclues au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2008 :

- *Convention conclue entre la société BRE Gestion et la société Label Vie SA*

Facturation par Label Vie SA à la Société BRE Gestion du loyer relatif aux locaux appartenant à la Société Label Vie SA qu'elle occupe pour un montant de 90.000 Dh.

Convention conclue au cours des exercices antérieurs et dont l'exécution s'est poursuivie durant l'exercice 2008

- * *Convention conclue entre la société Best Financière et la société Label Vie SA*

Facturation par Label Vie SA à la Société Best Financière de sa quote-part du loyer et des diverses charges relatives au siège social selon le détail qui suit :

- Loyer	720 Kdh
- Prestations diverses	359 Kdh

- * *Convention conclue entre la société SCCM et la société Label Vie SA*

Facturation par la Société SCCM à la Société Label Vie SA du loyer et de sa quote-part dans diverses charges relatives à la gestion du centre commercial de Meknès selon le détail qui suit :

- Loyer	1 610 Kdh
- Prestations diverses	305 Kdh

- * *Convention conclue entre la société SPI et la société Label Vie SA*

Facturation par la Société SPI à la Société Label Vie SA de sa quote-part dans diverses charges relatives à la gestion du centre commercial de Rabat Zaërs pour un montant total de 963 Kdh.

- * *Convention conclue entre la société FCE JAD et la société Label Vie SA*

Facturation par la Société FCE JAD à la Société Label Vie SA de sa quote-part du loyer relatif au centre commercial d'El Jadida pour un montant total de 2.500 Kdh.

- * *Convention conclue entre Mr Z. BENNANI, Mr R. HADNI et la société Label'Vie SA*

Dans le cadre de l'augmentation du capital réservée à certains salariés de la société, une convention a été signée entre Mr Z. BENNANI, Mr R. HADNI et la société Label'Vie SA par laquelle les actions souscrites par Mr Z. BENNANI et Mr R. HADNI, respectivement pour 14 683

et 5 800 actions, seront incessibles pendant une durée de trois ans à compter de la date de signature de la convention.

Conventions conclues au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2009 :

** Convention conclue entre la société Retail Holding et la société Label Vie SA*

Avances de trésorerie accordées par la Société Label Vie SA à la Société Retail Holding pour un montant total de 2 087 055,14 Dh et portant rémunération au taux annuel de 8%.

** Convention conclue entre la société HLV SAS et la société Label Vie SA*

Cession d'une partie du fonds de commerce, de certains investissements en agencement, matériels et outillages, de certains stocks de la Société Label Vie SA à la Société HLV SAS et encaissement d'une caution sur loyer par la Société Label Vie SA pour un montant total de 84 016 011,01 Dh qui se détaille comme suit :

- Facturation de la cession du fonds de commerce :	73 752 011,01 Dh
- Facturation des droits d'entrée :	6 264 000,00 Dh
- Versement d'une caution sur loyer :	4 000 000,00 Dh

Conventions conclues au cours des exercices antérieurs et dont l'exécution s'est poursuivie durant l'exercice 2009 :

** Convention conclue entre la Société Best Financière et la Société Label Vie SA*

Facturation par Label Vie SA à la Société Best Financière de sa quote-part du loyer et des diverses charges relatives au siège social pour un montant total de 1.140.000 Dh qui se détaille comme suit :

- Loyer	720 000,00 Dh
- Prestations diverses	420 000,00 Dh

** Convention conclue entre la société SCCM et la société Label Vie SA*

Facturation par la Société SCCM à la Société Label Vie SA du loyer et de sa quote-part dans diverses charges relatives à la gestion du centre commercial de Meknès pour un montant total de 1.936.020,57 Dh qui se détaille comme suit :

- Loyer	1 591 200,00 Dh
- Prestations diverses	344 820,57 Dh

** Convention conclue entre la société SPI et la société Label Vie SA*

Facturation par la Société SPI à la Société Label Vie SA de sa quote-part dans les diverses charges relatives à la gestion du centre commercial de Rabat Zaërs. Le montant total des facturations relatives à l'exercice 2009 s'élève à 1 428 926,27 Dh.

** Convention conclue entre la société FCE JAD et la société Label Vie SA*

Facturation par la Société FCE JAD à la Société Label Vie SA du loyer et de sa quote-part dans les diverses charges relatives à la gestion du centre commercial d'El Jadida pour un montant total de 3 833 072,48 Dh qui se détaille comme suit :

- Loyer	2 812 500,00 Dh
- Prestations diverses	1 020 572,48 Dh

* *Convention conclue entre la société BRE Gestion et la société Label Vie SA*

Facturation par la Société Label Vie SA à la Société BRE Gestion du loyer relatif aux locaux appartenant à la Société Label Vie SA qu'elle occupe pour un montant de 90 000 Dh.

* *Convention conclue entre Mr Z. BENNANI, Mr R. HADNI et la société Label Vie SA*

Dans le cadre de l'augmentation du capital réservée à certains salariés de la société, une convention a été signée entre Mr Z. BENNANI, Mr R. HADNI et la société Label Vie SA par laquelle les actions souscrites par Mr Z. BENNANI et Mr R. HADNI, respectivement pour 14 683 et 5 800 actions, seront incessibles pendant une durée de trois ans à compter de la date de signature de la convention.

III.9.4. Prêts accordés aux membres du Conseil d'Administration et aux dirigeants

L'article 25 des statuts de la société prévoit que : « A peine de nullité du contrat, il est interdit aux administrateurs autres que les personnes morales de contracter, sous quelque forme que ce soit, des emprunts auprès de la société, de l'une de ses filiales ou d'une autre société qu'elle contrôle au sens de l'article 144 de la loi 20 – 05 modifiant et complétant la loi 17 – 95 relative aux sociétés anonymes, de se faire consentir par elle un découvert, en compte courant ou autrement, ainsi que de faire cautionner ou avaliser par elle leurs engagements envers les tiers.

La même interdiction s'applique aux directeurs généraux, aux directeurs généraux délégués, aux représentants permanents des personnes morales administrateurs et aux commissaires aux comptes ; elle s'applique également aux conjoints et aux ascendants et descendants jusqu'au deuxième degré inclus des personnes visées au présent article ainsi qu'à toute personne interposée ».

A ce jour, aucun prêt n'a été accordé ni constitué en faveur des membres des organes d'administration ou de direction de Label Vie S.A.

III.9.5. Intéressement et participation du personnel

L'Assemblée Générale Mixte du 13 décembre 2007 a décidé d'augmenter le capital de 3 665 200 Dh et d'attribuer les 36 652 actions créées, soit 2% du capital de la société aux cadres supérieurs de Label Vie SA, avec suppression du droit préférentiel de souscription pour le profit de ces derniers.

Durant les trois dernières années, la participation des cadres supérieurs de Label Vie SA dans le capital a évolué comme suit :

Actionnaires	31/12/2007		31/12/2008		31/12/2009	
	Nombre d'actions	% du capital	Nombre d'actions	% du capital	Nombre d'actions	% du capital
Salariés	36 652	2,0%	161 536	7,1%	52 920	2,3%
Total	1 832 600	-	2 290 750	-	2 290 750	-

Source : Label Vie SA

III.9.6. Comités de gouvernance

- Comité Stratégique :

Le comité stratégique réunit, chaque trimestre, certains membres du conseil d'administration de la société ainsi que le Directeur Général Adjoint. Ce comité fait appel à des experts externes à chaque fois que nécessaire.

Le comité vise à faire le point sur les réalisations de la société et décide de l'orientation stratégique optimale à adopter.

- Comité d'Investissement :

Le comité d'investissement étudie les différents types d'investissements dont le programme de développement des magasins. L'étude porte notamment sur les aspects stratégiques et de rentabilité des projets proposés. Le comité valide les différents projets qui remplissent les conditions requises prédéfinies.

Le comité d'investissement est composé de certains membres du conseil d'administration, du Directeur Général Adjoint, de la directrice du développement et du Directeur Administratif et Financier, et se tient chaque trimestre à l'occasion de la tenue du conseil d'administration.

- Comité d'Audit:

Le comité d'audit se réunit chaque trimestre et se compose du Directeur Général, du Directeur Général Adjoint, du Directeur Administratif Financier, du Directeur Audit et Contrôle de Gestion et d'un représentant de Unimer. Ce comité fait appel à des experts externes à chaque fois que nécessaire.

Le comité d'audit a pour mission de passer en revue la lettre de recommandation des experts externes, les rapports des auditeurs internes et les risques du contrôle interne et les fonctions d'audit interne.

Il s'assure de l'efficacité des normes appropriées, procédures, systèmes, contrôle interne, directives, autorisations à tous les niveaux de gestion relevant du contrôle des risques.

III.9.7 Comité de Direction:

Il a été constitué plusieurs comités, dont les missions consistent notamment à assurer le pilotage des projets de la société, le déploiement de la stratégie de l'entreprise et les différents aspects relatifs à l'activité.

La Direction Générale préside chacun de ces comités, où sont affectés des responsables métiers et des chefs de département.

Il s'agit des comités :

- de Direction Générale
- Opérationnel
- Expansion
- Hygiène et Sécurité Qualité
- Financier
- Contrôle et Suivi Magasins
- Développement RH et Rémunération

- Team building.

- Comité de Direction Générale:

Ce comité se réunit chaque mercredi au siège de Label Vie S.A. pour passer en revue des points d'actualité, piloter les projets stratégiques et prendre des décisions importantes.

Participent à ce comité : L'Administrateur Directeur Général, le Directeur Général Adjoint, le Directeur d'Exploitation, le Directeur Administratif et Financier, le Directeur Achats, le Directeur Audit et Contrôle de Gestion, la Directrice des Etudes, Le Directeur Logistique, le Directeur Réseau, le Directeur d'Expansions et le Directeur des Systèmes d'Information.

- Comité Opérationnel:

Le comité opérationnel se réunit chaque mardi en présence des membres de la Direction des Achats, du Chef du Département Marketing, de la direction Exploitation, de la Direction Réseau, de la Direction Logistique et de la direction du Contrôle de Gestion.

Ce comité traite des problématiques et réalisations en termes de gestion opérationnelle. Il a notamment pour mission d'analyser les indicateurs de performances des différents magasins pour la revue des objectifs, le système de management de la qualité, la politique commerciale et marketing, les tendances du marché et la stratégie d'exploitation.

Il propose des actions de dynamisation des ventes et supervise leur mise en application.

- Comité Expansion

Ce Comité se réunit chaque lundi en vue de faire le point sur l'état d'avancement des projets en cours et de garantir l'ouverture des magasins dans les délais prévus.

Il est constitué par le Directeur Expansion et les représentants de toutes les Directions.

- Comité Hygiène et Sécurité Qualité:

Ce comité se réunit chaque mois avec les membres de la direction générale, du pôle support, la direction RH, la direction Exploitation et la direction Contrôle de gestion, en présence du médecin du travail et des délégués du personnel.

Sa mission est la mise en place de référentiels et de procédures d'amélioration continue en matière d'hygiène et de sécurité.

- Comité Financier:

Le comité financier se compose du Directeur Général Adjoint, du Directeur Administratif et Financier, du Chef du Département finance et comptabilité et des Responsables du Service Comptabilité et trésorerie.

Ce comité se tient chaque vendredi dans le but de faire le point sur les différentes actions et chantiers financiers en cours, notamment l'arrêté des comptes, les règlements fournisseurs en cours, le recouvrement et la situation actuelle et prévisionnelle de trésorerie.

- Comité Contrôle et Suivi Magasins:

Ce comité se tient chaque mardi en présence des représentants des directions du contrôle de gestion, des ressources humaines et de l'exploitation pour examiner les principaux indicateurs de gestion par site et répondre aux différents besoins en matière de sécurité et de contrôle.

Par ailleurs, ce comité initie les actions correctives et préventives visant à palier aux éventuelles dérives et passe en revue l'ensemble des remontées effectuées par les contrôleurs au niveau des différents sites.

- Comité Développement RH et Rémunération:

Le Comité développement RH et rémunération est composé de : l'Administrateur Directeur Général, le Directeur Général Adjoint, le, et le Directeur des Systèmes d'Information Directeur d'Exploitation, le Directeur Administratif et Financier, le Directeur des Achats, le Directeur Audit et Contrôle de Gestion, le Directeur des Expansions.

Le comité se tient chaque trimestre et chaque fois que c'est nécessaire, pour examiner le système de rémunération existant et le faire évoluer en tenant compte des changements éventuels opérés au niveau de l'organisation (création de nouveaux postes, évolution du référentiel des emplois et des compétences), des changements de l'environnement et des exigences en matière de motivation et de performance.

- Comité Team Building:

Le comité *Team Building* est responsable de la mise en pratique des valeurs de Label Vie S.A. : Relever les Challenges, Transparence et Confiance, Solidarité et Esprit d'Appartenance. Il se réunit périodiquement pour permettre d'améliorer l'efficacité et la motivation des équipes.

Le comité pilote l'élaboration du journal interne, l'organisation des réunions d'information et tout autre évènement visant à déployer ces valeurs à travers l'ensemble des entités de l'entreprise.

Chaque année, le comité organise l'évènement Team Building qui réunit, durant deux journées, l'ensemble des cadres de l'entreprise autour d'une thématique animée par un consultant externe. Durant cet événement, le management de Label Vie S.A. marque un moment fort en récompensant les meilleures réalisations individuelles ou collectives.

IV. ACTIVITE DE LABEL'VIE SA

IV.1. HISTORIQUE DE LABEL'VIE SA

1985	- Création de la société HYPER S.A ⁴ . par Messieurs Zouhair BENNANI, Rachid HADNI et Adnane BENCHEKROUN.
1986	- Ouverture du 1 ^{er} point de vente à Rabat, routes des Zaêrs sous le nom d'Hyper avec un supermarché de (750 m ²) et une galerie marchande constituée de 15 stands.
1987	- Ouverture d'un 2 ^{ème} point de vente d'une surface de (650 m ²) au quartier Agdal à Rabat.
1989	- Ouverture d'un 3 ^{ème} point de vente d'une superficie de (700 m ²), au 'Romandie II' à Casablanca.
1990	- Restructuration du capital d'Hyper S.A. avec la sortie de M. Adnane BENCHEKROUN.
1991	- Cession du point de vente Romandie II de Casablanca.
1995	- Acquisition d'un point de vente de (900 m ²) situé au quartier Hay Riad à Rabat. - Cession du point de vente Hyper Agdal situé au quartier Agdal à Rabat.
1997	- Passage au centrale d'achat : centralisation des achats et des stocks et centralisation de la fonction administrative.
1999	- Reprise du point de vente Hyper Shem's (750 m ²) situé au quartier Agdal de Rabat.
2001	- Naissance de la 1 ^{ère} chaîne de supermarchés à capitaux marocains « Label'Vie ». - Réaménagement et extension du point de vente Zaêrs (1300 m ²).
2002	- Réaménagement du point de vente Riad. - Acquisition de la société Superdiplo Maroc qui détenait les fonds de commerce de deux supermarchés « Supersol ».

⁴ Dénommée depuis 2008 Label Vie SA

-
- Alliance avec le 2^{ème} groupe mondial Ahold matérialisée par une convention d'approvisionnement avec la centrale d'achat du groupe Ahold et ouverture du magasin Casablanca Vélodrome.
 - Entrée de Salafin et de Cyrus Capital Ltd dans le capital d'Hyper S.A à hauteur de 10% chacun.
-

- 2003**
- Ouverture du 5^{ème} magasin Label'Vie situé au centre ville Médina de Rabat (600 m²).
 - Reprise de Maromarché, un supermarché de (600 m²) au quartier Hassan à Rabat.
 - Ouverture du 7^{ème} magasin Label'Vie situé au centre ville de Kénitra (1500 m²).
-

- 2004**
- Salafin et Cyrus Capital Ltd sont rejoint par le fonds d'investissement Esterad et la société Holding Benjelloun Meziane à hauteur respectivement de 10% et 12%.
 - Ouverture du 8^{ème} magasin Label'Vie situé au centre ville de la ville de Meknès (2000 m²).
-

- 2005**
- Ouverture du 9^{ème} magasin Label'Vie situé au centre ville de Settat (2 000 m²).
 - Acquisition d'un point de vente (10^{ème} magasin) de (500 m²) au quartier la Gironde à Casablanca.
 - Ouverture du 11^{ème} magasin Label'Vie situé au quartier Anfa à Casablanca (1000 m²).
-

- 2006**
- Rénovation des points de vente de Casablanca La Gironde et de Rabat Riad.
 - Ouverture du capital de Retail Holding au Groupe Sanam Holding, partenaire industriel du Groupe Best Financière à hauteur de 34% par le biais de sa filiale VCR Logistique.
-

- 2007**
- Sortie conjointe de Salafin, HBM, Cyrus Capital Ltd et Esterad.
 - Entrée dans le capital d'Hyper S.A. de la société FCEC à hauteur de 10,26%.
 - Transfert de 5% du capital d'Hyper S.A. détenu par FCEC à M. Moulay Hafid ELALAMY.
 - Reprise par voie de fusion absorption du magasin quartier des hôpitaux à Casablanca (500 m²) exploité sous l'enseigne Label'Shop (Wabi SARL).
-

-
- Ouverture du 13^{ème} magasin à El Jadida (2000 m²).

A fin 2007, le réseau Label'Vie SA comptait 13 magasins.

2008

- Changement de dénomination sociale de Hyper S.A. qui devient Label'Vie S.A.
- Ouverture du 14^{ème} magasin au quartier Lissasfa à Casablanca (1300 m²).
- Introduction en bourse de Label'Vie SA.
- Ouverture du 15^{ème} magasin à Mohammedia (1 000 m²).
- Ouverture du 16^{ème} magasin au quartier Maârif à Casablanca (1 300 m²).
- Ouverture du 17^{ème} magasin à Khémisset (1 500 m²).
- Ouverture du 18^{ème} magasin au quartier Taddart à Casablanca (1 200 m²).
- Acquisition du supermarché Souissi (2 000 m²).

A fin 2008, le réseau Label'Vie SA comptait 18 magasins.

2009

- Ouverture de 6 nouveaux points de ventes :
 - Ouverture du magasin Label Vie à Alia Mohammedia (950 m²).
 - Ouverture du magasin Label Vie à Sala El Jadida (1 100 m²).
 - Ouverture du magasin Label Vie à Romandie Casablanca (Ex Hyper Romandie) (800 m²).
 - Ouverture du magasin au quartier Val Fleury à Casablanca (700 m²).
 - Ouverture du magasin à Aïn Sebâa (1 900 m²).
 - Ouverture du 1^{er} hypermarché Carrefour à Salé (5 500 m²).
- Reprise de 2 supermarchés « Franprix » et leur transformation en magasins Label Vie : Yacoub Al Mansour et Oulfa (1 850 m²).
- Absorption des sociétés « Supermarché Souissi », « Les alcools Réunis », et « Bab Zaërs », constituant le point de vente de Rabat Soussi.
- Acquisition de terrains et locaux destinés à abriter des nouveaux magasins en 2010.

A fin 2009, le réseau Label'Vie SA comptait 27 magasins.

**A fin juillet
2010**

- Ouverture en avril 2010 du deuxième Hypermarché Carrefour dans le centre commercial Al Mazar à Marrakech (6 000 m²).
- Ouverture de 4 points de vente à Kenitra (500 m²), Témara (300 m²), Casablanca Gauthier (400 m²) et à Agadir (1 500 m²).

A fin juillet 2010, le réseau Label'Vie SA compte 32 magasins.

IV.2 APPARTENANCE AU GROUPE BEST FINANCIERE

IV.2.1. Structure du Groupe Best Financière et filiales

Au 30 mars 2010, le Groupe Best Financière détient 61,2% du capital de Retail Holding, qui détient 58,9% du capital de Label Vie SA.

Caractéristiques du groupe

Dénomination	: Best Financière
Forme	: S.A.
Date de création	: 22/08/2002
Siège Social	: Rabat- Souissi, Km 3,5, angles rue Rif et Zaërs.
Objet social	: Placement et gestion de valeurs mobilières
Registre de commerce	: Rabat, 55 669
Capital social à la création	: 350 000 Dh
Capital social au 31/12/09	: 26 350 000 Dh
Chiffre d'affaires au 31/12/07	: 0 Dh
Chiffre d'affaires au 31/12/08	: 5 008 537 Dh
Chiffre d'affaires au 31/12/09	: 5 655 006 Dh
Résultat net au 31/12/07	: 3 459 104 Dh
Résultat net au 31/12/08	: 505 563 Dh
Résultat net au 31/12/09	: 20 504 562 Dh
Dividendes reçus au titre de 2009	: 661 404,06 Dh
Dividendes distribués au titre de 2009	: 0 Dh

Principaux actionnaires

Le Groupe Best Financière compte cinq actionnaires dont Mr R. HADNI, Mr Z. Bennani et Mr A. Bennani.

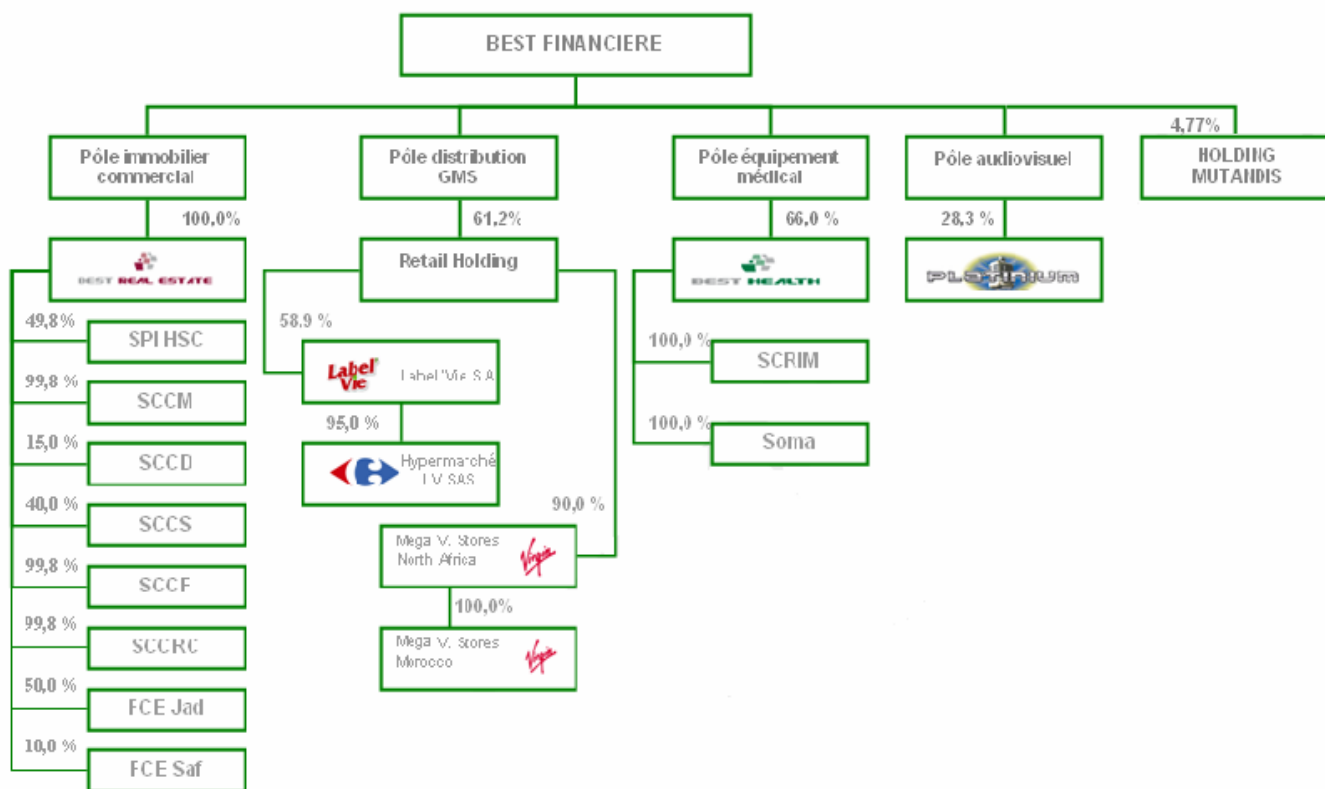
La répartition du capital de Best Financière se présente comme suit :

Actionnaire	Fraction du capital détenu
Rachid HADNI	33%
Zouhair BENNANI	24%
Abdallah BENNANI	24%
Latifa BEKKALI	9%
Amal BENSOUDA	9%

Source : Label Vie SA

IV.2.2. Sociétés du Groupe Best Financière :

A fin mars 2010, l'organisation du Groupe Best Financière s'articule autour de quatre pôles d'activité, tels que présentés dans l'organigramme juridique ci-dessous :



Source : Label Vie S.A.

Ci-dessous, est présenté le lien en terme d'immobilier commercial entre les sociétés du Groupe BRE et Label Vie SA et l'actionariat de ces sociétés dans le cas où BRE détient 100% ou moins du capital :

- SPI HSC : Créée le 01/09/1989, SPI HSC est une société de promotion immobilière, gérant Label Gallery Rabat (centre commercial situé sur la route de Zaers et abritant le supermarché Label Vie ZAERS propriété de Label Vie SA). SPI HSC est détenue à 50% par BRE et 50% par HH développement ;
- SCCM : Créée le 06/07/2004, SCCM est une société de promotion immobilière gérant Label Gallery Meknès (centre commercial situé à Meknès et abritant le supermarché Label Vie Meknès en tant que locataire) ;
- SCCS : Créée le 25/01/2005, SCCS est une société de promotion immobilière devant gérer le centre commercial de Marrakech Al Mazar. La SCCS compte par ailleurs parmi ses actionnaires HH développement (30%) et FCEC (30%) ;
- SCCF : Créée le 04/03/2008, SCCF est une société de promotion immobilière devant gérer le futur centre commercial de Fès.
- SCCD: Créée le 06/02/2007, SCCD est une société de promotion immobilière devant gérer le futur centre commercial de Tanger. SCCD compte par ailleurs parmi ses actionnaires FCE (45%), HH développement (25%) et KASBAH (15%).

- SCCRC : Créée en 2005, la Société des Centres Commerciaux de la Région du Centre est une Société devant gérer les futurs centres commerciaux de la région du centre. La Société est détenue par Best Real Estate à hauteur de 99,8%.
- FCE Jad : Créée le 02/01/2007, FCE Jad est une société de promotion immobilière gérant Label'Gallery El Jadida (centre commercial situé à El Jadida et abritant le supermarché Label'Vie El Jadida en tant que locataire). FCE Jad compte par ailleurs parmi ses actionnaires FCE (50%) et BRE (50%).
- FCE Saf ; créée le 15/01/2007, FCE Saf est une société de promotion immobilière devant gérer le futur centre commercial de Safi. FCE Saf compte par ailleurs parmi ses actionnaires FCE (90%) et BRE (10%).

IV.2.3. Activités du Groupe Best Financière :

La diversification des activités du groupe a poussé les dirigeants à opter pour une réorganisation par pôle d'activité. Ainsi, organisé autour de 4 pôles d'activité, le Groupe Best Financière a réalisé un résultat net de 20,5 Mdh en 2009.

Pôle immobilier commercial

L'activité Immobilier commercial comprend essentiellement le développement de l'immobilier commercial au Maroc. Cette activité est assurée par la société Best Real Estate, développeur et gestionnaire d'immobilier commercial qui conçoit, réalise, commercialise et gère des galeries et des centres commerciaux.

Créée en 2004, la société Best Real Estate a à son actif la réalisation de plusieurs centres commerciaux réalisés tels que le centre commercial de Rabat (4241 m²), de Meknès (4504 m²) et d'El Jadida (5808 m²) de surface commerciale). Elle compte également à son actif la réalisation du centre commercial Al Mazar (40.000 m²) qui a ouvert ses portes en avril 2010 au dans la zone de l'Aguedal à Marrakech, et qui abrite plus de 100 enseignes, 20 restaurants et plus de 100 baux commerciaux dont 4 surfaces spécialisées notamment un point de vente Carrefour qui s'étale sur une superficie commerciale de 6 000 m².

La Société ambitionne de continuer son développement notamment avec l'initiation de nouveaux projets de galeries (Safi) et de centres commerciaux (Tanger, Fès).

Best Real Estate contribue au développement des métiers de la grande distribution au sein du Groupe Best Financière en respectant le principe d'une présence d'un supermarché LABEL'VIE ou d'un hypermarché Carrefour dans chaque centre commercial initié par Best Real Estate. Les relations commerciales liant BRE à Label Vie SA sont gérées aux prix du marché.

Pôle Distribution

Le pôle distribution est représenté par la société Retail holding, qui détient 58,9% de Label'Vie S.A., elle-même actionnaire à 95% de Hypermarché LV SAS (5% Carrefour Partenariat International en 2010), et 90% de Mega V. Stores North Africa, actionnaire à 100% de Mega V Stores Morocco.

Mega V. Stores North Africa est la société en charge de l'exploitation de l'enseigne Virgin au Maghreb, à travers sa filiale Mega V. Stores Morocco. En 2010, le Groupe a ouvert le deuxième établissement Virgin à Marrakech, après celui de l'aéroport Mohamed V de Casablanca, sur une surface de 2 600 m² dans le centre commercial Al Mazar.

Avec un capital social de 14 Mdh, Mega V. Stores Morocco a réalisé un chiffre d'affaire de 3,6 Mdh au titre de l'exercice 2009.

Le programme d'ouverture de Virgin est comme suit : Casablanca en 2011 et Fes en 2012.

Pôle équipement médical

L'activité Equipement médical démarrée en 1991 est assurée par la société Best Health détenue à 66% par Best Financière. Celle-ci comprend la distribution d'équipement médical.

Créée en 1969, SCRIM est spécialisée dans la distribution de l'équipement médical notamment à travers des cartes de renommée internationale telles que « Electa » ou « Saint Jude Medicals ». SCRIM a réalisé un chiffre d'affaires de 29,5 Mdh au 31 décembre 2009 et un résultat net de 754,2 Kdh.

SOMA Médical est une société spécialisée dans la distribution de matériel cardiovasculaire Saint Jude Médical (leader mondial en la matière). Créée en 2006, Soma Médical a réalisé un chiffre d'affaires de 25 Mdh au 31 décembre 2009, et un résultat net de 1,6 Mdh.

Pôle audiovisuel

Le pôle audiovisuel est constitué par une maison de disques, Platinum, possédant une licence de « Universal Music » et de « EMI-Time Warner » au Maroc.

Platinum fournit les conditions de production nécessaires aux artistes marocains, en vue d'une diffusion nationale et internationale.

Holding MUTANDIS

MUTANDIS est une Société d'Investissement marocaine dont l'objectif est d'accélérer la croissance du tissu industriel, du secteur de la distribution et des services au Maroc. Elle a été créée en février 2008 par un groupe d'une quinzaine d'investisseurs marocains, espagnols et français de premier plan.

Elle vise à acquérir, en totalité ou en majorité, les entreprises satisfaisant à ses critères d'investissement, et dont les actionnaires souhaitent se dessaisir (groupes se recentrant sur leurs métiers de base). MUTANDIS ne prend, en général, pas de participations minoritaires. Les entreprises acquises sont nécessairement actives au Maroc.

A vocation à augmenter régulièrement son capital et à l'ouvrir largement aux épargnants en s'introduisant ultérieurement à la Bourse de Casablanca, MUTANDIS vise à assurer, à moyen et long terme, une appréciation de la valeur intrinsèque de ses propres actions.

Synergies entre les différentes filiales du Groupe

La nature des activités des différentes filiales du Groupe contribue à la création de synergies entre ces filiales. On peut dénoter deux principales synergies au sein du Groupe Best Financière :

- Entre le Pôle Immobilier Commercial et le Pôle Distribution:

A travers les centres commerciaux construits et gérés par Best Real Estate, la société Label Vie S.A. bénéficie d'opportunités d'ouvertures de nouveaux points de vente tels que les magasins d'El Jadida et Meknès (en location). Réciproquement, les centres commerciaux gérés par Best Real Estate profitent de la clientèle drainée par les supermarchés Label Vie. Ces relations commerciales se font aux conditions du marché.

- Entre Virgin et Platinum :

Les points de vente Virgin se chargeront de la distribution et la commercialisation des supports musicaux produits par Platinum.

IV.2.4. Les Sociétés du Groupe Best Financière :

Pôle Immobilier Commercial

Nom	BEST REAL ESTATE
Forme juridique	S.A.R.L
Création	17/05/2004
Siège social	Rabat- Souissi, Km 3,5, angles rue Rif et Zaërs
Objet Social	Gestion d'exploitation commerciale
Registre de Commerce de Rabat	58 717
Capital Social à la création	100 000 Dh
Capital Social à fin décembre 2009	12 100 000 Dh
Valeur nominale	100 Dh
Fraction du capital détenu	99,99%
Fraction des droits de vote détenus	99,99%
Nombre d'actions détenues	120 988
CA 2007	2 598 277 Dh
Résultat net 2007	- 417 296 Dh
CA 2008	2 657 740 Dh
Résultat net 2008	1 007 095 Dh
CA 2009	3 662 740 Dh
Résultat net 2009	407 765 Dh

Source : Label Vie SA

Pôle Distribution

Nom	RETAIL HOLDING
Forme juridique	S.A
Création	26/12/2005
Siège social	Rabat- Souissi, Km 3,5, angles rue Rif et Zaërs
Objet Social	Placement et gestion de valeurs mobilières
Registre de Commerce de Rabat	62 401
Capital Social à la création	300 000 Dh
Capital Social à fin décembre 2009	95 300 000 Dh
Valeur Nominale	100 Dh
Fraction du capital détenu	61,20%
Fraction des droits de vote détenus	61,20%
Nombre d'actions détenues	583 236
CA 2007	37 518 Dh
Résultat net 2007	- 1 664 218 Dh
CA 2008	-
Résultat net 2008	37 534 778,56 Dh
CA 2009	-
Résultat net 2009	45 067 459,71 Dh

Source : Label Vie SA

Nom	LABEL VIE SA
Forme juridique	S.A
Création	16/10/1985
Siège social	Rabat- Souissi, Km 3,5, angles rue Rif et Zaërs
Objet Social	Achat et vente sous forme de libre service
Registre de Commerce de Rabat	27 433

<i>Capital Social à la création</i>	1 000 000 Dh
<i>Capital Social à fin décembre 2009</i>	229 075 000 Dh
<i>Valeur Nominale</i>	100 Dh
<i>Fraction du capital détenu</i>	58,9%
<i>Fraction des droits de vote détenus</i>	58,9%
<i>Nombre d'actions détenues</i>	1 349 665
<i>CA 2007</i>	869 661 712 Dh
<i>Résultat net 2007</i>	8 393 245 Dh
<i>CA 2008</i>	1 140 883 148 Dh
<i>Résultat net 2008</i>	42 786 879 Dh
<i>CA 2009</i>	1 836 392 616 Dh
<i>Résultat net 2009</i>	79 017 955 Dh

Source : Label'Vie SA

<i>Nom</i>	MEGA V. STORES NORTH AFRICA
<i>Forme juridique</i>	S.A.R.L
<i>Création</i>	17/04/2007
<i>Siège social</i>	Rabat- Souissi, Km 3,5, angles rue Rif et Zaërs
<i>Objet Social</i>	Vente de biens et de services culturels et loisirs
<i>Registre de Commerce de Rabat</i>	66 577
<i>Capital Social à la création</i>	10 000 Dh
<i>Capital Social à fin décembre 2009</i>	14 010 000 Dh
<i>Valeur Nominale</i>	100 Dh
<i>Fraction du capital détenu</i>	90%
<i>Fraction des droits de vote détenus</i>	90%
<i>Nombre d'actions détenues</i>	90
<i>CA 2007</i>	0 Dh
<i>Résultat net 2007</i>	- 56 900 Dh
<i>CA 2008</i>	-
<i>Résultat net 2008</i>	- 77 823,95 Dh
<i>CA 2009</i>	-
<i>Résultat net 2009</i>	- 2 764 062,11 Dh

Source : Label'Vie SA

Pôle Equipement Médical

<i>Nom</i>	BEST HEALTH
<i>Forme juridique</i>	S.A.R.L
<i>Création</i>	01/07/2004
<i>Siège social</i>	Rabat- Souissi, Km 3,5, angles rue Rif et Zaërs
<i>Objet Social</i>	Marchand d'instruments de médecine
<i>Registre de Commerce de Rabat</i>	59 049
<i>Capital Social à la création</i>	100 000 Dh
<i>Capital Social à fin décembre 2009</i>	100 000 Dh
<i>Valeur nominale</i>	100 Dh
<i>Fraction du capital détenu</i>	66%
<i>Fraction des droits de vote détenus</i>	66%
<i>Nombre d'actions détenues</i>	660
<i>CA 2007</i>	3 282 000 Dh
<i>Résultat net 2007</i>	5 437 379 Dh
<i>CA 2008</i>	4 700 000 Dh
<i>Résultat net 2008</i>	80 341 Dh
<i>CA 2009</i>	5 000 000 Dh
<i>Résultat net 2009</i>	2 729 044 Dh

Source : Label'Ve SA

Pôle Audiovisuel

<i>Nom</i>	PLATINIUM
<i>Forme juridique</i>	SARL
<i>Création</i>	05/08/2003
<i>Siège social</i>	59 Boulevard Zerktouni Casablanca
<i>Objet Social</i>	Maison de disques
<i>Registre de Commerce de Casablanca</i>	125 187
<i>Capital Social à la création</i>	1 320 000 Dh
<i>Capital Social à fin décembre 2009</i>	1 320 000 Dh
<i>Valeur nominale</i>	100 Dh
<i>Fraction du capital détenu</i>	28,3%
<i>Fraction des droits de vote détenus</i>	28,3%
<i>Nombre d'actions détenues</i>	1 320
<i>CA 2007</i>	2 598 277 Dh
<i>Résultat net 2007</i>	- 417 296 Dh
<i>CA 2008</i>	6 346 934 Dh
<i>Résultat net 2008</i>	440 708 Dh
<i>CA 2009</i>	1 000 030 Dh
<i>Résultat net 2009</i>	1 096 617 Dh

Source : Label'Ve SA

<i>Nom</i>	Mutandis
<i>Forme juridique</i>	S.C.A
<i>Création</i>	01/04/2008
<i>Siège social</i>	5/7 rue Ibnou Toufail Casablanca
<i>Objet Social</i>	Holding prise de participation
<i>Registre de Commerce de Casa</i>	180 175
<i>Capital Social à la création</i>	777 000 000 Dh
<i>Capital Social à fin décembre 2009</i>	1 047 611 600 Dh
<i>Valeur Nominale</i>	100 Dh
<i>Fraction du capital détenu</i>	4,77%
<i>Fraction des droits de vote détenus</i>	4,77%
<i>Nombre d'actions détenues</i>	500.000 actions
<i>CA 2008</i>	10 000 000 Dh
<i>Résultat net 2008</i>	- 8 000 000 Dh
<i>CA 2009</i>	274 000 000 Dh
<i>Résultat net 2009</i>	74 000 000 Dh

Source : Label'Ve SA

IV.3. FILIALES ET PARTENAIRES

IV.3.1. Filiales de Label'Vie S.A. :

Présentation des filiales de Label'Vie SA

A la veille de la présente opération, Label'Vie SA détient des participations dans une filiale, dénommée « Hypermarché LV SAS ».

HLV a pour objet, sur l'ensemble du territoire du Royaume du Maroc :

- Le développement et l'exploitation au Maroc (en son nom propre et/ou en vertu de contrats de master franchise, de contrats de franchise et/ou d'affiliation et/ou de sous franchise conclus exclusivement avec une entité du Groupe Carrefour ou avec Label'Vie) d'activités de vente au détail de produits alimentaires et non alimentaires par l'intermédiaire d'hypermarchés et/ou de supermarchés, ainsi que toutes activités annexes y afférent, à l'exception i) des activités de vente dites de maxi discompte (hard discount), ii) des activités de vente au travers de format de magasins dits de proximité. L'activité de HLV comprend la vente au détail en ligne de produits alimentaires de professionnels à particuliers sur le territoire marocain, mais ne comprendra pas toutes activités de vente en gros de professionnels à professionnels, en ligne de professionnels à professionnels, et en ligne que le Groupe Carrefour développerait au niveau international et de manière autonome.
- La conclusion de contrats de franchise ou de sous franchise ou d'affiliation conclus exclusivement avec une entité du Groupe Carrefour ou avec Label'Vie ; la prise de participation directe ou indirecte, dans toutes sociétés à créer ou déjà existantes par voie de souscription au capital ou par acquisition de titres, en qualité d'actionnaire ou d'associé ;
- Et généralement, toutes opérations commerciales, industrielles, financières ou mobilières pouvant se rattacher directement ou indirectement à son activité ou susceptibles d'en faciliter la réalisation.

La société peut agir directement ou indirectement et faire toutes ces opérations soit seule, soit en participation, association, groupement ou société, avec toutes autres personnes ou sociétés, et les réaliser et exécuter sous quelque forme que ce soit.

Le siège social de la société est fixé à Km 3.5, Route des Zaërs – Rabat. Elle est dotée d'un capital social de 70 000 000 Dh, divisé en 700 000 actions nominatives de même catégorie, de valeur nominale de 100 dirhams chacune entièrement souscrites en numéraire et intégralement libérées à la souscription.

Les actions de cette société sont détenues au 30 juin 2010 à 95% par la société Label'Vie SA à 5% par Carrefour Partenariat International.

Étapes de création de HLV

En date du 6 février 2009, Carrefour Partenariat international, et Label'Vie SA ont conclu un protocole d'accord définissant les principes d'un partenariat entre leurs groupes respectifs sur le territoire marocain avec un droit de primauté sur plusieurs territoires africains. Cet accord s'est matérialisé par un Contrat de Franchise Initial et prévoit le développement d'hypermarchés sous l'enseigne Carrefour.

Dans le cadre de la mise en application de ce protocole d'accord, il a été décidé la création d'une filiale dédiée au développement de l'activité Hypermarchés au Maroc : « Hypermarché LV » SAS, sous le sigle HLV. Hypermarché LV SAS a été créée le 17 novembre 2009 par Label'Vie SA et exploitait depuis 2010, et dans un premier temps, un hypermarché à Salé.

Le 19 Février 2010, et en vertu d'un contrat de cession d'actions signé ce jour même entre Label'Vie SA et CPI, Label'Vie SA a cédé à CPI 35 000 actions de HLV SAS, représentant 5% du capital et des droits de vote .

A compter de cette même date, les termes du contrat de franchise initial ont été modifiés et les droits d'exploitation de l'enseigne Carrefour ont été transférés à HLV. En effet, le Groupe Carrefour et Label Vie SA ont procédé à la résiliation du contrat de franchise initial afin que HLV puisse conclure en tant que franchisé un nouveau contrat de franchise directement avec le Groupe Carrefour, en tant que franchiseur.

Le 10 mars 2010, un contrat de sous-franchise a été signé entre Label'Vie SA et HLV SAS, stipulant que HLV concède à Label'Vie certains droits permettant au sous-franchisé (Label'Vie SA) d'exploiter l'enseigne Carrefour selon des règles bien définies dans le contrat de sous-franchise.

A cette même date, un pacte d'actionnaires a été réalisé afin de définir les règles de gouvernement d'entreprise devant gérer les modalités d'organisation et d'administration de HLV, les rapports des parties entre elles, ainsi que les modalités de transfert des titres (Cf. III.2.4 Pacte d'actionnaires, page 48).

Prestations facturées aux filiales

Label'Vie SA facture à sa filiale HLV SAS trois types de prestations :

- Prestations relatives aux activités de Support. Ces activités comprennent les fonctions des achats, Marketing, Ressources humaines et finances. A titre d'exemple, concernant la fonction des achats, il s'agit des opérations de négociations, fixation des assortiments, fixation des promotions et des tarifs pour le compte des magasins Carrefour ;
- Prestations relatives aux activités de ventes de marchandises : facturation des livraisons majorée des frais d'entrepôt et les prestations logistiques.;
- Prestations relatives au loyer, notamment le loyer du magasin Carrefour de Salé et qui est la propriété de Label'Vie SA.

IV.3.2. Partenaires Stratégiques de Label'Vie S.A. :

La société HLV SAS, filiale à 95% de Label'Vie SA, a signé un accord de partenariat avec le groupe Carrefour. En effet, cet accord de franchise exclusif sur le territoire marocain a été signé le 19 février 2010 entre les parties, prévoyant le développement d'hypermarchés sous l'enseigne 'Carrefour'.

IV.4. SECTEUR D'ACTIVITE

IV.4.1. Environnement international

Avertissement : En l'absence de statistiques sectorielles homogènes, les données relatives au marché international de la grande distribution communiquées ci-après proviennent de statistiques élaborées par différentes sources françaises.

Rappel historique

Historiquement, le secteur de la grande et moyenne distribution a connu depuis 1850, 4 grandes étapes :

1850-1930 : du grand magasin au supermarché

La première période, entre 1850 et 1930, s'est caractérisée par la création des premières coopératives, de la vente par correspondance aux USA et des premiers grands magasins en Europe.

En 1852, le Bon Marché est considéré comme le premier grand magasin. Il amorce la révolution commerciale de la seconde moitié du XIXe siècle. Aristide Boucicaut, son créateur innove en permettant l'entrée libre, la possibilité du libre choix (libre accès à la marchandise), des prix affichés et fixes, ainsi que des marges réduites. En 1866, on assiste à la création des Établissements Économiques de Reims, première enseigne de commerce succursaliste alimentaire moderne.

Aux Etats-Unis, en 1872, la première entreprise de vente par correspondance (VPC), Montgomery Ward, voit le jour et rencontre un immense succès. En 1879, Frank W. Woolworth invente le « Five-and-10-cent store » caractérisé par des prix bas, de fortes rotations, un libre-service, le crédit client et la publicité. Le "Five and 10 cents" va évoluer vers ce qu'on appelle aujourd'hui un magasin populaire. En 1886, Richard W. Sears crée une société de VPC spécialisée en horlogerie bijouterie, puis en 1893, lance les magasins Sears & Roebuck (VPC généraliste). Un an plus tard, on assiste au lancement de la marque du distributeur Marks & Spencer.

Au cours de la seconde moitié du XIXe siècle, de nouvelles enseignes de grands magasins se créent en France, en Grande-Bretagne, aux États Unis et en Russie. En 1916, le premier libre service alimentaire est créé aux États-Unis : Piggly Wiggly. En 1925, les magasins Migros, véritable institution en Suisse, se spécialisent dans la vente de 6 produits (café, riz, sucre, pâtes, graisse de coco et savon), vendus 40 % moins cher que la concurrence.

1930-1960 : du supermarché à l'hypermarché

La seconde période démarre au début des années 30 avec la naissance du premier supermarché aux Etats-Unis, sous la dénomination « King Kullen ».

Au lendemain de la seconde guerre mondiale, de nouvelles habitudes de consommation ont conduit à la création du premier hard discount, du premier libre service et du premier supermarché. Dans ce contexte, la France s'est positionnée parmi les précurseurs, avec la création en 1949 par Edouard Leclerc du discount alimentaire en créant les « Centres Distributeurs Leclerc ». En 1954, André Essel et Max Théret créent la FNAC (Fédération Nationale d'Achats des Cadres) : les appareils photos sont vendus 15% moins cher que chez les commerçants traditionnels. En 1957, la famille Darty, qui possédait un magasin de textiles, change de métier et ouvre un premier magasin d'électroménager. En 1958, le suédois Ingvar Kamprad innove en créant le meuble en kit avec un excellent rapport qualité/prix, à travers l'enseigne IKEA.

1960-1990 : Ascension de la grande distribution

La troisième phase de développement du secteur de la grande et moyenne distribution débute dans les années 60. Cette phase est caractérisée par l'importante ascension de la grande distribution, illustrée par les faits marquants ci-après :

En 1962, dans l'Arkansas, Sam Walton invente le « discount » dans les petites villes. Le concept repose sur des marges réduites, des réductions chaque jour, un système d'information performant, une collaboration étroite avec les industriels, une motivation du personnel : ces ingrédients permettront à Wal-Mart de devenir en 2001 la première entreprise mondiale du secteur.

En 1963, Carrefour réunit l'alimentaire au non alimentaire sous un même toit : une nouvelle formule est née. L'enseigne réussit à commercialiser un large assortiment dans de très grandes surfaces implantées en périphérie à des prix réduits. Carrefour révolutionne ainsi le commerce en inventant l'hypermarché.

Par la suite, le secteur va connaître un développement soutenu avec les faits marquants suivants : l'habitat en Grande Bretagne (1964), les ouvertures de Conforama (1968) ainsi que les centres commerciaux Cap 3000 et Parly II (1969), la promulgation de la loi Royer (1973), le lancement des produits libres (1976), de la téléachat aux Etats-Unis (1981) et en France (1988) et la vente par Minitel (1984).

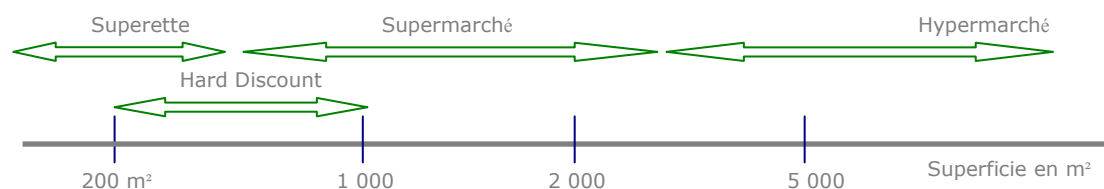
1990 : Internet, révolution commerciale

Depuis le début des années 90, le secteur entame une nouvelle étape grâce à Internet, qui peut être qualifiée de véritable révolution commerciale. En 1992, on assiste à la naissance du commerce électronique, puis en 1995, il y a la création des premiers sites marchands.

Nomenclature du secteur

Le secteur de la grande et moyenne distribution est caractérisé par différents formats de surfaces de vente :

- ✓ Les hypermarchés qui proposent une gamme étendue de références alimentaires et non alimentaires, des services et des prix plus ou moins bas (des produits d'appel) ;
- ✓ Les supermarchés ont une surface moyenne, des références élevées sur l'alimentaire et sont limitées sur le non alimentaire ;
- ✓ Le hard discount a généralement une taille réduite, un nombre de références limité et des prix très bas ;
- ✓ La supérette possède une petite taille, une proximité, des horaires étendus et des prix élevés.



Source : dictionnaire du marketing

Le nombre de références commercialisées peut être de moins 5 000 (cas des supérettes) à plus de 20 000 (cas d'hypermarchés).

Acteurs Principaux dans le secteur de la Grande Distribution dans le monde

A ce jour, selon le site web français de la Grande distribution⁵, le secteur de la distribution se caractérise par un commerce de détail moderne dans un nombre croissant de pays répartis par type :

- ✓ Pays matures avec une distribution bien établie (Etats-Unis, Allemagne, Grande-Bretagne, France, Suisse Espagne, Australie...) ;
- ✓ Pays en voie de maturité (Pologne, Mexique, Argentine, Brésil...) ;
- ✓ Pays dont la distribution est en développement (Chine, Russie, Maroc) ;
- ✓ Pays émergents (Inde, de nombreux pays d'Afrique).

En termes de chiffre d'affaires, le secteur est dominé par les distributeurs américains et européens. Ainsi, au titre de l'exercice 2008, sur les 10 premières entreprises mondiales, 4 sont américaines, 4 sont européennes et 2 sont asiatiques.

Les 10 premières entreprises ont une présence sur plusieurs continents. A leur tête, la société américaine Wal Mart Stores Inc qui réalise plus de 3 fois le chiffre d'affaires de Carrefour SA, seule entreprise française figurant dans le top 10 de ce classement.

Le tableau ci-après reprend le classement des 15 premiers distributeurs mondiaux établi par chiffre d'affaires réalisé à fin 2008 :

Enseigne	Société	Pays	C.A (G\$)	Evolution annuelle	RN (M\$)	Evolution annuelle	Effectif (‘000)
Wal-Mart	Wal MArt Stores Inc	USA	378,8	8,7%	12 700	12,8%	2 100
Carrefour	Carrefour SA	France	122,6	5,51%	3 700	9,31%	490
Tesco	Tesco Plc	UK	93,8	10,25%	4 200	12,26%	440
Kroger	Kroger Co	USA	70,2	6,24%	1 200	5,92%	323
Seven & I	Seven & I Holding Co., Ltd	Japon	54,9	7,77%	1 100	-2,07%	56
Rewe	Rewe-Zentral-Aktiengesellschaft	Allemagne	50,6	6,36%	500	-15,23%	166
Shaws	Supervalu Inc	USA	44	17,76%	600	30,75%	192
Safeway	Safeway Inc	USA	42,3	5,23%	900	2,04%	201
Ahold	Kininklijke Ahold NV	Pays-Bas	41,4	-37,26%	4 300	226,03%	119
Aeon	Aeon Co Ltd	Japon	40,7	8,90%	486	99,28%	63
Casino	Casino Guichard-Perrachon SA	France	37,3	11,27%	977	10,67%	160
Sainsbury	J Sainsbury Plc	UK	35,5	4,07%	654	1,23%	152
Loblaws	Loblaws Companies Ltd	Canada	29,7	2,60%	334	NC	NC
Delhaize	Delhaize Group SA	Belgique	28,1	-1,26%	604	16,54%	138
Morrisons	WM Morrison Supermarkets Plc	UK	25,9	4,14%	1 100	123,75%	117

Source : Les géants mondiaux de la grande distribution, Le Journal du net

⁵ www.lsa.fr

IV.4.2. Environnement national

Réglementation du secteur

Au niveau législatif, le secteur du commerce est soumis à différentes lois, décrets et arrêtés dont notamment :

- La loi n° 15-95 du 1^{er} août 1996 formant le Code de Commerce.
- La loi n° 008-71 du 12 octobre 1971 sur la réglementation et le contrôle des prix et les conditions de détention et de vente des produits et marchandises.
- La loi n° 06-99 du 5 juin 2000 relative à la liberté des prix et de la concurrence.
Cette loi vise à garantir la liberté des prix et leur formation par le libre jeu de la concurrence, à protéger les intérêts économiques des consommateurs, à garantir la liberté d'accès de tous les opérateurs à toutes les activités et à se conformer aux engagements auxquels le Maroc a librement souscrit notamment le Traité d'association avec l'Union européenne, à la CNUCED, à l'OMC : la liberté des prix devient la règle, l'encadrement administratif devient l'exception.
- Le Dahir du 14 octobre 1914 sur la répression des fraudes dans la vente des marchandises et des falsifications des denrées alimentaires et des produits agricoles et le Dahir du 5 octobre 1984 portant loi n° 13-83 relative à la répression des fraudes sur les marchandises : ces lois contrôlent tout commerce de produit alimentaire.
Selon ces textes, les autorités sanitaires sont habilitées au cours de visites à prélever et à analyser des échantillons auprès de laboratoires officiels. Tout produit impropre à la consommation est retiré du commerce et la société frauduleuse est passible d'amendes.
- La loi n° 28-00 relative à la gestion des déchets et à leur élimination promulguée par Dahir n° 1-06-153 du 22 novembre 2006.
- Le décret n° 2-99-89 du 5 mai 1999 relatif au contrôle des produits de charcuterie.
- Le décret n° 2-04-684 du 27 décembre 2004 pris pour l'application de la loi n° 49-99 relative à la protection sanitaire des élevages avicoles, au contrôle de la production et de la commercialisation des produits avicoles.
- Le décret n° 2-01-1016 du 4 juin 2002 réglementant les conditions d'étiquetage et de présentation des denrées alimentaires.
- L'arrêté n° 3-177-66 du 17 juillet 1967 réglementant le commerce des boissons alcoolisées.
- L'arrêté n° 938-99 du 14 juin 1999 relatif aux états et aux conditions de températures maximales de transports des denrées périssables.
- L'arrêté n° 729-99 du 10 mai 1999 relatif à la durée de validité et aux conditions de conservation de certains produits.

En matière de transport de marchandises, le secteur de la distribution obéit principalement au Dahir n° 1-00-23 du 15 février 2000 portant promulgation de la loi n° 16-99.

Cette loi, entrée en vigueur en 2003, a pour objectif de doter le Maroc d'un système de transport routier économiquement efficace, avec les meilleures conditions de qualité, de sécurité, de fiabilité, de délai et de coût. Pour l'application de cette loi, le Décret n° 2-03-169 du 26 Mars 2003 détermine les conditions relatives au transport de marchandises pour compte d'autrui et pour le compte propre.

Parallèlement, le Décret n° 2-97-177 du 23 mars 1999 fixe les conditions de transport des denrées périssables.

Par ailleurs le secteur du commerce est concerné par le respect de différentes normes :

✓ Le Service de Normalisation Industrielle Marocaine et les normes Codex Alimentarius⁶

Le Ministère de l'Industrie, du Commerce et de la Mise à Niveau de l'Economie a créé, depuis 1970, le Service de Normalisation Industrielle Marocaine (SNIMA) qui est chargé de la coordination des activités du système national de normalisation.

Concernant le secteur des produits agro-alimentaires, le SNIMA s'est basé sur les standards internationaux, notamment les normes du Codex Alimentarius.

Les accords de Marrakech du 15 Avril 1994 qui ont conclu l'Uruguay round et donné naissance à l'Organisation Mondiale du Commerce ont considérablement renforcé la portée internationale des normes du Codex. Accordant un rang de priorité plus élevé à l'élaboration, sur des bases scientifiques, de normes relatives à la qualité des aliments, aux questions liées à la nutrition et à la santé, les normes Codex sont devenues une référence mondiale pour les consommateurs, les producteurs et les transformateurs des denrées alimentaires ainsi que les organismes nationaux de contrôle des aliments et le commerce international des produits alimentaires.

En matière de droits de douane⁷, l'importation des produits des industries alimentaires est soumise à différents taux allant de 10% à 50%, en fonction des produits classés selon la nomenclature suivante :

- Préparation des viandes, de poissons ou de crustacés, de mollusques ou d'autres invertébrés aquatiques.
- Sucres et sucreries.
- Cacao et ses préparations.
- Préparations à base de céréales, de farines, d'amidons, de féculs ou de lait et pâtisseries.
- Préparations de légumes, de fruits, ou d'autres parties de plantes.
- Préparations alimentaires diverses.
- Boissons, liquides alcoolisés et vinaigres.
- Résidus et déchets des industries alimentaires ; aliments préparés pour animaux...

Toutefois, le Maroc a signé un certain nombre d'accords de libre échange (Egypte, Emirats Arabes Unis, Etats-Unis d'Amérique, Jordanie, Tunisie et Turquie), bilatéraux ou multilatéraux (UE, Ligue Arabe...) qui donnent droit à des réductions de taux sur plusieurs années. A titre d'exemple, l'accord d'Association entre l'Union Européenne et le Maroc entré en vigueur le 1^{er} mars 2000 se traduit par un droit de douane moyen non pondéré de 17,87% depuis le 1^{er} mars 2004 qui diminuera jusqu'à 0,05% en 2012, aboutissant ainsi à une zone de libre-échange.

Organisation du secteur

En termes de structures représentatives, le secteur du commerce est notamment représenté par les Chambres de Commerce, d'Industrie et de Services, par les Associations de Commerçants et par les Associations de Consommateurs.

- La Chambre de Commerce, d'Industrie et de Services (CCIS) :

⁶ www.codexalimentarius.net

⁷ Source : www.douane.gov.ma/tarif/~tarif.htm

Les CCIS sont des établissements publics placés sous la tutelle du Ministère de l'Industrie, du Commerce et de la Mise à Niveau de l'Economie, dont les membres sont élus par les industriels, les commerçants et les prestataires de services exerçant au niveau de la circonscription de la chambre.

A travers le réseau des CCIS, le Ministère œuvre à développer des mesures pour encourager les commerçants à s'organiser et à se regrouper en coopératives ou en associations et veille à promouvoir des actions de proximité.

Les CCIS ont une triple mission :

- Une **mission de représentation** : consistant à faire entendre de manière permanente la voix de leurs ressortissants, traduire leurs attentes auprès d'interlocuteurs multiples à tous niveaux et prendre une part active à tous les débats sur l'économie et le devenir de l'entreprise.
 - Une **mission de consultation** : les CCIS s'expriment sur les problèmes majeurs de l'actualité économique et juridique, elles suivent les travaux par le biais de leurs représentants au parlement et donnent leurs avis sur les questions à l'environnement immédiat de l'entreprise.
 - Une **mission d'administration** : est perceptible par les attestations et certificats d'exercices que les CCIS délivrent à leurs ressortissants et notamment les certificats d'origine.⁸
- Le Conseil de la Concurrence.⁹

Suite à la parution de la loi 06-99 sur la liberté des prix et de la concurrence promulguée par le dahir 1-00-225 du 2 rabii I 1421 (5 juin 2000), un Conseil de la concurrence a été créé. Les principales prérogatives du conseil se résument comme suit :

- Veiller au respect du libre jeu de la concurrence dans le cadre de l'économie de marché, afin de garantir la compétitivité du tissu économique national et assurer un bon rapport qualité prix pour le bien être du consommateur ;
 - informer et sensibiliser l'opinion publique et les acteurs économiques et sociaux (Colloques, séminaires, conférences,...) ;
 - étudier la concurrence entre les différents secteurs et branches d'activité.
- Les associations de commerçants:

La Fédération du Commerce et Services (émanation de la CGEM) est l'entité la plus représentative du secteur puisqu'elle compte plus de 322 entreprises adhérentes.

- Les associations de protection du consommateur :

La 1^{ère} association ayant pour but la protection des droits du consommateur vît le jour le 25 octobre 1993 à Casablanca. Depuis, plusieurs associations ont été créées pour le même but. Voici une liste par ordre chronologique de création, des 10 associations de consommateurs présentes au Maroc à fin Novembre 2009:

- L'Association Marocaine des Consommateurs ;
- L'association Marocaine pour la Défense du Consommateur et la Protection de l'Environnement ;

⁸ Fédération des Chambres Marocaines de Commerce, d'Industrie et de Services : <http://www.fcmcis.ma/>

⁹ <http://www.conseil-concurrence.ma/>

- La ligue Nationale de Protection du Consommateur. ;
- L'association Marocaine Pour la Protection et l'Orientation du Consommateur ;
- L'Association Atlas Sais ;
- L'Association de Protection des Consommateurs ;
- L'Association de Lutte contre la Corruption et la Protection du Consommateur ;
- L'Association de Protection du Consommateur et du Développement ;
- L'Association de Protection du Consommateur de la Région Marrakech Tensift Al Haouz ;
- L'Association de Protection des Consommateurs Club Tétouan Asmir ;¹⁰

En outre, le secteur du commerce va prochainement connaître des évolutions à travers plusieurs textes en projet dont le projet de loi sur la protection du consommateur.

Ce projet, actuellement soumis à l'examen de la commission des secteurs productifs relevant de la Chambre des Représentants¹¹, est en cours de finalisation au sein du Ministère de l'Industrie et du Commerce, a pour objectifs d'établir les procédures efficaces pour la défense des consommateurs, de développer l'information objective des consommateurs, de favoriser le développement du mouvement associatif en la matière et de promouvoir et protéger les droits du consommateur dans ses relations avec le fournisseur.

Panorama du secteur du commerce et de la distribution au Maroc¹² :

Le secteur du commerce intérieur contribue annuellement à la création de richesse avec une part du PIB s'élevant à 12,8% en 2008 et une participation à hauteur de 2,5% du volume des investissements étrangers.

Regroupant une large gamme d'activités qui se caractérisent par la diversité de leurs formes et par des niveaux d'organisation et d'intégration différents (commerce traditionnel, franchises, grandes surfaces, centres commerciaux...), le secteur dénombre 720 000 points de vente répartis à travers le Royaume. Il revêt aussi une dimension sociale importante en abritant et constituant la source de revenu d'environ 1,2 millions de personnes, soit 13% de la population active marocaine.

En termes de valeur ajoutée, le secteur du commerce, y compris le réseau de distribution traditionnel, totalise 63 Gdh en 2006 selon la ventilation suivante :

- ✓ Le commerce de gros des produits frais, maillon stratégique à moderniser, représente 3,5 Gdh;
- ✓ Les grandes et moyennes surfaces, caractérisées par un fort rythme de développement, représentent 2,8 Gdh;
- ✓ Le commerce indépendant (réseau de distribution traditionnel), qui a besoin de se moderniser et se restructurer, représente 54,7 Gdh;
- ✓ Les commerces en réseaux (franchises) représentent 1 Gdh.

Le secteur du commerce rencontre, toutefois, quelques difficultés :

- ✓ Un manque de formation et de qualification adaptées et une faible valorisation du savoir-faire local et national ;

¹⁰ Site du Ministère de l'industrie, du commerce et de la mise à niveau de l'économie

¹¹ La Chambre Française de Commerce et d'Industrie du Maroc, *Mensuel Conjoncture* : Consommation, vers une distribution moderne

¹² Ministère de l'industrie, du commerce et de la mise à niveau de l'économie : Plan de développement du secteur commercial, Rawaj vision 2020

- ✓ Des freins opérationnels et réglementaires suite à une absence de critères socioéconomiques pour l'affectation d'espaces dédiés aux activités commerciales, une complexité des procédures administratives, une absence de cadre organisant les métiers et fixant des critères pour les activités commerciales et des dispositifs réglementaires perfectibles (système fiscal, bail commercial...);
- ✓ Des blocages institutionnels, à savoir une multiplicité des intervenants (7 Ministères) avec chevauchement des missions et prérogatives, une faible intervention des organisations professionnelles, une absence de système de veille (manque de données chiffrées), une absence de politiques publiques d'appui à la modernisation du secteur ;
- ✓ Une vétusté et une insuffisance des infrastructures du fait d'une faiblesse logistique (plates-formes multimodales, groupage, collecte, froid,...), ainsi que des équipements publics à moderniser (marchés de gros, abattoirs,...).

Par ailleurs, la prédominance du circuit de distribution traditionnelle par rapport à la grande distribution, un réseau de détail centré sur les formes traditionnelles de commerce, une faible intégration des opérateurs (producteurs, industriels, distributeurs, détaillants) et une faible coopération interprofessionnelle (producteurs, grossistes, distributeurs, détaillants, etc.), sont autant d'éléments qui font du secteur un modèle économique non organisé.

Ce constat a conduit le Ministère de l'Industrie, du Commerce et de la Mise à Niveau de l'Economie à élaborer un plan de développement du secteur du commerce baptisé « RAWAJ, vision 2020 ». ¹³

¹³ Le programme RAWAJ Vision 2020 est détaillé dans la partie relative aux perspectives de Label'Vie SA

Le secteur de la grande et moyenne distribution au Maroc :

Avertissement : En l'absence de statistiques sectorielles officielles, certaines données relatives au marché national de la grande distribution communiquées ci-après proviennent de données estimées et reposent essentiellement sur la connaissance des principaux intervenants par le management de Label Vie S.A.

Historiquement, l'équipement commercial au Maroc, bien que marqué par son caractère classique, englobait déjà plusieurs formes de commerce plus ou moins structurées telles que les Souks et les Kissariats.

Tout d'abord, les années soixante ont été marquées, à Casablanca et à Rabat, par les grands magasins populaires Monoprix qui ont connu un véritable succès.

Par la suite, les années soixante dix ont été caractérisées par la promulgation de plusieurs textes de lois qui visaient :

- l'assainissement des circuits de distribution par l'instauration du système du quota pour les produits qui connaissaient une pression de la demande, et
- la fixation et le contrôle des prix qui avait concerné près de 400 produits et services touchant tous les aspects de la vie économique.

Cette politique n'avait cependant pas réussi à vaincre l'inflation qui a atteint des niveaux élevés (entre 10 et 12%).

A partir de 1984, le Maroc a opté pour la libéralisation de l'économie nationale, ce qui a permis d'obtenir un taux d'inflation moyen entre 3 et 7 %.

Par ailleurs, le désengagement des pouvoirs publics a engendré l'apparition d'autres formes de distribution tels que les supermarchés, les coopératives de consommation, les centres commerciaux et autres.

Cette situation n'a pas manqué d'entraîner la modernisation de l'appareil commercial. C'est ainsi que certains commerces de détail se sont agrandis et se sont transformés en petites ou moyennes surfaces de vente de divers articles : alimentation, confection, etc.

Toutefois, ce n'est qu'à partir des années 90 que l'on va assister à l'émergence des grandes surfaces, notamment des grandes chaînes de distribution nationale ou à participation étrangère qui ont pénétré progressivement le marché marocain.

Cet essor de la grande et moyenne distribution vient accompagner et répondre aux nouveaux besoins de consommation de la ménagère marocaine, induits notamment par l'évolution du mode de vie, la mondialisation culturelle et économique, l'urbanisation croissante et l'amélioration relative du niveau de vie.

En effet, on assiste au cours des dernières années à :

- Un taux d'accroissement démographique assez élevé (14,6% entre 1994 et 2004)¹⁴ ;
- Une urbanisation soutenue ;
- Une dynamique interne des ménages et une insertion de plus en plus soutenue des femmes dans le milieu professionnel ;

¹⁴ Indicateur démographique, Haut Commissariat au Plan : <http://www.hcp.ma>

- Un changement socioculturel qui a connu un pic à partir des années 2000 à travers le développement des médias nationaux et internationaux créant un changement des mentalités et du mode de vie des ménages ;
- Un développement rapide du marché publicitaire ;
- Un accroissement des dépenses des ménages : de près de 130% entre 1985 et 2001 et de 6,46% entre 1999 et 2001¹⁵.

C'est ainsi que le nombre d'hypermarchés est passé de 6 en 1997 à 26 à fin 2006, le nombre global de grandes et moyennes surfaces étant de 99 à fin décembre 2009¹⁶.

De même, le nombre de réseaux de franchise en 2010 est de 462 pour 3166 points de vente. Près de 97 réseaux sont d'origine marocaine (soit 1 réseau sur 5) au moment où 365 réseaux proviennent de 25 pays différents dont 4/5 sont issus de la France (181 réseaux, 39%), des Etats-Unis (43 réseaux, 9%), de l'Italie (39 réseaux, 8%) et de l'Espagne (27 réseaux, 6%)¹⁷.

Le secteur de la grande et moyenne distribution emploie environ 8 000 personnes et génère une valeur ajoutée de 2,8 Gdh à fin 2006. Il contribue en outre de manière significative au développement de l'économie nationale eu égard aux investissements qu'il induit et à son importance dans l'attrait des capitaux étrangers au Maroc.

Toutefois, ce secteur est confronté à plusieurs difficultés liées notamment à :

- ✓ L'indisponibilité de personnel qualifié dû au manque, voire l'absence, de filières de formation adaptées aux besoins de la distribution moderne ;
- ✓ La difficulté à s'approvisionner en produits frais (boucherie, fruits et légumes, poissons....) liée au manque d'organisation des filières dans ce domaine et à l'obligation d'approvisionnement auprès des marchés communaux en ces produits ;
- ✓ La faiblesse du système logistique et de transport, induisant la multiplicité des intermédiaires ;
- ✓ La concurrence déloyale du secteur informel ;
- ✓ Le déficit et la cherté de l'immobilier commercial et du foncier. Près de 40% des GMS ne dépassent pas 120 m² de surface.

Principaux opérateurs du secteur :

Le secteur de la grande distribution connaît un nombre encore faible d'acteurs, ce qui constitue une contrainte au libre jeu de la concurrence.

Parmi les grandes enseignes du secteur qui distribuent les produits alimentaires et non alimentaires, on trouve notamment :

- ✓ Les hypermarchés Marjane et les supermarchés Acima (Groupe ONA).
- ✓ Les hypermarchés « Cash and Carry » Metro (Groupe Metro AG).
- ✓ La chaîne d'hypermarchés Aswak Essalam (Groupe Chaabi).
- ✓ Les supermarchés LABEL'VIE (Groupe Best Financière).
- ✓ Les hypermarchés Carrefour (Groupe Best Financière).

¹⁵ Source : Haut Commissariat au Plan : <http://www.hcp.ma>

¹⁶ Source : Estimation Label Vie SA

¹⁷ Source : Fédération marocaine de la franchise : Enquête sur le secteur de la franchise au Maroc, 2010

- **Marjane (Filiale d'ONA à hauteur de 100%)¹⁸** : Créée en 1991, cette enseigne compte à fin 2009, 21 hypermarchés présents dans les grandes villes du royaume notamment Casablanca, Rabat, Meknès, Fès, Tétouan, Tanger, Marrakech, Mohammedia et Oujda
- **Aswak Assalam (Filiale d'Ynna Holding)¹⁹** : C'est l'enseigne du Groupe Chaâbi « Ynna Holding ». En 1998, le Groupe de M. Miloud Chaâbi investit le métier des services par la création du pôle «Emergence», regroupant les métiers nouveaux du groupe : l'hôtellerie et la grande distribution. Aujourd'hui, la chaîne est présente à Rabat, Marrakech, Kénitra, Agadir, Tanger...Aswak Assalam compte ainsi 9 hypermarchés à fin 2009.
- **Acima (Filiale d'ONA à hauteur de 100%)²⁰** : cette enseigne a introduit, en 2002, le concept de « supermarchés de proximité » dans les quartiers des grandes villes, puis dans les petites et moyennes villes. En 2007, et suite à son affiliation au Groupe ONA, Acima a réalisé deux nouvelles implantations à Casablanca et une troisième à Tétouan durant la même année, portant ainsi le nombre total de magasins à 25 à fin 2007.
- **Metro²¹** : Présent au Maroc depuis 1991, Metro s'est spécialisé dans le Libre Service de Gros grâce au concept novateur du Cash & Carry. Les produits mis en disponibilité par cette enseigne sont spécifiques et présentés dans des conditionnements adaptés : plus de 20 000 références alimentaires et 30 000 en marchandises générales soit en marques leaders soit en marques propres Metro.
90% des produits de Metro sont issus de producteurs locaux et adaptés aux habitudes alimentaires et non alimentaires des consommateurs professionnels (cafetiers, hôteliers, restaurateurs, artisans, commerçants, détaillants, professions libérales ...). A fin 2009, Metro dispose de 8 établissements.

Le tableau ci-après détaille le nombre de magasins et la surface de vente par enseigne au 31/12/2009 :

Au 31/12/2009				
Enseigne	Catégorie	Nombre de magasins	Surface de vente en m ²	Part de marché en m ²
<i>Marjane</i>	Hypermarché	21	129 000	50,4%
<i>Aswak Assalam</i>	Hypermarché	8	35 000	13,6%
<i>Acima</i>	Supermarché	30	30 000	11,7%
<i>Metro</i>	Grossiste	8	25 000	9,8%
<i>Label'Vie</i>	Supermarché	26	31 350	12,3%
<i>Carrefour</i>	Hypermarché	1	5 500	2,2%
Total	-	94	255 850	100,0%

Source : Estimation Label' Vie SA (études en interne)

Label Vie SA totalise à fin 2009 une surface de vente de 36 850 m² dont 31 350 m² de supermarché, soit une part de marché de 14,5%.

En termes de nombre de magasins, Label'Vie SA occupe à fin 2009, la deuxième position avec 27 points de vente dont un hypermarché Carrefour qu'elle a inauguré en février de la même année à Salé.

Notons qu'à fin juillet 2010, cinq nouveaux points de vente ont vu le jour dont un deuxième Carrefour (6000 m²).qui a ouvert dans le centre commercial Al Mazar à Marrakech portant la surface totale de vente du Groupe Label Vie à 45 550 m².

¹⁸ Estimation Label'Vie SA

¹⁹ Site officiel de Aswak Assalam : <http://www.aswakassalam.com/>

²⁰ <http://www.ona.ma/acima.php>

²¹ Site officiel de Metro Maroc : <http://www.metro.ma/>

IV.5. ACTIVITES DE LABEL'VIE SA

IV.5.1. Fonctions principales de Label'Vie S.A :

L'organisation de Label' Vie SA est axée sur 4 fonctions principales à savoir : les achats, le marketing, la logistique et le réseau. Ces fonctions sont assurées respectivement par la Direction des Achats, le Département Marketing, la Direction Logistique et Approvisionnement et la Direction Exploitation :

Entités	Fonctions	Commentaire
Direction Achats	Les achats	Tout ce qui concerne le choix des produits et des assortiments, la négociation avec les fournisseurs, ainsi que la fixation des prix de vente et des marges.
Département Marketing	Le marketing	Le merchandising, la tombola
Direction Logistique et approvisionnement	La logistique	L'approvisionnement et la gestion des stocks.
Direction Exploitation	Les réseaux	La force de vente (contact avec le client et la vente), ainsi que le confort et service client (accueil, caisse...).

Source : Label'Vie SA

A ces fonctions, s'ajoutent des fonctions de support et des fonctions transverses, notamment les études, le développement, l'audit et le contrôle de gestion, qui occupent une dimension importante dans l'organisation de la Société.

L'ensemble de ces directions, y compris les fonctions de support et les fonctions transverses, gèrent aussi bien des activités liées à l'exploitation des supermarchés que des hypermarchés. En effet, Label Vie SA facture à HLV l'ensemble des prestations réalisées pour le compte des Hypermarchés Carrefour.

IV.5.1.1 Les achats :

La procédure des achats représente une activité centrale dans le métier de la grande distribution.

Les achats font l'objet de procédures rigoureuses appliquées aussi bien pour l'activité supermarché que pour l'activité hypermarché. Celles-ci sont composées de plusieurs phases :

IV.5.1.1.a. La sélection de l'assortiment des produits :

La 1^{ère} étape de l'activité d'un distributeur est le choix des produits à écouler sur ses points de ventes. Cette étape comporte le référencement, la segmentation des produits ainsi que le choix des fournisseurs et d'assortiments.

Le référencement des produits :

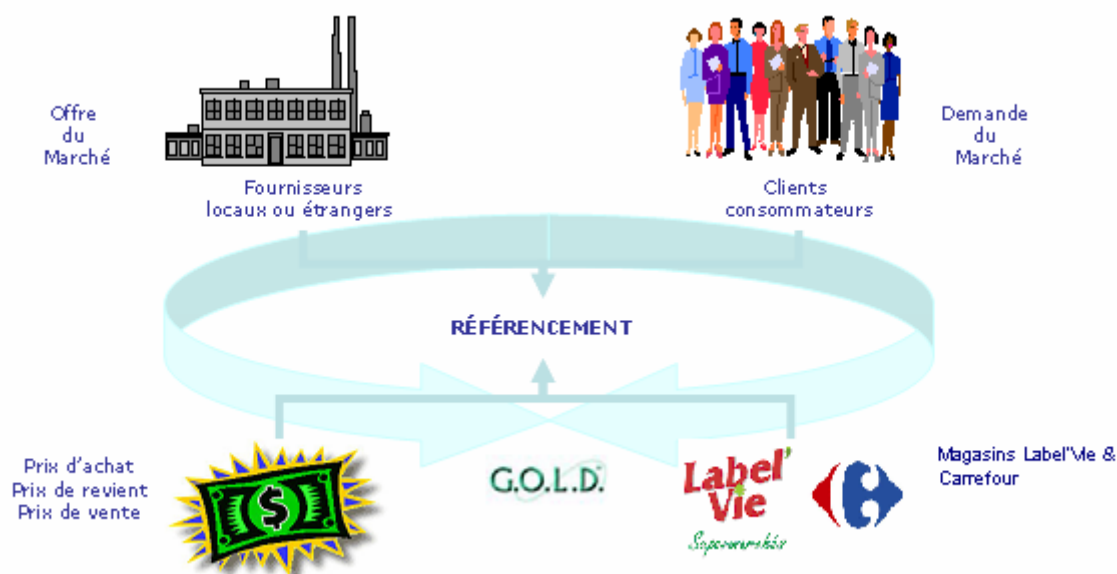
Le référencement commence d'abord par une analyse de différents paramètres :

- L'offre du marché (fournisseurs nationaux ou étrangers) à travers une base de données alimentée par une veille permanente ainsi que par les contacts entretenus avec les fournisseurs. Notons que cette base de données a été élargie suite au démarrage de l'activité hypermarché;
- de la demande du marché grâce à l'étude des besoins des clients consommateurs sur la base de l'historique des ventes ; et,
- des prix (prix d'achat, prix de revient et prix de vente).

Notons que les produits sont dans un premier temps référencés pour les hypermarchés du fait de leur taille et de leur capacité à accueillir une gamme plus large de produits. De cet assortiment hypermarché est faite, dans un deuxième temps, une sélection pour les supermarchés, chacun selon sa taille.

Sous la responsabilité de la Direction Achats, tous les produits sont référencés dans le progiciel GOLD, le système de gestion commerciale.

Un produit non référencé en centrale ne peut être directement réceptionné et revendu par un magasin.



La segmentation des produits :

La segmentation des produits entre supermarchés et hypermarchés est décidée par la Centrale d'achat suivant des critères de métiers (alimentaires et non alimentaires), de taille des magasins (Mètre linéaire développé par famille de produit) et de besoin de la clientèle.

Label'Vie S.A. segmente ses produits en 5 catégories, aussi bien pour les magasins Label'Vie que pour les magasins Carrefour :

- **Les produits frais :** les éléments vendus dans cette catégorie sont les poissons, fruits et légumes, boucherie, volaille, fromages, surgelés, crèmerie, charcuterie, le traditionnel, les produits de boulangerie-pâtisserie ainsi que les plats cuisinés.
- **Les produits de grande consommation (PGC) et les liquides :** cette catégorie comprend le « food » (épicerie, la biscuiterie, la confiserie et les produits de petit-déjeuner), le « non food » (les produits de parfumerie, droguerie bazar, hygiène et nourriture pour animaux) et les produits liquides (tout type de boisson).
- **Les produits de loisir et d'électroménager :** articles de loisir, d'électroménager et de multimédia...
- **Les produits textiles et Equipement de la maison:** les éléments vendus dans cette catégorie sont les habits pour les bébés, les enfants, les femmes et les hommes, les chaussures et le textile maison.
- **Les produits de Bazar :** cette catégorie comprend les produits de ménage, de bricolage, de loisirs de culture et d'extérieurs.

Le choix des fournisseurs :

Label Vie S.A. a établi des critères stricts en matière de sélection des fournisseurs. Tout d'abord, le fournisseur doit être enregistré au registre du commerce, avoir au moins une année d'existence et jouissant d'une bonne notoriété. Par ailleurs, la sélection des fournisseurs est basée sur leurs ventes et leur évolution, les produits présentés et leur capacité à maintenir une offre produits sur une période au moins annuelle.

Il doit ensuite accepter la signature d'un contrat type (contrat d'achats²²) avec Label Vie S.A. dans le but de construire une relation de partenariat. Il doit en outre proposer un ou plusieurs produits ayant une qualité constante (contenu, contenant, DLC) sans exposer l'enseigne aux ruptures de stock. Le fournisseur doit enfin proposer des produits correspondants aux besoins des clients.

Ces critères de sélection des fournisseurs sont valables aussi bien pour les supermarchés que pour les hypermarchés. Notons toutefois que le portefeuille historique des fournisseurs de Label Vie SA a été enrichi avec les fournisseurs des produits vendus dans les hypermarchés Carrefour.

Par ailleurs, dans le cadre du contrat de franchise entre HLV SAS et CPI et de sous franchise entre Label'Vie SA et HLV SAS, Label Vie SA compte parmi ses fournisseurs la Compagnie d'Activité et de Commerce International (CACI), filiale de CPI en charge de l'approvisionnement. Ce fournisseur représente près de 6% en volume et 5% en valeur des achats²³ destinés aux magasins Carrefour. Notons que le contrat de franchise n'impose à HLV SAS aucune obligation et/ou limitation en termes de volumes d'achat ou de commande à passer à CACI. La commercialisation des produits Carrefour relève d'un choix commercial fait par Label Vie SA qui

²² Les caractéristiques du contrat d'achats sont détaillées dans la partie IV.5.1.1.b

²³ Source : Direction des achats, Label'Vie SA

repose sur la volonté de proposer des produits Carrefour, non disponibles chez la concurrence. En outre, ces produits sont proposés à des prix avantageux, pour une qualité équivalente par rapport à ce qui se vend par ailleurs.

Sur la période 2007-2009, les principaux fournisseurs de Label'Vie SA se présentent comme suit :

2007			2008			2009**		
Fournisseur	Montant	%	Fournisseur	Montant	%	Fournisseur	Montant	%
Fournisseur 1	78 033	10,9%	Fournisseur 1	108 372	12,0%	Fournisseur 1	140 884	9,5%
Fournisseur 2	34 413	4,8%	Fournisseur 2	50 924	5,6%	Fournisseur 2	72 048	4,8%
Fournisseur 3	29 259	4,1%	Fournisseur 3	40 259	4,5%	Fournisseur 3	57 487	3,9%
Fournisseur 4	20 367	2,9%	Fournisseur 4	34 153	3,8%	Fournisseur 4	57 038	3,8%
Fournisseur 5	18 332	2,6%	Fournisseur 5	29 020	3,2%	Fournisseur 5	48 530	3,3%
Fournisseur 6	17 882	2,5%	Fournisseur 6	20 398	2,3%	Fournisseur 6	34 468	2,3%
Fournisseur 7	17 164	2,4%	Fournisseur 7	20 270	2,2%	Fournisseur 7	27 505	1,8%
Fournisseur 8	16 024	2,2%	Fournisseur 8	19 945	2,2%	Fournisseur 8	29 628	2,0%
Fournisseur 9	15 811	2,2%	Fournisseur 9	18 991	2,1%	Fournisseur 9	25 058	1,7%
Fournisseur 10	11 995	1,7%	Fournisseur 10	16 197	1,8%	Fournisseur 10	26 760	1,8%
Achats*	714 487		Achats*	902 649		Achats*	1 486 987	

* Achats revendus de marchandise HT

** L'exercice 2009 intègre aussi bien les fournisseurs de Carrefour Salé que des magasins Label Vie. La distinction entre les deux activités n'est effective qu'à compter de 2010, avec la création de HLV.

Source: Label'Vie SA

Hormis un seul fournisseur, le reste des fournisseurs représente moins de 5% des achats en 2009. Par conséquent, Label Vie SA n'est sujette à aucune dépendance à l'égard de ses fournisseurs en termes d'approvisionnement.

Le choix de l'assortiment :

Un assortiment représente des familles de produits composées elles-mêmes de plusieurs références produits.

Les supermarchés Label' Vie disposent de 3 assortiments :

- **Un assortiment basique** concernant les magasins de superficie inférieure à 800 m². Il peut contenir jusqu'à 6 500 références (Label'Vie Médina, Riad, Shem's).
- **Un assortiment riche** concernant les magasins dont la superficie est supérieure à 1 300 m² et dotés d'une clientèle à pouvoir d'achat élevé. Il peut contenir jusqu'à 9 100 références (Zaêrs, Vélodrome, Meknès).
- **Un assortiment intermédiaire** concernant les magasins dont la surface de vente est supérieure à 800 m². Il peut contenir jusqu'à 8 000 références (Kénitra, Settât).

S'agissant des hypermarchés Carrefour, ceux-ci proposent plus de 50 000 références. Un assortiment unique et exhaustif est arrêté pour les deux hypermarchés Carrefour. De cet assortiment est faite une sélection pour les supermarchés Label'Vie suivant la superficie et le besoin de la clientèle, telle que spécifiée ci-dessus.

Label Vie SA veille par ailleurs à respecter les standards du Groupe Carrefour. Dans ce sens, ce dernier est autorisé à contrôler le respect de son savoir faire notamment sur les domaines suivants : l'agencement et l'assortiment des produits dans les hypermarchés et supermarchés, la protection de l'image du Groupe Carrefour et la qualité, l'hygiène et la sécurité des produits.

IV.5.1.1.b. La négociation des achats :

La fonction achats est essentielle dans l'activité de Label Vie S.A puisqu'elle permet de fixer les termes et conditions d'achats avec les fournisseurs référencés. La négociation et l'établissement des contrats d'achats Label Vie SA sont assurés par la centrale d'achat. S'agissant des contrats d'achat Carrefour, ceux-ci sont établis au nom de HLV SAS.

Les contrats donnent suite au lancement des commandes par Label Vie SA pour le compte des hypermarchés Carrefour et pour les magasins Label Vie. Cette centralisation des achats répond à la volonté de réaliser des économies d'échelle de part les volumes importants achetés auprès des fournisseurs.

Les achats reposent sur un dispositif contractuel matérialisé par un contrat. La négociation a lieu une fois par an, et ses conclusions sont, dans tous les cas, applicables, rétroactivement au 1^{er} janvier de l'année.

Dans le métier de la grande distribution, le contrat définit notamment les conditions d'achat et de règlement ainsi que les modalités de la « coopération commerciale » entre le distributeur et le fournisseur.

Le principe retenu à la signature du contrat est que le distributeur mette un linéaire à la disposition du fournisseur. L'implantation des produits présents sur le linéaire relève de la société Label Vie SA aussi bien pour les supermarchés Label Vie que pour les hypermarchés Carrefour. Toutefois, au niveau des hypermarchés Carrefour, l'implantation des produits se fait aussi selon les indications de CPI telles qu'elles figurent sur le manuel des outils standard d'exploitation des activités de CPI.

La taille du linéaire affectée à chaque produit est fixée selon l'historique de ventes; les produits à forte rotation bénéficient naturellement de plus de visibilité et de linéaires. Véritable contrat d'adhésion, le contrat d'achats s'articule notamment autour des conditions commerciales, tarifaires, de paiement et logistiques :

Conditions commerciales : « Marge Arrière » et « Marge Avant » :

La Marge Arrière est une notion spécifique au secteur de la grande distribution. Elle correspond à la rémunération des services contractuels négociés entre le distributeur et le fournisseur au titre des accords de coopération commerciale. Cette Marge Arrière est facturée et recouvrée sur une base trimestrielle.

La Marge Avant ou marge directe est égale à la différence entre le prix de vente au consommateur et le prix de revient unitaire.

Les conditions commerciales contractuelles permettent de valider tant la Marge Avant que la Marge Arrière.

La marge arrière comprend les rubriques suivantes :

- Les « **droits d'entrée, d'ouverture et de référencement** » : Ces droits ou commissions se composent des droits d'entrée par magasin, des droits d'ouverture, d'extension, de rénovation d'un supermarché ou d'un hypermarché, ainsi que des droits de référencement des articles facturés par référence et par magasin.

Les droits d'entrée ou d'ouverture rémunèrent l'allocation par Label Vie S.A. de linéaires aux produits du fournisseur. Ces droits sont versés une seule fois par magasin et peuvent être renouvelés lorsque le magasin est rénové. Les droits de référencement rémunèrent la gestion de la base articles de façon centralisée.

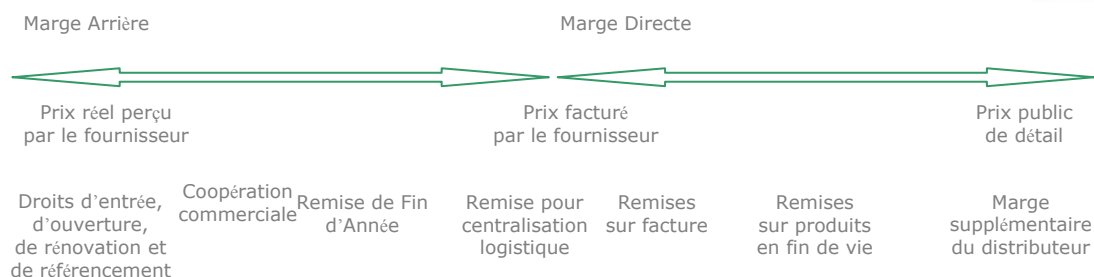
- La « **ristourne de fin d'année (RFA)** » : La RFA négociée contractuellement rémunère le développement du CA annuel. Label Vie S.A. distingue 2 types de RFA : la RFA inconditionnelle calculée en pourcentage du CA HT facturé pendant l'année et la RFA conditionnelle calculée selon des paliers du CA HT facturé par les fournisseurs. A chaque palier de volume d'achat un taux de RFA est fixé, plus les volumes sont importants plus le taux de la RFA est élevé.
- La « **Coopération Commerciale** » : Elle rémunère les actions marketing (signalétique, communications, promotions d'enseigne, nombre de dépliants, nombre de TG etc.) effectuées par Label Vie S.A. Elle regroupe les éléments suivants :
 - ✓ La « **coopération commerciale annuelle** » qui peut être fonction du CA HT facturé pendant l'année ou sous forme de forfait annuel ; l'arbitrage entre forfait et pourcentage de CA se fait lors de la négociation avec le fournisseur au regard des habitudes du secteur dans lequel intervient le fournisseur (produits alimentaires ou non, produits frais, électroménager etc.) ;
 - ✓ La « **remise promotionnelle ou additionnelle** » : accordée de manière périodique et ponctuelle à l'occasion d'opérations promotionnelles dans les magasins et concerne une quantité limitée de produits. Cette remise s'apparente à une remise sur facture supplémentaire. Pour être sélectionnés, les produits proposés en promotion devront impérativement bénéficier d'un avantage compétitif élevé pour le client en terme de prix ;
 - ✓ La « **coopération commerciale complémentaire et/ou spécifique** » qui est matérialisée par la location temporaire de présentoirs ou têtes de gondole et qui est calculée de manière forfaitaire par dépliant sur la période concernée ou lors d'une insertion sur un dépliant exceptionnel (exemple : anniversaire de création ou d'ouverture de magasins, ouverture magasin, Chaâbane, Ramadan, etc.) ;
 - ✓ Les « **actions complémentaires spécifiques** » qui seront à négocier au cas par cas en fonction de l'événement et viendront compléter la panoplie d'actions usuelles (leur facturation nécessite un accord de principe du fournisseur).
- Les « **autres remises ou ristournes** » : Elles comprennent :
 - ✓ La « **remise pour centralisation logistique** » est exprimée en pourcentage du CA HT facturé sur la période qui rémunère les achats centralisés sur la plate-forme. Les frais logistiques vers les magasins sont supportés par Label Vie S.A ;
 - ✓ La « **remise sur modèle d'exposition** » est exprimée en pourcentage sur le tarif des produits concernés.

Quant à la marge directe (marge avant), elle comprend à la fois les « **remises sur factures** » et les « **remises sur produits en fin de vie** ».

La « **remise sur factures** » est fixe et se calcule en pourcentage sur le prix d'achat de base. Ces remises peuvent être limitées à certains produits. A ces remises s'ajoute une marge supplémentaire du distributeur.

La « **remise sur produits en fin de vie** » est négociée entre le distributeur et le fournisseur pour permettre à ce dernier de déstocker au plus vite les produits qui sortent de son catalogue fournisseur. Elle est négociée par une remise additionnelle sur le prix d'achat des produits et est versée par le fournisseur sous forme d'avoirs sur factures. En conséquence, cette remise permet de modifier le prix d'achat du produit concerné et donc de diminuer son prix de vente et ainsi rendre ce produit plus attractif aux clients ;

Toutes ces remises permettent de fixer les conditions de la Marge Arrière et de la Marge Directe (Marge Avant) selon le schéma suivant :



Les montants de la Marge Arrière ne sont pas répercutés dans les prix d'achats. De ce fait, leur somme comptabilisée, en tant qu'autres ventes de biens et services, constitue un montant important permettant d'assurer la rentabilité de l'enseigne. Ils font d'ailleurs l'objet d'un suivi particulier au sein de Label Vie S.A. Les mesures prises pour recouvrer sa marge arrière vont des relances téléphoniques au blocage des règlements fournisseurs.

La Marge Avant correspond à la marge sur prix de revient générée par chaque gamme de produits ; elle est égale à la différence entre le prix de vente et le prix de revient, sans prise en compte de la marge arrière.

Conditions de paiement :

Les conditions de paiement comprennent les délais de règlement exprimés en nombre de jours, ainsi que le moyen de paiement (généralement effet de commerce). Les délais de paiement négociés avec les fournisseurs de marchandises sont en moyenne de 90 jours.

Conditions de logistique :

Le contrat d'achats comporte des conditions logistiques qui s'articulent autour des éléments suivants :

- **Obligations du fournisseur référencé :** Dans le cadre du contrat d'achats, les fournisseurs s'engagent à honorer toutes les commandes transmises par Label Vie S.A pour le compte des supermarchés et des hypermarchés, en qualité, en quantité et aux dates convenues et à notifier par écrit toute modification de leur catalogue de référence en particulier les produits retirés de commercialisation. Dans ce dernier cas, ils doivent obligatoirement indiquer la date à laquelle la référence sera supprimée en respectant un préavis minimal de trente jours. Le fournisseur a l'obligation d'informer Label Vie S.A. des produits sortants de son catalogue.
- **Respect de la qualité des produits :** Les fournisseurs sont seuls responsables de la qualité intrinsèque des produits qu'ils commercialisent. Ils portent seuls la responsabilité que leurs produits correspondent exactement aux désignations indiquées sur les emballages et que ceux ci respectent au minimum la législation nationale en vigueur au jour de leur mise en vente. Ainsi, les fournisseurs s'engagent à informer Label Vie S.A. de toutes modifications portées aux produits qu'ils commercialisent. Ils sont seuls responsables de tout défaut de qualité des produits et supportent le suivi et la réparation de tous les préjudices que leurs produits pourraient causer aux consommateurs finaux.
- **Respect des DLC et DLUO à la livraison :** Label Vie S.A. a une politique stricte de respect des dates limites de consommation (DLC) et des dates limites d'utilisation optimale (DLUO), et n'accepte que les marchandises respectant ces dates le jour de la livraison. Les DLC et DLUO sont précisées dans les contrats d'achat.
- **Lieu de livraison :** Il fait aussi l'objet de négociations contractuelles entre Label Vie S.A. et ses fournisseurs. Le lieu de livraison peut être soit directement les magasins, soit la

plate-forme de Bouznika. Dans ce dernier cas, les commandes achats transmises au fournisseur sont regroupées pour l'ensemble des besoins des magasins Label Vie et Carrefour. Dans ce cadre le fournisseur s'engage à verser à Label vie S.A. une remise de centralisation logistique dont le montant est calculé en pourcentage du CA HT facturé. La logistique relative aux produits importés (charcuterie porcine et fromage) est gérée par des transitaires. Rappelons que Label Vie SA refacture les frais logistiques à HLV SAS pour les produits destinés aux magasins Carrefour.

Afin d'optimiser le processus de livraison et d'entreposage, la société a sous traité en 2009 l'activité logistique à la Société ID Logistics Maroc, filiale de la Société ID Logistics France et de la Société marocaine « La Voie Express », experts dans la gestion des flux logistiques. Par ailleurs, Label Vie SA a prévu de centraliser la totalité de son stock de produit dans une unique plateforme située à Skhirat. Cette nouvelle plateforme est prévue pour être opérationnelle en Janvier 2011, et servira à stocker en même temps les produits secs, les produits frais et les poissons. La réception des marchandises, son entreposage et le suivi informatique au niveau de cette plateforme sera assuré par ID Logistics Maroc.

- **Jours de commande et délais de livraison :** Les jours de passation de commande par Label Vie S.A et les jours de livraison par les fournisseurs sont définis dans le contrat d'achats, ainsi que le minimum de commande en quantités. Le contrat d'achats détermine également le délai de livraison moyen du fournisseur en nombre de jours à compter de la date de réception de la commande. En cas de retard de livraison et/ou de rupture de marchandises, le fournisseur s'engage à notifier par écrit dès le jour de réception de la commande tout retard et/ou toute rupture et doit proposer une nouvelle date de livraison.

Le délai de rupture des marchandises correspond à un retard de livraison du produit dépassant un nombre de jours fixé contractuellement. Il donne lieu à une pénalité de rupture prenant la forme soit d'un déréférencement immédiat du ou des produits en rupture, soit d'une pénalité si le taux de rupture²⁴ est supérieur à 10%.

- **Les modalités de retour des produits :** Dans le cadre du contrat d'achats, les fournisseurs doivent reprendre toutes les marchandises livrées non conformes en quantité et/ou en qualité. Le contrat définit les clauses de retour des marchandises avariées, des marchandises périmées, des marchandises non vendues, ainsi que d'autres causes éventuelles de retour marchandises.

La périodicité des retours (quotidien, hebdomadaire ou mensuel) est arrêtée dans le contrat. Les fournisseurs s'engagent à émettre les avoirs sous 8 jours à compter de la date de reprise des marchandises par leur transporteur.

²⁴ Taux de rupture = Valeur non livrée / Valeur commandée

IV.5.1.1.c. L'évolution des achats entre 2007 et 2009 :

Le tableau suivant présente les achats par famille de produits au cours de la période 2007-2009 :

Evolution des achats par famille de produits chez Label'Vie SA

En KDH	2007	2008	2009	TCAM 07-09
Frais	278 579	350 147	536 307	38,7%
<i>Part en %</i>	<i>39,0%</i>	<i>38,8%</i>	<i>36,1%</i>	
PGC/Liquides	418 863	518 326	837 202	41,4%
<i>Part en %</i>	<i>58,6%</i>	<i>57,4%</i>	<i>56,3%</i>	
Dont				
<i>PGC</i>	<i>241 006</i>	<i>292 129</i>	<i>506 207</i>	<i>44,9%</i>
<i>Liquides</i>	<i>177 857</i>	<i>226 197</i>	<i>330 995</i>	<i>36,4%</i>
Loisirs & Electro	17 045	32 393	90 719	130,7%
<i>Part en %</i>	<i>2,4%</i>	<i>3,6%</i>	<i>6,1%</i>	
Bazar	-	-	1 064	na
<i>Part en %</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>0,1%</i>	
Textile & Equipement maison	-	1 783	21 695	na
	<i>-</i>	<i>0,2%</i>	<i>1,5%</i>	
Achats	714 487	902 649	1 486 987	44,3%

Source : Label'Vie SA

Les catégories « frais » et « PGC & Liquides » totalisent en 2009 environ 92% des achats des magasins Label'Vie. L'évolution des achats des différentes catégories de produits se présente comme suit :

- **Achats des produits Frais** : sur la période 2007-2009, les achats de produits frais augmentent en moyenne de 38,7% annuellement mais contribuent de moins en moins au total des achats en passant de 39,0% des achats en 2007 à 36,1% en 2009 en faveur d'autres catégories de produits tels que les produits de loisirs et d'électroménager ;
- **Achats des Produits de Grande Consommation et produits liquides** : sur la période 2007-2009, les achats de PGC/Liquides évoluent en moyenne de 41,4% annuellement. Rapporté au chiffre d'affaires, leur quote part passe de 58,6% du total des achats en 2007 à 56,3% en 2009 :
 - Les produits de grande consommation passent de 241 Mdh en 2007 à 506 Mdh en 2009, affichant un TCAM de 45% ;
 - Les produits liquides évoluent de 36,4% en moyenne annuelle entre 2007 et 2009 pour s'établir à 331 Mdh en 2009.
- **Achats des Loisirs & Electroménager** : sur la période 2007-2009, les achats des loisirs & électroménager évoluent en moyenne de 130,7%. Durant la même période, la contribution des achats de cette catégorie au total augmentant progressivement et passent de 2,4% du total des achats en 2007 à 6,1% en 2009.
- **Achats de produits de Bazar** : la catégorie Bazar a été créée en 2009 et a contribué la même année à hauteur de 0,1% du total des achats.
- **Achats de produits de Textile & Equipement maison** : cette catégorie a été créée en 2008 et représente 0,2% du total des achats en 2008 et 1,5% du même total en 2009.

Soulignons que les achats de produits de **Bazar** et de **Textile & Equipement maison** sont significatifs depuis 2009 avec l'ouverture de Carrefour Salé.

IV.5.1.2. Le marketing et la communication:

Le marketing et la communication représentent des axes majeures au sein de Label'Vie S.A.

La stratégie marketing de la société, appliquée au niveau des magasins Label'Vie et Carrefour, est établie et validée par le Comité de Direction de Label'Vie SA et soumise pour approbation au Groupe Carrefour en ce qui concerne les compagnes sur les hypermarchés. Cette stratégie est basée sur les points suivants :

- Des prix de vente compétitifs par rapport à tous les concurrents (distributeurs modernes ou marchés traditionnels). Label'Vie S.A. veille à afficher des prix inférieurs d'au moins 10% de ceux des concurrents²⁵ quand il s'agit des opérations commerciales de conquête de nouveaux clients.
- Une bonne distribution des magasins au cœur des zones urbaines et résidentielles pour une proximité du consommateur.
- Une qualité de service (accueil, conseil, disponibilité...);
- Une qualité des produits surtout au niveau des produits frais et du rayon alimentaire.

La stratégie marketing adoptée par Label' Vie SA se traduit dans la politique tarifaire, le merchandising, la politique promotionnelle et la communication de la Société.

IV.5.1.2.a. La politique tarifaire

La politique tarifaire est arrêtée par le Comité de Direction et mise en place par la Centrale d'Achat. Elle est basée sur des études de rentabilité des produits et sur une veille concurrentielle permanente.

Les tarifs des assortiments sont établis à travers les critères suivants :

- La rentabilité de la gamme de produits (marge avant et taux de marge moyen) définie lors de l'établissement du budget annuel ;
- Un positionnement des prix attractifs ;
- La tarification appliquée par les concurrents du secteur de la distribution.

Label'Vie S.A. fixe pour chaque gamme de produits un taux de marge moyen qui permet d'assurer une cohérence tarifaire entre les produits proposés de la même gamme.

Les prix de vente sont fixés à partir du prix d'achat négocié avec les fournisseurs et du taux de marge moyen, en prenant en considération les prix de vente des concurrents. Ils sont aussi adaptés à l'environnement du client et à la concurrence du magasin en procédant des relevés périodiques des prix appliqués chez les concurrents.

Un suivi particulier de l'environnement concurrentiel est assuré par le Département Marketing. Il a pour objectif de déceler chez les concurrents de nouvelles offres de produits, de vérifier la qualité des produits et d'analyser à périodicité régulière de leurs positionnements en prix de vente consommateurs. L'objectif de ces analyses étant de fixer les prix de vente consommateurs notamment en ce qui concerne les produits à forte rotation.

²⁵ Source : Label'Vie SA

IV.5.1.2.b. Le merchandising

Le merchandising est l'ensemble des études et des techniques mises en œuvre par les distributeurs et les producteurs en vue d'optimiser la rentabilité du point de vente et l'écoulement des produits. Il s'agit en effet d'assurer une adaptation permanente de l'assortiment aux besoins du marché et de mettre en place une présentation appropriée des marchandises.

Le merchandising se décline ainsi en :

- **Merchandising d'organisation** : Il permet au consommateur de retrouver facilement le produit par une organisation claire et logique du rayon.
- **Merchandising de gestion** : Il permet au rayon de répondre aux objectifs de rentabilité qui lui sont assignés.
- **Merchandising de séduction** : Il contribue à l'attractivité du rayon et du magasin par des éléments visuels et informatifs supplémentaires.

Par ailleurs, Label'Vie SA a lancé courant 2010 un nouveau projet de gestion des points de ventes en 'Category Management'. Cette approche consiste en le regroupement de produits en Business Units, créant ainsi une réflexion marketing orientée autour de catégories de produits et permettant la mise en œuvre de stratégies et de plans d'actions afin d'optimiser la politique d'assortiment, le pricing, le merchandising et la promotion. Une catégorie donnée peut donc être constituée de plusieurs familles appartenant à des rayons différents.

Pour ce faire, Label Vie SA s'est dotée de nouveaux outils de gestion tels que les panels de Retail Audit et a mis en application une batterie de méthodologies développées avec le support des équipes Carrefour Partenariat International.

Ainsi, l'application de l'approche Category Management permet l'analyse spécifique de chaque catégorie ce qui permet de définir :

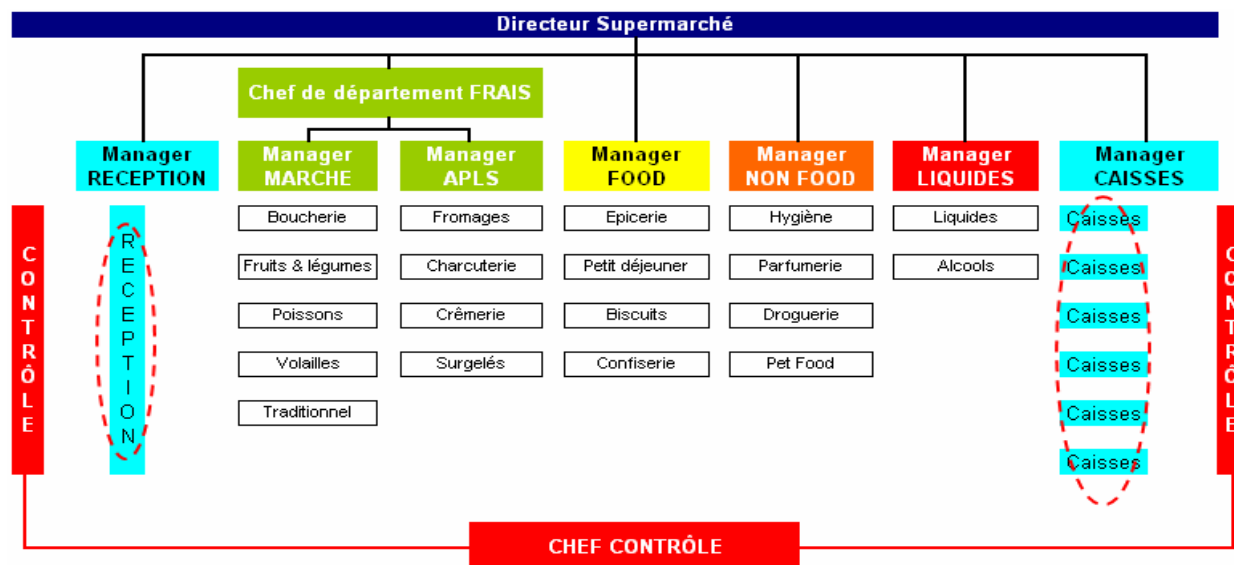
- Son périmètre (les éléments de la structure qui la composent) ;
- Son rôle (destination /trafic /service /image -croissance) ;
- Ses objectifs ;
- Sa stratégie ;
- Ses tactiques.

La répartition des produits dans les supermarchés Label'Vie S.A. est faite par :

- Départements (univers de besoins): le frais, les PGC, les liquides et le département loisirs et électroménager;
- Puis par Rayons ;
- et enfin par Familles et Sous-familles : Unités de besoins des consommateurs.

L'organisation type d'un supermarché se présente comme suit :

Organisation type d'un supermarché Label'Ve



Site: ZAERS
Source : Label'Ve SA

En fonction de la superficie, les points de vente disposent en moyenne de 50 personnes dédiées à leur gestion.

Les caractéristiques de la gestion des magasins Label'Ve sont :

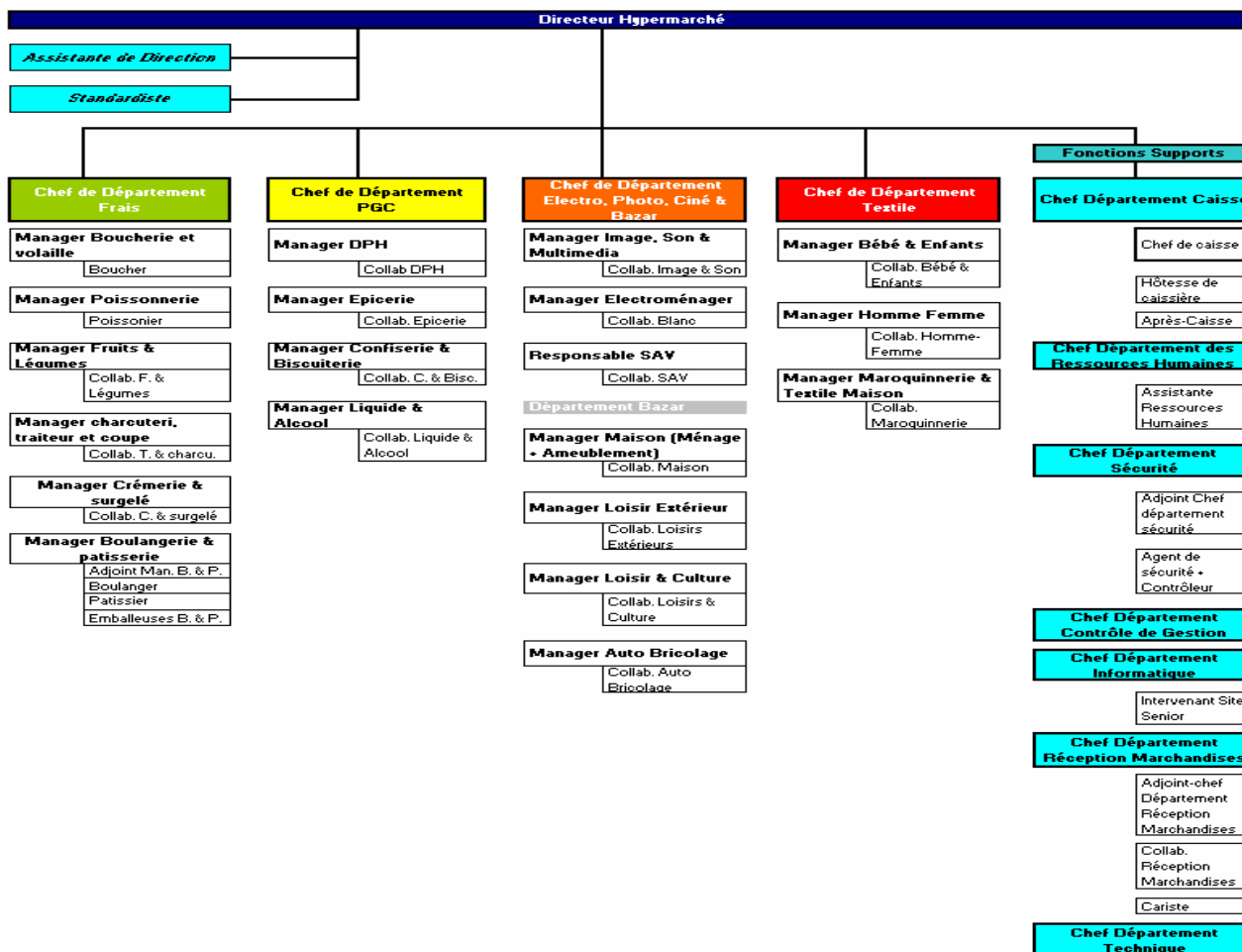
- Un encadrement renforcé, composé d'un directeur, de 4 à 6 managers spécialisés par famille de produits et dédiés à la vente et de deux managers supports chargés de la réception de marchandises et des caisses.
- Un dispositif de contrôle rigoureux chargé de surveiller les flux de marchandises et d'encaissements assuré par une équipe de 4 à 6 personnes.

S'agissant des hypermarchés, la répartition des produits des magasins Carrefour est faite par :

- Département : le frais, les PGC, le textile, le bazar léger & électroménager, photo, ciné & son et la caisse ;
- Puis par Rayon : : boucherie & volailles, poissonnerie, Fruits & Légumes, charcuterie, traiteur & coupe, crèmerie & surgelés, boulangerie pâtisserie, DPH, épicerie, confiserie biscuiterie, liquide , image, son & multimédia, électroménager, SAV, maison, loisir extérieur , loisir & culture , auto bricolage, Bébé Enfant, Homme&Femme, maroquinerie et textile maison, caisse

L'organisation type d'un hypermarché se présente comme suit :

Organisation type d'un hypermarché



Source : Label'Vie SA

Les points de vente Carrefour disposent en moyenne de 250 personnes dédiées à leur gestion.

Les points de vente Carrefour comptent un directeur magasin et cinq chefs de départements qui supervisent des chefs de rayons. En effet, le directeur de magasin qui est le responsable de la surface de vente, veille à l'atteinte des objectifs commerciaux, économiques et de développement, en pilotant l'ensemble des activités dans le respect des politiques de l'enseigne.

Les chefs de départements encadrent une équipe de managers de rayon ou de caisses, pilotent l'activité d'un groupe de rayons (alimentaires ou non) et assure une offre de produits adaptée en qualité et en quantité. Ils peuvent également veiller au développement de l'accueil et de la fidélisation des clients.

Enfin, les chefs de rayons ont pour mission de respecter les objectifs fixés par les responsables dans l'optique de gérer et développer le(s) secteur(s) ou rayons qui leur sont confié(s). Les managers de rayons sont à la fois des commerciaux garant de la stratégie commerciale, des gestionnaires devant tenir des objectifs financiers et des managers encadrant et animant une équipe.

Contrairement aux supermarchés, les hypermarchés abritent en leur sein les fonctions support (RH, informatique, service technique) pour un suivi et une réactivité meilleure.

En règle générale, que ça soit pour les supermarchés ou pour les hypermarchés, les produits de grande consommation et de forte attractivité (farine, huile, sucre, produits frais) sont implantés au fond du magasin de manière à ce que le client passe par tous les rayons et puisse découvrir tous les produits.

De plus, chaque rayon est organisé de manière à refléter la structure des ventes de produits des familles concernées. Ainsi, les produits à forte rotation et générateurs de chiffre d'affaires et de marge, ont des linéaires supérieurs aux autres produits. L'objectif est que l'implantation des produits en magasin soit optimale de façon à maximiser le chiffre d'affaires, les volumes de vente et la marge.

Cette optimisation se fait, tout d'abord, à posteriori, par l'analyse statistique des ventes mensuelles réalisées. Les linéaires seront alors mis en conformité avec les ventes réalisées. Elle se fait, ensuite, par l'application de nouvelles implantations réfléchies pour développer les ventes de produits à meilleure rentabilité ou générant davantage la fréquentation des clients (veille concurrentielle, benchmarks).

Pour mettre en valeur les produits ou les articles mis en promotion, Label'Vie S.A les expose en têtes de gondole (TG). Le choix des articles en TG est induit par la politique promotionnelle définie par la Direction Achats de Label'Vie S.A mais aussi par les promotions locales initiées par les chefs de rayon des magasins, en collaboration avec les fournisseurs (sous forme de négociation au préalable).

Label'Vie S.A. consacre aussi un soin particulier à la signalétique interne des magasins (indication des rayons, des univers produits, indication des promotions etc.). Cette signalétique participe au dispositif de communication de l'enseigne et est uniforme d'un magasin à l'autre. Les aspects atmosphère, caisses et décoration sont des éléments complémentaires à l'enseigne.

Le balisage des produits constitue un autre point essentiel au merchandising. Chaque produit de Label'Vie S.A. est balisé par une étiquette prix, accrochée sur le rayon, et qui reprend la désignation du produit, son code barre EAN et son prix de vente. En période promotionnelle, le balisage du produit est indiqué par une étiquette spécifique « promotion ».

IV.5.1.2.c. La politique promotionnelle

Label'Vie S.A accorde une place prépondérante à sa politique promotionnelle avec comme objectif le développement de la fréquentation (nombre de clients) et du panier moyen.

La stratégie promotionnelle est fixée annuellement par le département marketing dans le cadre de la stratégie définie annuellement par le Comité de Direction après avoir reçu l'aval de Carrefour Partenariat International pour le segment des hypermarchés. Cette stratégie planifie les actions promotionnelles pour tous les magasins Label Vie et Carrefour. Elle s'adosse aux événements religieux, de saisonnalité pour les renforcer et faire face aux périodes plus creuses.

IV.5.1.2.d. La communication

En matière de communication, l'ensemble des opérations précitées sont accompagnées par des prospectus commerciaux (dépliants) dans lesquels sont illustrés des articles ayant, pendant la période de validité du prospectus, des prix de ventes promotionnels. Les dépliants Carrefour diffèrent toutefois de ceux des magasins Label Vie car ils sont plus riches en termes de références proposés et plus compétitifs en termes de prix affichés.

Les articles promotionnels les plus attractifs sont parfois repris dans des affiches 4x3 dans toutes les villes où la société est présente. Ces prospectus et affiches ont pour principal objectif de générer davantage de fréquentation dans les magasins.

Par ailleurs, certains évènements (Ramadan, Fin d'année) sont soutenus par des promotions exceptionnelles sur des produits incontournables du panier usuel du consommateur. Ce sont des opérations avec des décrochages forts par rapport aux prix de vente permanents.

Le programme promotionnel, en matière de communication, est implémenté conjointement par quadrimestre entre les équipes Marketing, Achats et Réseau de manière à solliciter les fournisseurs avec le maximum d'anticipation (obtention d'offres promotionnelles : prix, gratuités, tombolas, dégustations, animation etc.).

IV.5.1.3. La logistique :

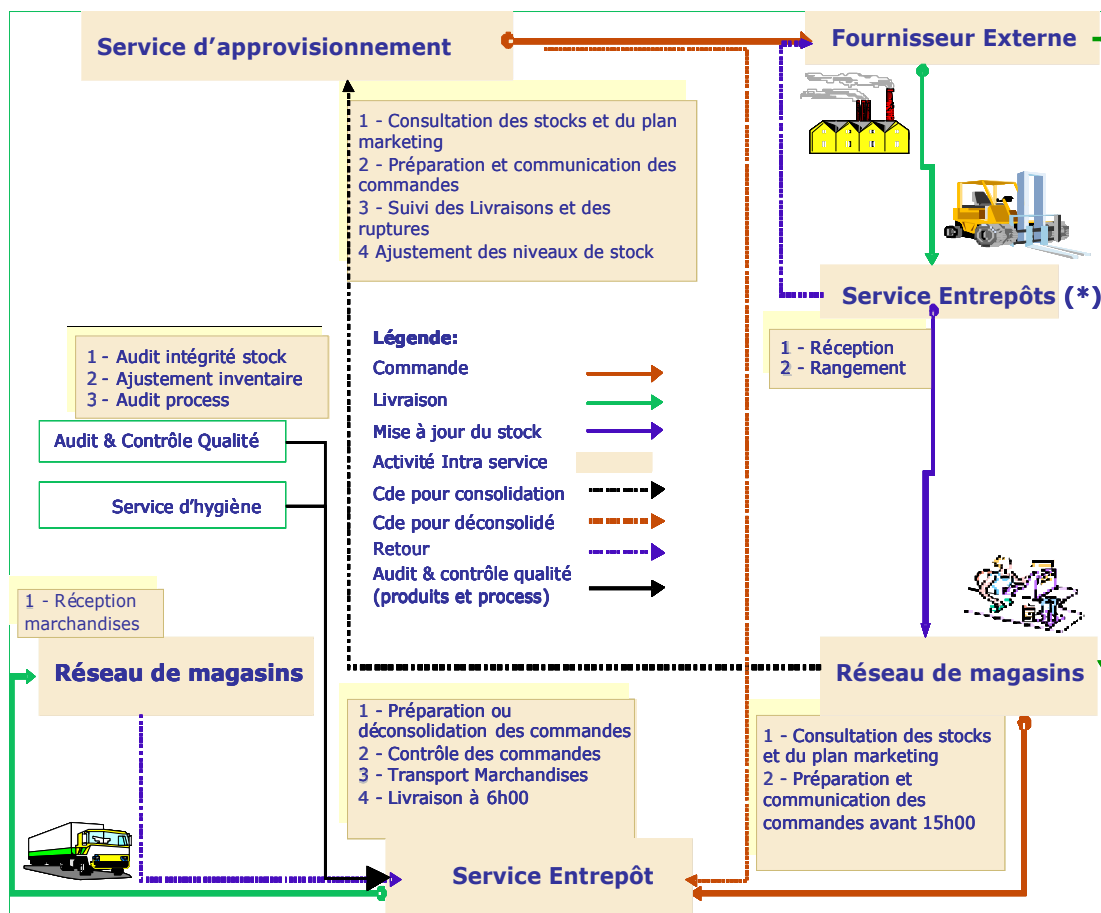
La logistique est une composante majeure de la grande distribution assurant l'interface avec les fournisseurs en amont (approvisionnement), son marché en aval (distribution aux différents sites) et la fluidité des flux de marchandises entre les différents magasins et plates-formes.

Pour assurer la disponibilité des produits en magasin, l'équipe Approvisionnements est en contact permanent avec les fournisseurs pour acheminer les stocks en magasins, en passant par des plateformes de stockage internes ou en livraison directe.

IV.5.1.3.a. L'organisation logistique des produits secs :

Le schéma ci-dessous illustre l'organisation mise en place depuis douze ans et les flux logistiques de la société Label Vie SA.

Organisation logistique des produits secs de Label Vie



Source : Label Vie SA

(*) Se compose de cinq plateformes :

- Plateforme centrale produits secs (Khyayta, gérée par ID Logistics) ;
- Plateforme annexe pour le dispatch (Bouznika) ;

- Plateforme poissons (Casablanca) ;
- Plateforme fruits et légumes (Marché de gros de Casablanca) ;
- Plateforme fruits et légumes (Marché de gros de Rabat).

L'organisation de la logistique est basée sur la centralisation des achats des produits destinés aux magasins Label Vie et Carrefour.

Ainsi, Label Vie SA adopte une politique de centralisation sur tous les produits à chaque fois que cela permet de réaliser une économie de coût. Cette centralisation concerne aussi bien les magasins Label Vie que le magasin Carrefour Salé qui était considéré en 2009 comme un point de vente Label Vie (même traitement en termes de commande et de livraison que les magasins Label Vie).

Cette même centralisation concerne les produits de faible rotation tels que les détergents, les biscuits, les conserves, etc. A contrario, les produits à forte rotation nécessitant de multiples manipulations quotidiennes sont livrés directement en magasins, à titre d'exemple : les produits laitiers, les boissons, etc.

Notons qu'avec la création de HLV SAS en 2010, la gestion de la logistique pour le compte des Hypermarchés Carrefour se fait désormais moyennant une rémunération de prestation de service fixée contractuellement entre Label Vie SA et HLV SAS selon le schéma suivant:

* Les produits PGC: Les commandes sont établies par les chefs de rayon en fonction des plannings de passation de commande et sont centralisées au niveau de la plateforme de Bouznika. Ces commandes sont facturées à Label Vie SA qui refacture HLV SAS.

* Les autres produits (hors PGC) : Les magasins Carrefour passent commande auprès des fournisseurs qui les livrent directement (sans passer par la plateforme) en facturant HLV SAS.

Par ailleurs, le partenariat avec Carrefour Partenariat International permet à Label Vie SA d'accéder aux plateformes Carrefour à l'international pour s'approvisionner de produits de marque Carrefour et autres aussi bien pour les magasins Label Vie que pour les hypermarchés Carrefour.

La centralisation adoptée au sein de Label Vie SA contribue :

- à la réduction des stocks à travers un suivi régulier centralisé ;
- au renforcement du contrôle qualité en limitant les points de contact avec les fournisseurs externes ;
- à l'optimisation des réceptions magasins en réduisant le nombre de fournisseurs qui livrent directement et ;
- au contrôle renforcé sur les commandes magasins.

En minimisant les zones de stockage en magasins, la centralisation permet de maximiser la surface de vente.

La Direction Logistique abrite 2 services :

- Service approvisionnement en charge du pilotage des flux de marchandises
- Service Entrepôt en charge de la gestion des cinq plateformes, de la relation avec les prestataires d'entreposage et transport ainsi que des livraisons de commandes des magasins.

Cette organisation fondée sur la centralisation fait appel à différentes plateformes :

- **La Plateforme Centrale (PFC)** : située à Lkhyayta (Région de Casablanca), à moins de 150 kilomètres de plus de 70% des magasins, elle dispose d'une superficie d'environ 5 000 m² et sert d'entrepôt des produits secs. La gestion de cette plate-forme est confiée à ID Logistics, le n°1 européen de la gestion d'entrepôts alimentaires.

Elle permet un fonctionnement 24/24h avec une réception 6/7 jours et des expéditions vers les magasins qui ne s'arrêtent que 2 jours par an.

Cet entrepôt est en location auprès de la société La Voie Express.

Les équipes logistiques Label Vie SA travaillent en collaboration avec ID Logistics pour assurer une cohérence et un contrôle permanents de l'activité.

- **La Plateforme annexe pour le dispatch** : située à Bouznika, elle dispose d'une superficie d'environ 2 500 m² et sert d'entrepôt des produits secs non stockés.

Les produits de faible rotation sont réceptionnés dans cette plate-forme, pour préparation en ventilation immédiate et expédition en magasins, via la plate-forme centrale.

La plateforme de Bouznika est gérée par les équipes de Label'Vie SA.

- **La plateforme Fruits & Légumes (FLEG) de Casablanca** : située dans le marché de gros, elle permet l'entreposage des FLEG pour tous les magasins LABEL'VIE à l'exception de la ville de Rabat. Cette plateforme dessert les hypermarchés Carrefour Salé et Marrakech du fait du choix importants et des prix intéressants qu'elle propose.

- **La plateforme FLEG de Rabat** située dans le marché de Gros, elle permet l'entreposage pour l'ensemble des magasins de Rabat.

- **La Plateforme Poisson** : située à Casablanca, elle est équipée d'une chaîne de froid respectant les normes de qualité d'entreposage du poisson et permet la livraison du poisson vers l'ensemble des magasins LABEL'VIE et Carrefour.

La nouvelle Plate-forme de Label Vie SA à Skhirate, d'une superficie de 24 000 m², regroupera à compter de janvier 2011, les activités de l'ensemble des plateformes actuelles.

IV.5.1.3.b. L'organisation logistique des rayons APLS et boucherie :

Les commandes sont effectuées chaque semaine auprès d'un seul fournisseur par magasin (préalablement référencé par le département achats) pour garantir la traçabilité des produits. La livraison est assurée directement par le fournisseur au magasin. La réception est assurée par le réceptionniste et le chef de rayon boucherie en magasin, qui effectuent un contrôle quantitatif et qualitatif (par exemple pour la boucherie : le poids, la couleur de la viande, ...). Les produits sont ensuite stockés dans une chambre froide, jusqu'à leur préparation et leur mise en rayon.

IV.5.1.3.c. L'organisation logistique des produits frais importés :

L'organisation logistique des produits frais importés concerne les produits frais Carrefour et certains produits APLS (fromages et charcuterie) en provenance du marché de Rungis (France).

Ces derniers sont réceptionnés auprès d'un prestataire expert dans l'entreposage frais, pour ventilation et livraisons en magasins.

Le transport de cette marchandise est entièrement confié à des experts du transport (Partenaires Distrans et Maghribate), permettant ainsi le respect des disponibilités, de la ponctualité et des exigences réglementaires en la matière.

La logistique au sein de Label Vie S.A. est ainsi basée sur l'optimisation de 2 éléments : la gestion des stocks et la gestion des flux.

IV.5.1.3.d. L'organisation logistique des produits importés Carrefour :

Les produits Carrefour importés, hors produits frais, sont réceptionnés dans les plateformes logistiques dédiées aux produits secs.

Les produits à forte rotation sont stockés et expédiés aux points de ventes en fonction des ventes et commandes de chaque magasin. Les stocks des produits Carrefour couvrent environ 3 semaines de ventes. Les produits à faible rotation sont ventilés à leur réception au niveau de la plateforme et transférés aux différents magasins.

IV.5.1.3.e. La gestion des stocks :

Dans un objectif d'éviter les ruptures et de contrôler les sur-stockages, la politique de gestion des stocks de Label Vie S.A. a été mise sous la responsabilité du service Approvisionnement,

Pour l'optimisation des stocks, Label Vie S.A. dispose de deux modes de gestion des stocks en fonction de la nature des produits : le « stockable » et le « Cross Docking » (consolidé).

Les critères de distinction entre les deux modes sont la rotation du produit et sa périssabilité.

Pour les produits stockables, le mode de gestion consiste à constituer un stock de roulement au niveau de la plate forme pour permettre aux magasins de s'approvisionner quotidiennement en références de forte consommation.

Pour le Cross docking, les références consolidées sont directement réparties après réception aux magasins, sans être stockées à la plate forme. C'est le cas des produits frais qui sont gérés en Cross Docking, sauf lorsque se présente une opportunité de marché.

Par ailleurs, Label Vie S.A. a défini des règles de gestion par type de stock, en distinguant les stocks d'exploitation, les stocks de sécurité, les stocks « animation commerciale », les stocks consolidés (cross docking), les stocks « démarque », les stocks « consommable », les stocks « in transit », les stocks d'opportunité :

- Le **stock d'exploitation** est calculé par rapport aux ventes moyennes de la semaine à travers un « cadencier » mis à la disposition du service Approvisionnement. Ce dernier comprend les ventes de la semaine dernière et l'état des stocks. Le stock disponible doit répondre aux objectifs concernant la couverture des ventes.
- Le **stock de sécurité** est constitué pour faire face aux dysfonctionnements interne et externe et pour couvrir les retards ou les ruptures. Ce dernier est calculé en fonction du délai de livraison.
- Le **stock « animation commerciale »** est un stock complémentaire constitué pour les opérations commerciales dont les quantités sont définies par la force de vente.

Les besoins en stock d'animation commerciale sont planifiés et déterminés chaque début de mois et livrés trois à sept jours avant par la plate forme. Après chaque opération, une liquidation doit voir le jour pour les articles dont l'engagement est supérieur aux réalisations de l'opération.

- Le **Cross Docking** concerne les produits qui doivent en principe avoir un stock zéro. Une zone est dédiée à ces derniers pour couvrir les délais de réponse de la plate forme aux commandes des magasins.
- Le **stock « démarque »** concerne les produits endommagés par les magasins ou la plate forme et/ou périmés en attente de destruction ou de retour vers leurs fournisseurs. La démarque des produits secs fait l'objet d'un retour fournisseur (produits assortis d'une clause de retour) via la plate-forme. La démarque des produits frais est périodiquement détruite dans chaque magasin en présence d'un représentant du service d'hygiène. Cette démarque est matérialisée par un procès verbal pour justifier de la récupération de TVA. La démarque relative au rayon boucherie est rendue impropre à la consommation grâce à un produit liquide toxique, avant d'être détruite.
- Le **stock « consommable »** est constitué de l'ensemble des produits qui vont servir aux différents emballages et étiquetages pour les magasins ainsi que la fourniture de bureau pour l'ensemble des sites y compris le siège. Actuellement la zone consommable occupe une superficie de 36 m².
- Le **stock « in transit »** concerne les produits vendables en attente de livraison vers/entre les magasins ou leurs fournisseurs.
- Le **stock d'opportunité** concerne seulement les produits frais (fruits, légumes et poisson) dont les prix, sujets à forte fluctuation, sont la résultante de l'offre et de la demande. Ces stocks sont constitués dans la limite de la capacité de stock, des moyennes de ventes et de la périssabilité des produits.

Plusieurs types d'événements peuvent impacter le niveau des stocks :

- Les opérations commerciales (événements de fin de mois et événements incontournables comme la fin d'année, ramadan...)
- Les congés des fournisseurs (fermeture annuelle).

Par ailleurs, dans le cadre d'évènements promotionnels en concertation avec Label' Vie S.A., les fournisseurs regroupent des produits en lots. L'opération de défardelage, consiste pour la plate-forme, à procéder, à la fin de ces évènements, au dégroupage de ces lots pour permettre la vente des produits à l'unité.

Pour assurer un bon contrôle des stocks, Label'Vie S.A. établit régulièrement des inventaires.

Dans une optique de vérification d'intégrité du stock, un inventaire tournant par rayon est pré établi chaque trimestre et exécuté pour couvrir tout le référencement.

Suite aux obligations d'arrêté des comptes annuels, Label'Vie S.A. organise chaque fin d'année des inventaires généraux pour chaque site et chaque référence.

IV.5.1.3.f. La gestion des flux :

La gestion des flux obéit à un processus composé des phases suivantes : les commandes, la réception, l'entreposage, la préparation et le transport.

Les commandes fournisseurs

Le service d'approvisionnement est le moteur garant de la disponibilité des produits et du respect des couvertures de stock. Pour ce faire, l'approvisionnement dispose de différents moyens en respectant les principales lignes de la politique de Label Vie S.A. en termes de gestion des stocks.

En effet, le service approvisionnement représente la principale interface entre les magasins LABEL'VIE et Carrefour, et les fournisseurs et aucune commande ne peut émaner directement des magasins à l'exception de certains produits frais et liquides. Chaque magasin passe commande auprès du service approvisionnement et le service approvisionnement passe commande auprès des fournisseurs.

En matière de planning, la majorité des commandes se fait selon une périodicité hebdomadaire : les commandes sont réparties de manière à assurer une régularité du nombre des commandes et de livraisons par jour.

Les déterminants de la commande se font sur la base des éléments suivants :

- Le stock actuel pour chaque référence avec pour objectif de couvrir les demandes et d'assurer la disponibilité des produits pendant le délai de la commande ;
 - Les ventes de l'ensemble des points de ventes ;
 - Les engagements des points ventes pris dans le cadre des opérations commerciales, de la gestion *Cross Docking* ou des besoins spécifiques de quelques points de vente ;
 - L'opportunité induite par les changements de prix, les stocks fournisseurs limités, les périodes de forte consommation ; et,
 - Les produits de forte rotation ne doivent subir aucune rupture de stock.
- Les commandes effectuées par le service approvisionnement concernent la majorité des références qui sont stockées ou qui transitent par la plate forme;
 - Les commandes peuvent émaner des magasins et concernent certains produits frais et liquides et sont livrés directement au point de vente. .

Exceptionnellement, notamment lors d'une rupture de stock fournisseur au sein de la plate-forme constatée sur une référence, un magasin détenant un stock suffisant peut effectuer un transfert vers un autre magasin. Ce transfert s'effectue selon la même procédure de livraison de la plate-forme vers les magasins. Lors du transfert physique de la référence concernée, une mise à jour automatique des stocks des 2 magasins concernés s'effectue sur le progiciel Gold.

La réception

La réception au sein de la plate-forme consiste en l'accueil des produits secs commandés de 06H00 à 15H30 et passe par les opérations suivantes :

- Le cadencement et le pilotage des approvisionnements des fournisseurs consistent à ce que le service d'approvisionnement communique un planning de réception à la plate-forme pour la gestion des expéditions à recevoir des fournisseurs.
- Le rapprochement entre les produits livrés et les produits commandés par le service approvisionnement. Le contrôle quantitatif et qualitatif (DLC, qualité de l'emballage primaire et secondaire) des produits est effectué par l'équipe de comptage. Cette équipe établit un Bon de Contrôle et le remet au superviseur pour confrontation avec les autres documents.

La réception en magasins des produits frais est effectuée par le réceptionniste qui procède au contrôle quantitatif. Le contrôle qualité est assuré par le chef de rayon qui remplit une fiche contrôle qualité qui sera archivée avec le dossier de réception. Chaque magasin dispose d'une autonomie totale pour retourner toute marchandise qui ne respecte pas les dispositions du contrat d'achat.

Tout produit reçu doit comprendre, en principe, un code à barre, composante indispensable dans l'emballage du produit. Ce code à barre est confectionné par le fournisseur. Dans le cas contraire, Label Vie S.A. procède à sa création en interne et sa mise sur l'emballage des produits non codés grâce aux étiqueteuses disponibles au niveau de la plate-forme.

L'enjeu de la réception des commandes est double :

- En externe, elle représente l'interface avec les fournisseurs et veille au respect de leurs engagements ; et
- En interne, elle organise au mieux les produits après les avoir validés afin de concourir à l'optimisation du rangement, du stockage, et de la distribution.

L'entreposage

Les activités d'entreposage regroupent essentiellement la mise en stock. Cette mise en stock se fait avec des palettes Euro en respectant la sous famille d'appartenance, le FIFO et la disponibilité du produit dans les niveaux de « picking » pour faciliter l'accessibilité aux préparateurs.

Une bonne mise en stock doit permettre :

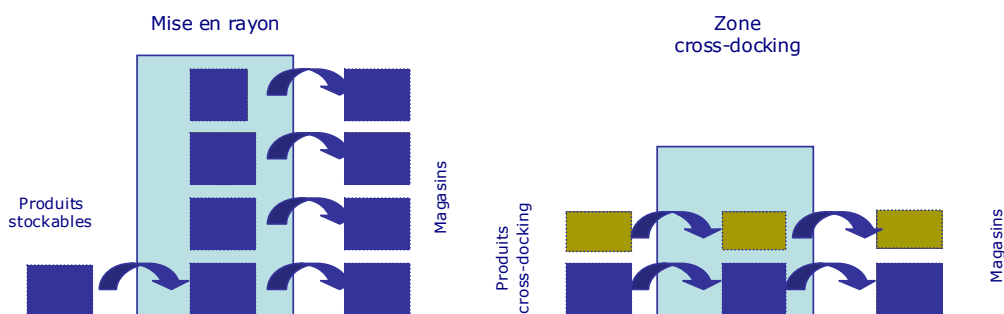
- la reconnaissance des produits et leur emplacement ;
- la bonne conservation des produits stockés ;
- la bonne gestion (fiabilité des stocks et gestion FIFO) ;
- le repérage rapide (étiquette spéciale) des produits en attente de retour fournisseur et des produits défectueux ou périmés ;
- le respect de la DLUO (date limite d'utilisation optimale) et de la DLC (date limite de consommation). La date limite d'utilisation optimale correspond à la date à laquelle les produits devraient être retirés des rayons. La date limite de consommation est la date de péremption ;
- le stockage par département, par rayon et par famille ;
- la présence de 100% des références dans les zones de picking ;
- la sécurité des stocks ;
- l'isolation de la consignation ;
- l'isolation de la démarque.

Concernant les sorties de marchandises, une édition journalière de l'ensemble des commandes des points ventes est mise à disposition de l'équipe de préparation comme support unique de son travail. L'équipe de préparation utilise les palettes Euro, les demi palettes et les rolls.

Les préparations sont quotidiennes pour assurer la disponibilité des produits au client final et donner une flexibilité de commande au gestionnaire de stock du magasin.

Après le contrôle de ces préparations, la marchandise est régulièrement mise à la disposition du magasin à partir de 06h00 du matin dans des camions de 14 tonnes équipés de haillon élévateur.

Une sortie de marchandises doit garantir, la livraison de toutes les commandes, l'exactitude des livraisons en nombre de colis et/ou d'unités, la correspondance entre produits livrés et produits commandés indiqués sur le Bon de Livraison, le respect des DLUO et DLC, zéro avaries et un plan de livraison respecté.



Après chaque réception, les palettes sont acheminées soit vers les rayons, soit dans la zone de *Cross Docking*, selon le schéma suivant :

Cette organisation est basée sur le critère de la rotation des produits :

- La mise en rayons concerne les produits à forte rotation dits stockables ou stockés au niveau de la plate forme. La plate forme est ainsi répartie en familles de produits pour faciliter la préparation. Chaque rangement doit respecter ledit critère, la date de péremption, et la disponibilité du produit en picking ;
- La zone cross docking concerne les produits à faible rotation dits consolidés. Ces articles sont gérés mais non stockés par la plate forme ; ils ne font que transiter par la plate-forme. Le cross docking est traité par fournisseur, les palettes de ces produits sont rangées dans la zone réservée à cet effet.

Pour les produits endommagés, ils sont acheminés vers la zone de démarque, qui est séparée des autres zones de la plate forme pour éviter les risques de vente et de contamination. La démarque concerne les produits endommagés soit en interne (produits démarqués par l'opération dans l'enceinte de la plate-forme), soit en externe (produits démarqués par les magasins et retournés à la plate-forme).

La préparation

Les commandes magasins sont adressées quotidiennement par les magasins avant 15H00 au chef d'équipe de préparation. Les commandes sont ensuite réparties en sous familles d'expertise pour permettre leur préparation et leur remise au contrôle.

Les préparations sont confectionnées par le « picking » des produits commandés et donnent lieu à un Bon de Préparation mentionnant les quantités « pickées ». Les préparations se font dans un roll ou dans une palette Euro.

Les produits consolidés sont rangés par fournisseur. Chaque collaborateur qui reçoit son Bon de Préparation doit « picker » les produits commandés par fournisseur et les rassembler dans un (des) support(s) par magasin et ranger ce dernier dans la zone de contrôle.

Après la fin de la préparation de chaque commande, un double contrôle est opéré pour vérifier les quantités préparées. Ce contrôle est confronté au Bon de Préparation de la commande concernée pour vérifier la cohérence.

A la fin de chaque contrôle, le support est remis dans la zone réservée au magasin de destination.

Le transport

A fin 2009, Label'Vie SA disposait d'une flotte propre et utilise aussi les services de prestataires externes avec une optimisation de coûts par distance.

En 2010, Label'Vie SA a cédé l'ensemble de sa flotte de camions et a confié les services de livraison aux magasins à des prestataires externes, prestations qui s'avèrent plus rentables en sous-traitance.

Au sein de Label Vie S.A., le transport des marchandises s'effectue dans les conditions suivantes :

Tous les chargements sont effectués à partir de la Plate Forme, selon un planning préétabli pour un début de chargement à partir de minuit jusqu'à 04h00 du matin. L'ensemble des camions est scellé à chaque chargement.

Les supermarchés Label'Vie sont livrés chaque jour à compter de 6h00 du matin. S'agissant des hypermarchés Carrefour, la livraison est assurée quotidiennement à 6h00 du matin, à l'exception des produits « boulangerie - pâtisserie » et des « produits frais » qui sont livrés à 5h00. Des livraisons quotidiennes, des voyages supplémentaires exceptionnels peuvent toutefois avoir lieu, aussi bien pour les supermarchés que pour les hypermarchés, pour couvrir une volumétrie excédentaire.

Les véhicules livreurs assurent le retour des supports de livraison. Ces supports sont des palettes Euro, des demi-palettes ou des rolls. En ce qui concerne les supports, un système de solde est appliqué et contrôlé par la logistique. Ce concept consiste à échanger avec les magasins des supports remplis contre des supports vides.

Les horaires de départ, les horaires d'arrivée, le kilométrage et le nom du chauffeur sont reportés sur une feuille de route qui accompagne chaque camion et qui est présentée le lendemain pour archivage et administration.

Les retours des marchandises des magasins vers la plate-forme se font, en moyenne deux fois par semaine, suivant un planning défini.

IV.5.1.4. Le réseau :

La fonction réseau a pour objectifs de déployer la stratégie commerciale de l'enseigne et d'animer la force de vente pour être toujours au service du client.

Les forces de l'organisation du réseau résident principalement en des process et modes opératoires standardisés facilitant le contrôle et la duplication.

IV.5.1.4.a. Les points de vente :

A fin juillet 2010, Label'Vie S.A. dispose de 32 points de vente, dont 30 magasins Label'Vie et 2 magasin Carrefour.

Le tableau suivant représente une liste exhaustive de ces magasins à juillet 2010:

Evolution des enseignes Label'Vie et Carrefour

Magasins	Ville	Superficie Initiale	Date d'ouverture/ de reprise	Date d'extension	Surface finale	Observation
Label' Vie Zaërs	Rabat	750 m ²	1986	2001	1 300m ²	Propriété de Label' Vie S.A. faisant partie d'un centre commercial géré par SPI.
Label' Vie Riad	Rabat	900 m ²	1995	-	900 m ²	Location faisant partie d'un centre commercial.
Label' Vie Shem's	Rabat	750 m ²	1999	-	750 m ²	Location.
Label' Vie Vélodrome	Casablanca	1 000 m ²	2002	2004	1 800 m ²	Location.
Label' Vie Hassan	Rabat	600 m ²	2003	2005	900 m ²	Location.
Label' Vie Médina	Rabat	600 m ²	2003	-	600 m ²	Location.
Label' Vie Kénitra	Kenitra	1 500 m ²	2003	-	1 500 m ²	Lease Back en 2009.
Label' Vie Meknès	Meknès	2 000 m ²	2004	-	2 000m ²	Location faisant partie d'un centre commercial géré par SCCM.
Label' Vie Settat	Settat	2 000 m ²	2005	-	2 000 m ²	Propriété de Label' Vie S.A. faisant partie d'un centre commercial.
Label' Vie Anfa	Casablanca	1 000 m ²	2005	-	1 000 m ²	Propriété de Label' Vie S.A.
Label' Vie La Gironde	Casablanca	500 m ²	2005	-	500 m ²	Location.
Label' Vie El Jadida	El Jadida	2 000 m ²	2007	-	2 000 m ²	Location faisant partie d'un centre commercial géré par FCE Jad.
Label' Vie Quartier des Hôpitaux	Casablanca	500 m ²	2007	-	500 m ²	Location.
Label' Vie Lissasfa	Casablanca	1 300 m ²	2008	-	1 300 m ²	Propriété de Label' Vie S.A.
Label' Vie Mohammédia Kasba	Mohammedia	1 000 m ²	2008	-	1 000 m ²	Propriété de Label' Vie S.A.
Label' Vie Maârif	Casablanca	1 300 m ²	2008	-	1 300 m ²	Propriété de Label' Vie S.A.
Label' Vie Khémisset	Khémisset	1 500 m ²	2008	-	1 500 m ²	Propriété de Label' Vie S.A.
Label' Vie Taddart	Casablanca	1 200 m ²	2008	-	1 200 m ²	Location
Carrefour Salé	Salé	5 500 m ²	2009	-	5 500 m ²	Propriété de Label' Vie S.A.
Label' Vie Mohammédia Alia	Mohammedia	950 m ²	2009	-	950 m ²	Propriété de Label' Vie S.A.
Label' Vie Romandie	Casablanca	800 m ²	2009	-	800 m ²	Propriété de Label' Vie S.A.
Label' Vie Oulfa	Casablanca	650 m ²	2009	-	650 m ²	Propriété de Label' Vie S.A.
Label' Vie Yacoub El Mansour	Casablanca	1 200 m ²	2009	-	1 200 m ²	Location
Label' Vie Sala El Jadida	Salé	1 100 m ²	2009	-	1 100 m ²	Propriété de Label' Vie S.A.
Label' Vie Val Fleury	Casablanca	700 m ²	2009	-	700 m ²	Propriété de Label' Vie S.A.
SMS	Rabat	2 000 m ²	2009	-	2 000 m ²	Propriété de Label' Vie S.A.
Label' Vie Ain Sebaa	Casablanca	1 900 m ²	2009	-	1 900 m ²	Propriété de Label' Vie S.A.

Label'Vie Gauthier	Casablanca	400 m ²	2010	-	400 m ²	Propriété de Label'Vie S.A.
Label'Vie Kénitra	Kénitra	500 m ²	2010	-	500 m ²	Propriété de Label'Vie S.A.
Label'Vie Témara	Témara	300 m ²	2010	-	300 m ²	Propriété de Label'Vie S.A.
Carrefour Al Mazar	Marrakech	6 000 m ²	2010	-	6 000 m ²	Location
Label'Vie Agadir	Agadir	1 500 m ²	2010	-	1 500 m ²	Propriété de Label'Vie S.A.

Source : Label'Vie SA

A fin juillet 2010, Label Vie SA a inauguré son deuxième Hypermarché Carrefour à Marrakech (6000 m²), ainsi que 3 superettes Label'Vie à Kenitra (500 m²), Témara (300 m²) et Casablanca Gauthier (400 m²) et un supermarché Label'Vie à Agadir (1 500m²).

Label Vie S.A privilégie les options de location de ses points de vente. Cependant, les options d'acquisition des locaux peuvent être envisagées quand la charge foncière est en adéquation avec le potentiel du magasin.

Rappelons que Label Vie SA bénéficie des synergies avec Best Real Estate qui met à la disposition de Label Vie SA des locaux destinés au développement de supermarchés LABEL'VIE ou d'Hypermarchés Carrefour dans chaque galerie commerciale qu'elle développe. Pour le cas de l'hypermarché de Salé, Label Vie SA refacture le montant des loyers du magasin Carrefour Salé à sa filiale HLV.

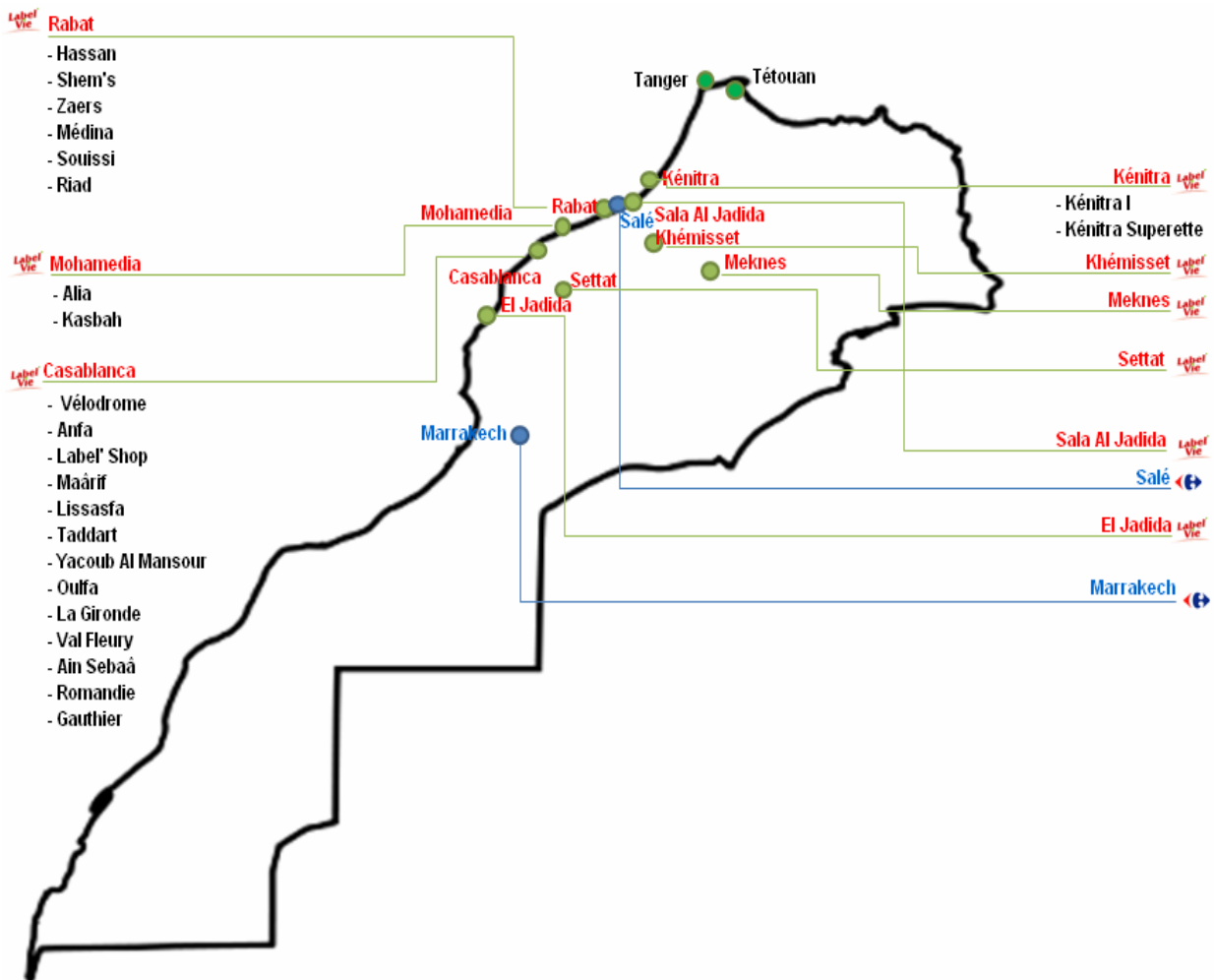
Label Vie S.A. loue également un siège à Rabat d'une superficie brute de 3 600 m² ainsi qu'une plate-forme centrale d'environ 2 500 m² située à Bouznika et une autre de 5 000 m² située à Lkhyayta.

Pour le choix du positionnement de la plate-forme de Bouznika, ce dernier est stratégique puisque facilement accessible grâce à l'autoroute permettant d'optimiser la circulation des marchandises aux différents magasins, et suffisamment proche de Casablanca et de Rabat qui constituent la plus importante part du chiffre d'affaires de Label Vie SA.

En ce qui concerne la plateforme de Khytayta, le choix de son emplacement est basé sur la proximité des magasins de Label'Vie SA (plus de 70% de ces magasins se situent à moins de 150 kilomètres de la plateforme).

Ainsi, la plate-forme centrale et les magasins de la société Label Vie S.A. sont dotés d'un certain nombre de moyens techniques afin de garantir une bonne qualité de service à la clientèle. Ces moyens comprennent du matériel d'encaissement, du matériel de gestion du frais, et du matériel de manutention de marchandises.

Répartition géographique des magasins Label'Ve et Carrefour à fin février 2010



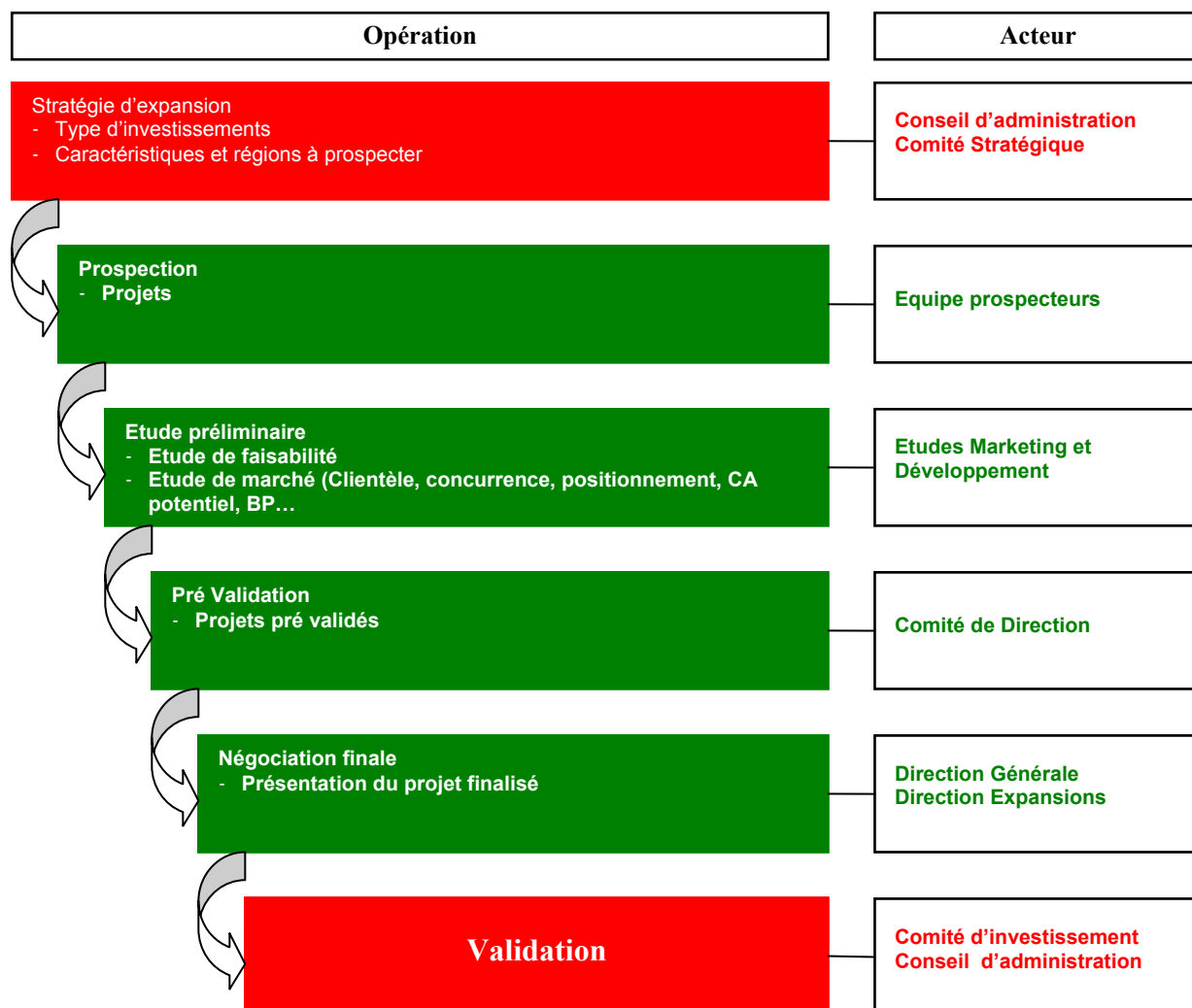
Source : Label'Ve SA

IV.5.1.5. La Direction Expansions:

La fonction expansions a pour but de doter l'enseigne de superficies de vente supplémentaire conformément aux objectifs fixés par le conseil d'administration.

La fonction expansions obéit au processus suivant.

Processus de la Fonction Expansions



Afin de mener à bien son programme d'ouvertures, la Direction Expansions repose sur 2 niveaux de prospections :

- La prospection active : découpage géographique, affectation par zone et veille sur les futures zones d'urbanisation en milieu urbain de manière à anticiper le développement à moyen et long terme et préparer la prospection future ;
- La prospection passive : analyse des opportunités qui se présentent.

IV.5.2. Evolution de la clientèle de Label'Ve SA :

Répartition de la clientèle Label' Vie par région

Le nombre de clients fréquentant les magasins Label'Ve et le supermarché Carrefour en 2009 est de près de 16,7 millions de personnes en 2007, soit un TCAM de 32% sur la période 2007-2009.

L'évolution de la clientèle de Label'Ve SA par région est illustrée dans le tableau suivant :

Evolution de la clientèle de Label' Vie S.A. par région

	2007	2008	2009	TCAM
Région Rabat-Salé	4 428 048	4 683 758	7 089 245	26,5%
<i>En % du total</i>	46,2%	41,2%	42,4%	
Région Casablanca	1 728 940	2 284 765	5 054 365	71,0%
<i>En % du total</i>	18,0%	20,1%	30,3%	
Autres villes	3 437 508	4 402 560	4 563 955	15,2%
<i>En % du total</i>	35,8%	38,7%	27,3%	
Total	9 594 496	11 371 082	16 707 565	32,0%

Source : Label Vie SA

Le nombre de clients fréquentant les magasins LABEL'VIE est plus important historiquement dans la région de Rabat - Salé. Cette tendance s'est confirmée en 2009 avec l'ouverture de Carrefour Salé qui a porté le nombre de clients à 7,1 millions contre 4,6 millions en 2008. Toutefois, rapporté au total clients, la quote part des clients fréquentant les magasins de Rabat Salé s'est stabilisé autour de 42% du total client en 2009 du fait de l'importance des ouvertures sur la région de Casablanca sur la même période. En effet, la région de Casablanca a connu une forte progression de son poids dans le réseau des magasins Label'Vie car le nombre de points de vente ouverts dans la région est passé de 4 en 2007 à 14 en 2009 comme le résume le tableau de l'évolution des magasins Label Vie et Carrefour par région suivant :

Evolution des magasins Label'Vie et Carrefour par région

		2007	2008	2009
Supermarchés Label'Vie	Région de Rabat-Salé	Hassan	Hassan	Hassan
		Médina	Médina	Médina
		Riad	Riad	Riad
		Shem's	Shem's	Shem's
		Zaërs	Zaërs	Zaërs
				Sala Al Jadida
				SMS
	Nombre de Magasins	5	5	7
	Région de Casablanca	Vélodrome	Vélodrome	Vélodrome
		Anfa	Anfa	Anfa
		La Gironde	La Gironde	La Gironde
		Quartier des hopitaux	Quartier des hopitaux	Quartier des hopitaux
			Lissassfa	Lissassfa
			Maarif	Maarif
		Taddart	Taddart	
		Mohammedia Kasba	Romandie	
			Oulfa*	
			Yacoub El Mansour*	
			Val Fleury	
		Ain Sebaa		
		Mohammedia Kasba		

Hypermarchés Carrefour	Nombre de Magasins	4	8	14
	Autres villes	Kénitra	Kénitra	Kénitra
		Meknès	Meknès	Meknès
		Settat	Settat	Settat
		El Jadida	El Jadida	El Jadida
			Khemisset	Khemisset
	Nombre de Magasins	4	5	5
	Total	13	18	26
	Région de Rabat-Salé	-	-	1
	Autres villes	-	-	-
Total	-	-	1	

Source : Label'Vie SA

* Reprise des magasins « Franprix »

Le nombre de magasins Label'Vie a augmenté de 41% passant de 13 magasins en 2007 à 26 en 2009. Cette évolution du nombre d'ouverture s'inscrit dans la stratégie de développement initiée par Label Vie SA et qui vise l'exploitation des marchés à fort potentiel. En 2009, le premier hypermarché Carrefour a été inauguré dans la ville de Salé.

Les principaux clients fréquentant les magasins Label'Vie de Label'Vie S.A. sur la période 2007-2009 sont présentés dans le tableau suivant:

Client	2007		2008		2009	
	Montant (en kdh)	%	Montant (en kdh)	%	Montant (en kdh)	%
Client 1	4 631	0,5%	3 663	0,3%	3 080	0,2%
Client 2	1 861	0,2%	1 072	0,1%	1 624	0,1%
Client 3	12	ns	-	-	1 438	0,1%
Client 4	-	-	-	-	596	ns
Ventes* TTC (Kdh)	924 699	100%	1 171 660	100%	1 885 365	100%

* ventes de marchandises en l'état TTC
Source : Label'vie S.A.

La clientèle de Label Vie S.A. est très large et est constituée majoritairement de particuliers. Toutefois, dans des cas exceptionnels, des comptes clients sont ouverts en faveur de certains clients structurés (Ambassades, Ministères...) dans des magasins LABEL'VIE. Ces clients se voient accorder par Label Vie S.A. un délai de règlement d'un mois au maximum. Cette catégorie de clients représente à fin décembre 2009 environ 0,4% des ventes.

Compte tenu de la nature de la clientèle et du mode de règlement au comptant de la majorité des ventes, Le total de la dépréciation des comptes clients ne dépasse pas 0,3% des ventes TTC à fin décembre 2009.

Panier moyen par magasin

Le tableau qui suit illustre les dépenses moyennes des clients par magasin entre 2007 et 2009 :

Panier moyen par client Label'Vie SA

	2007	2008	2009	TCAM
Nombre de magasins	13	18	27	44,1%
Nombre de clients	9 594 496	11 371 082	16 707 565	32,0%
Ventes TTC en Dhs	924 699 000	1 171 660 000	1 885 365 000	42,8%
Panier moyen en Dh TTC	96,4	103,0	112,8	8,2%

Source: Label'Vie SA

Le panier moyen par client Label'Vie SA est passé de 96,4 Dhs en 2007 à 103,0 Dhs en 2008 pour s'établir à 112,8 Dhs en 2009. Cette forte augmentation s'explique par :

- La fidélisation des clients notamment à travers la qualité des services, la compétitivité des prix ainsi que les offres promotionnelles initiées par la société.
- L'impact du démarrage de l'activité Hypermarché en 2009 qui présente des paniers moyens plus importants que ceux des supermarchés.

IV.5.3. Evolution des ventes :

Evolution des ventes par région

Les Ventes de Label Vie SA ont enregistré une évolution de l'ordre de 42,7% entre 2007 et 2009. Cette importante progression s'explique par le nombre important d'ouvertures réalisées au cours des trois dernières années (5 en 2008 et 8 en 2009). En outre, l'année 2009 a été marquée par l'ouverture du 1^{er} Hypermarché Carrefour portant les ventes totales au titre de cet exercice à plus de 1,6 Gdh en hausse de 62% par rapport à 2008.

Evolution des ventes de Label'Vie S.A. par région

<i>En Kdh</i>	2007	2008	2009	TCAM
Rabat et région	345 831	389 347	746 522	46,9%
<i>En % du total</i>	42,5%	38,0%	45,1%	
Casablanca et région	208 263	290 899	486 235	52,8%
<i>En % du total</i>	25,6%	28,4%	29,4%	
Autres villes	259 325	343 456	423 712	27,8%
<i>En % du total</i>	31,9%	33,6%	25,6%	
Total ventes* HT	813 419	1 023 702	1 656 469	42,7%

* Vente de marchandises en l'état. En 2009, ventes incluant Carrefour Salé

Source : Label'Vie SA

L'importance des volumes des ventes réalisées par l'hypermarché de Salé en 2009 a permis d'augmenter la part de la région de Rabat Salé dans les ventes de la société, qui s'est établie à 45% du chiffre d'affaires contre 38% en 2008.

Les ventes réalisées sur la région de Casablanca ont également progressé de 53% du fait du nombre d'ouverture de magasin réalisée entre 2008 et 2009.

Enfin, la contribution des ventes réalisées dans les autres villes du Royaume est restée stable en 2007 et 2008 à près de 32% à 33%, avant de diminuer à 26% du chiffre d'affaires total de Label Vie SA en 2009.

Evolution des ventes par département

Evolution des ventes de Label'Vie S.A. par département

En Kdh	2007	2008	2009	TCAM
PGC et Liquides	482 099	599 377	943 686	39,9%
<i>En % du Total</i>	<i>59,3%</i>	<i>58,5%</i>	<i>57,0%</i>	
Dont				
<i>PGC</i>	<i>276 808</i>	<i>344 046</i>	<i>571 118</i>	<i>43,6%</i>
<i>Liquides</i>	<i>205 291</i>	<i>255 331</i>	<i>372 568</i>	<i>34,7%</i>
Produits Frais	312 162	395 219	615 113	40,4%
<i>En % du Total</i>	<i>38,4%</i>	<i>38,6%</i>	<i>37,1%</i>	
Loisir & Electroménager	10 675	19 309	50 886	>100%
<i>En % du Total</i>	<i>1,3%</i>	<i>1,9%</i>	<i>3,1%</i>	
Bazar	7 559	8 091	29 541	97,7%
<i>En % du Total</i>	<i>0,9%</i>	<i>0,8%</i>	<i>1,8%</i>	
Textile et Equipement Maison	924	1 706	17 244	>100%
<i>En % du Total</i>	<i>0,1%</i>	<i>0,2%</i>	<i>1,0%</i>	
Total Ventes HT	813 419	1 023 702	1 656 470	42,7%

Source : Label'Vie SA

L'ouverture de l'hypermarché Carrefour, combinée aux nouvelles ouvertures de magasins Label Vie en 2009, a entraîné une augmentation importante des ventes, toutes catégories confondues, notamment l'électroménager qui a enregistré une progression de 118%, ainsi que le Textile et Equipement Maison qui ont progressé de plus de 300%.

Les produits « PGC et Liquides » ont enregistré une évolution moyenne de 40% entre 2007 et 2009 avec une augmentation de 57% au titre de 2009 :

- les produits de grande consommation ont progressé de 43,6% et se sont établis à 571 Mdh en 2009 ;
- Les produits liquides ont augmenté de 34,7%, avec un montant de ventes en 2009 de 373 Mdh.

Les « produits Frais » ont pour leur part progressé de 56% en 2009.

Notons que les produits « PGC et Liquides » et les « Produits Frais » représentent les produits phares de l'ensemble des magasins Label Vie, hypermarché y compris, avec une contribution de près de 94% dans les ventes total réalisées par Label Vie SA..

Il convient de signaler également que les autres catégories de produits tels que les produits de bazar, de textile et équipement de maison ont enregistré une forte croissance en valeur en 2009 comparé à 2007 du fait de l'ouverture de l'hypermarché Carrefour.

Evolution des ventes par région et par département

Evolution des ventes de Label'Vie S.A. par région et par département

Par région et par département									
	Rabat			Casablanca			Autres Villes		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009
PGC et Liquides	217 663	245 336	431 389	112 168	157 375	253 636	152 268	196 667	258 662
<i>En % du total</i>	62,9%	63,0%	57,8%	53,9%	54,1%	52,2%	58,7%	57,3%	61,0%
Dont									
PGC	128 906	145 837	271 549	68 722	98 741	163 361	79 180	99 469	136 209
Liquides	88 757	99 499	159 840	43 446	58 634	90 275	73 088	97 198	122 453
Frais	126 320	142 363	253 649	94 042	130 878	227 458	91 800	121 978	134 005
<i>En % du total</i>	36,5%	36,6%	34,0%	45,2%	45,0%	46,8%	35,4%	35,5%	31,6%
Loisir & Electroménager	8	6	27 313	1	1	641	10 666	19 303	22 932
<i>En % du total</i>	0,0%	0,0%	3,7%	0,0%	0,0%	0,1%	4,1%	5,6%	5,4%
Bazar	1 665	1 429	18 965	1 828	2 284	3 969	4 066	4 378	6 606
<i>En % du total</i>	0,5%	0,4%	2,5%	0,9%	0,8%	0,8%	1,6%	1,3%	1,6%
Textile & Equipement Maison	175	213	15 206	224	362	531	525	1 131	1 508
<i>En % du total</i>	0,1%	0,1%	2,0%	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%	0,3%	0,4%
Total	345 831	389 347	746 522	208 263	290 899	486 235	259 325	343 456	423 712

Source: Label'Vie SA

Rabat et région

Les ventes dans les magasins de Rabat et région sont dominées par les ventes de PGC et Liquides qui passent de 63% en 2007 et 2008 à 58% du CA Rabat et région en 2009, et par les ventes de produits Frais qui passent de 37% en 2007 et 2008 à 34% du CA Rabat et région en 2009.

Les ventes de produits de Loisir et Electroménager ainsi que les ventes de produits de Bazar et les produits de Textile et Equipement maison représentent chacune une part peu significative du CA de Label'Vie SA dans la région de rabat en 2007 et 2008 (moins de 0,6%) de par la faible contribution de ces catégories de produit à l'activité de la société. En 2009, et suite à l'ouverture du premier hypermarché Carrefour, les ventes de Loisir et Electroménager ainsi que les ventes de produits de Bazar et les produits de Textile et Equipement maison ont augmenté pour atteindre respectivement 3,7%, 2,5% et 2,0% du CA Rabat et région du fait de l'existence de rayons importants dédiés à ces produits.

Casablanca et région

A Casablanca et région, les dépenses des consommateurs s'orientent majoritairement vers les produits de PGC et Liquides, qui totalisent 54% du CA Casablanca et région en 2007 et 2008, et plus de 52% en 2009.

Les ventes de produits frais contribuent également à la réalisation d'une grande partie des ventes effectuées à Casablanca et région (45% du CA Casablanca et région en 2007 et 2008 à 47% en 2009).

Les ventes de produits de Loisir et Electroménager représentent une part insignifiante du CA en 2007 et 2008, et augmentent légèrement en 2009 pour atteindre 0,1% du CA de Casablanca et région en 2009.

La contribution des ventes des catégories Bazar et Textile et équipement maison au CA de Casablanca et région reste stable sur la période 2007-2009 et représente 0,8% pour la catégorie Bazar et 0,1% pour la catégorie Textile et Equipement Maison.

Autres villes

Dans les autres villes, les ventes des catégories PGC et Liquides ainsi que les produits Frais dominant également les ventes avec une contribution qui passe de 59% à 61% entre 2007 et 2009 pour les ventes de PGC et Liquides, et une contribution des produits Frais qui passe de 35% à 32% du chiffre d'affaires des autres villes entre 2007 et 2009 également.

Par ailleurs, compte tenu des superficies relativement plus grandes sur des points de vente tels que Meknès et Settat, les ventes des produits de Loisirs et Electroménager ainsi que les produits de Bazar contribuent sur toute la période d'analyse au chiffre d'affaires des autres villes à hauteur de 4,1% en 2007 et passent à 5,4% en 2009 pour le Loisir et Electroménager, et à hauteur d'environ 1,5% sur toute la période pour les produits de Bazar.

Les ventes de produits de Textile et Equipement maison contribuent au chiffre d'affaires de Label'Vie SA dans les autres villes à hauteur de 0,2% en 2007 et passent à 0,4% en 2009.

IV.5.4. Qualité du service de Label'Vie S.A. :

Le comité de direction de Label Vie S.A. détermine la politique de qualité de l'enseigne LABEL'VIE et Carrefour, selon les standards internationaux et les exigences des clients.

Cette politique s'articule autour de la conception et la mise en pratique :

- D'un « guide des bonnes pratiques d'hygiène »
- Du système de gestion des risques
- Du système de management de la sécurité alimentaire

IV.5.4.1. Guide des bonnes pratiques d'hygiène :

Le « guide des bonnes pratiques d'hygiène » assure la sécurité des denrées alimentaires en définissant les conditions nécessaires pour maintenir un environnement hygiénique approprié à la production, à la manutention et à la mise à disposition de produits alimentaires adaptés à la consommation.

La mise en application de ce guide est faite en trois phases :

- Phase 1 : Etude des processus

L'étude des processus a été réalisée à travers la connaissance de la structure et des flux de communication, la description des différentes procédures de travail, l'identification et la classification des rayons dans chaque département, des tâches et des articles relatifs à chaque rayon.

- Phase 2 : Conception du « guide de bonnes pratiques d'hygiène »

Cette phase a nécessité la préparation des instructions de travail définissant les conditions et les activités de base nécessaires pour maintenir l'hygiène dans chaque poste du processus de travail.

Elle a aussi permis l'identification des moyens d'application des instructions de travail ainsi que leur validation ; Le Comité d'Hygiène et de Sécurité a en outre validé les besoins en moyens d'application.

Par ailleurs, la conception du guide a permis le regroupement des instructions et l'identification des besoins et des modes de formation.

- Phase 3 : Mise en application du « guide de bonnes pratiques d'hygiène »

La mise en application du guide s'est articulée autour de la formation du personnel, de la définition des intervenants et de leurs responsabilités et de la mise en place d'un système d'audit et de contrôle.

Le suivi d'application du guide de bonnes pratiques d'hygiène est assuré par les contrôleurs en magasins de manière quotidienne. Le suivi est aussi assuré par le service hygiène et sécurité sous la tutelle de la Direction contrôle de Gestion. Ce suivi est également contrôlé périodiquement par le département audit.

IV.5.4.2. Système de gestion des risques :

L'objectif de ce système est d'identifier par une analyse des risques la probabilité de survenance de dangers liés à la sécurité des denrées alimentaires et à la contamination ou la prolifération de ces dangers dans le(s) produit(s) ou dans l'environnement des magasins.

Ce système a pour rôle de :

- Identifier les risques dans chacune des étapes du processus de travail et dans chaque rayon ;
- Définir les tolérances et les moyens de mesure pour chaque risque ;
- Définir des mesures préventives et/ou correctives pour chaque risque ;
- Définir un système d'enregistrement des mesures et des actions entreprises.

IV.5.4.3. Système de management de la sécurité alimentaire

Le système de management de la sécurité alimentaire a pour objectif permanent de satisfaire totalement les clients, à travers les actions suivantes :

- Planifier, mettre en œuvre, exploiter, maintenir et mettre à jour tous les moyens matériels ou immatériels capables de fournir des produits qui, conformément à leur usage prévu, sont adaptés aux besoins des consommateurs ;
- Démontrer la conformité avec les exigences légales et réglementaires applicables en matière de sécurité des denrées alimentaires ;
- Evaluer et apprécier les exigences des clients, démontrer la conformité avec leurs exigences en matière de sécurité des denrées alimentaires afin d'améliorer leur satisfaction ;
- Communiquer efficacement sur les questions relatives à la sécurité des denrées alimentaires avec les fournisseurs, les clients et les différentes parties concernées.

IV.5.5. La sécurité :

La société Label Vie S.A. accorde une grande importance à la sécurité des clients, du personnel et des biens. A cet effet, la société a contracté différents contrats d'assurance.

Pour la sécurité des biens, Label Vie S.A. a contracté une assurance multirisques couvrant les biens immeubles (contenant et contenu y compris les stocks) et a mis en place un dispositif de

surveillance (vigiles, camera, portiques de sécurité...). Parallèlement, la société a assuré le transport des fonds.

En matière de sécurité du personnel, la société a souscrit à une assurance «accident du travail » et prévoit des vêtements spécifiques (tenue, gants métalliques...) pour certaines fonctions relatives à la manutention, au stockage et aux produits frais.

Pour assurer la sécurité des clients, Label Vie SA bénéficie d'une assurance RC (intoxication, incidents mineurs).

Par ailleurs, Label Vie SA dispose d'un système de sécurité incendie dans chaque magasin. Ce système, conforme aux normes des sapeurs pompiers, est composé de sprinkler et d'extincteurs.

IV.5.6. Contrôle de gestion:

Le contrôle de gestion est assuré par un département faisant partie de la direction audit et contrôle de gestion (DACG). L'effectif global du département est de 32 personnes, dont 7 personnes affectées aux points de vente et aux plates formes et 25 personnes au siège.

Les principales missions du département contrôle de gestion sont :

- Le contrôle de gestion budgétaire

Le contrôle de gestion budgétaire permet de s'assurer de la qualité des informations comptables produites par la comptabilité pour les arrêtés mensuels et de leurs affectations par rapport aux sections analytiques. Il identifie et analyse les écarts par rapport aux différents budgets. Il constitue l'interface entre les différentes directions et la comptabilité et les alimente en reporting selon leurs besoins. L'ensemble des analyses et contrôles sont effectués à partir de progiciels tels que AGRESSO (ERP financier) et Gold (ERP d'exploitation)

- Le contrôle de gestion commerciale

Tenant compte des spécificités de l'activité, des ressources dédiées au niveau du contrôle de gestion suivent et analysent la rentabilité des actions commerciales, le programme annuel du marketing, les données et le positionnement des assortiments. Le contrôle de gestion commerciale communique à cet effet un reporting hebdomadaire aux directions commerciales et exploitation.

- Le « contrôle sites »

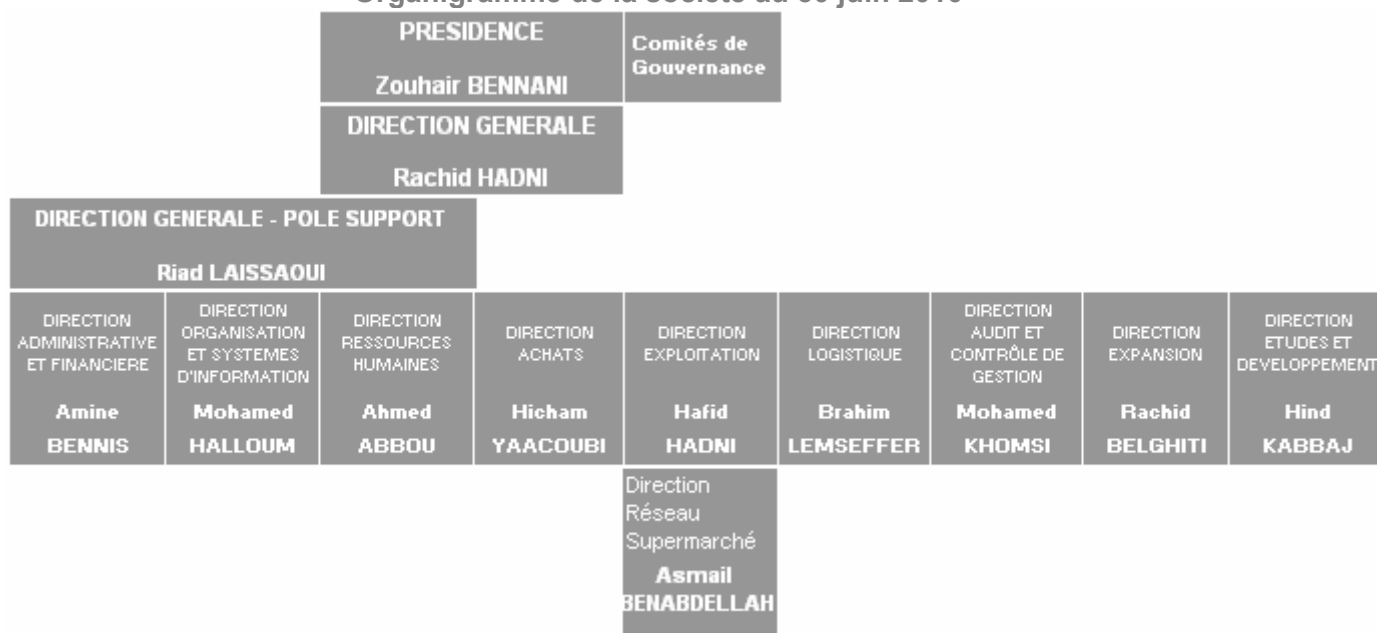
Outre, les missions précédemment citées, la DACG contrôle également les sites (points de vente et plates-formes).

Ce contrôle a un caractère permanent et est effectué par des personnes dédiées localement. Il porte notamment sur l'hygiène et la sécurité (contrôle des procédures et instructions opérationnelles et communication des résultats au comité Hygiène et Sécurité), les flux d'espèces (vérification des clôtures de caisses) et les flux de marchandises et d'équipements (contrôle de l'intégrité entre les flux physiques et informatiques).

IV.6. ORGANISATION DE LABEL'VIE SA

IV.6.1. Ressources humaines :

Organigramme de la société au 30 juin 2010



Source: Label'Vie SA

IV.6.1.1. Caractéristique du personnel de Label'Vie SA

Effectif de Label'Vie SA

A fin 2009, le personnel de Label'Vie SA se compose de 1654 salariés, y compris le personnel des magasins Carrefour (237 personnes). En effet, suite à la signature du contrat de franchise entre HLV SAS et avec Carrefour Partenariat International en 2009, Label Vie a procédé au recrutement du personnel en charge de l'exploitation et la gestion des hypermarchés Carrefour aussi bien au niveau du siège qu'au niveau des magasins et des plateformes. A compter de 2010, les effectifs Carrefour sont passés sous la coupe de HLV SAS, nouvelle filiale en charge de la gestion des hypermarchés.

Le personnel de Label'Vie SA compte près de 29% de femmes.

L'évolution de l'effectif de Label Vie SA depuis 2007 se présente comme suit:

Site	2007	Part en %	2008	Part en %	2009	Part en %
Siège	105	12%	136	13%	205	12%
Plateformes	70	8%	56	5%	63	4%
Total Magasins Label'Vie	695	80%	863	82%	1 149	69%
<i>Région de Rabat</i>	267	31%	419	40%	443	27%
<i>Région de Casablanca</i>	188	22%	266	25%	473	29%
<i>Autres villes</i>	240	28%	178	17%	233	14%
Total Magasins Carrefour	-	-	-	-	237	14%
<i>Salé</i>	-	-	-	-	237	14%
Effectif Total	870	100%	1 055	100%	1 654	100%

Source : Label'vie SA

En ligne avec l'important développement qu'a connu Label Vie SA au cours des trois dernières années, l'effectif de la Société a enregistré une progression annuelle moyenne de 38%, passant de 870 personnes en 2007 à 1654 en 2009. L'essentiel de cet effectif est affecté aux magasins qui mobilisent une grande partie du personnel (83% des effectifs entre les magasins Label Vie et Carrefour Salé en 2009). Le reste est réparti entre le siège et les plateformes logistiques.

L'effectif des magasins Label'Vie a pour sa part enregistré une progression annuelle moyenne de 29%, passant de 695 salariés en 2007 à 1149 salariés en 2009. Cette évolution suit le rythme soutenu des ouvertures de magasins réalisées par Label'Vie sur cette même période (5 ouvertures en 2008 et 8 ouvertures en 2009).

L'effectif moyen par site est de l'ordre de 44 en 2009 contre 53 en 2007 du fait de l'optimisation des effectifs, l'augmentation de la productivité et l'externalisation de certaines fonctions.

	2007	2008	2009
Total Magasins Label'Vie	13	18	26
Effectif Magasins Label'Vie	695	863	1 149
Effectif moyen par site	53	48	44

Source : Label'Vie SA

L'effectif du siège connaît pour sa part une évolution stable de près de 12% par an et ce, en dépit de l'extension de l'activité de Label Vie SA et de son réseau de magasins, chose qui témoigne de la stratégie d'optimisation des ressources adoptée par Label Vie SA.

Age du personnel de Label' Vie SA

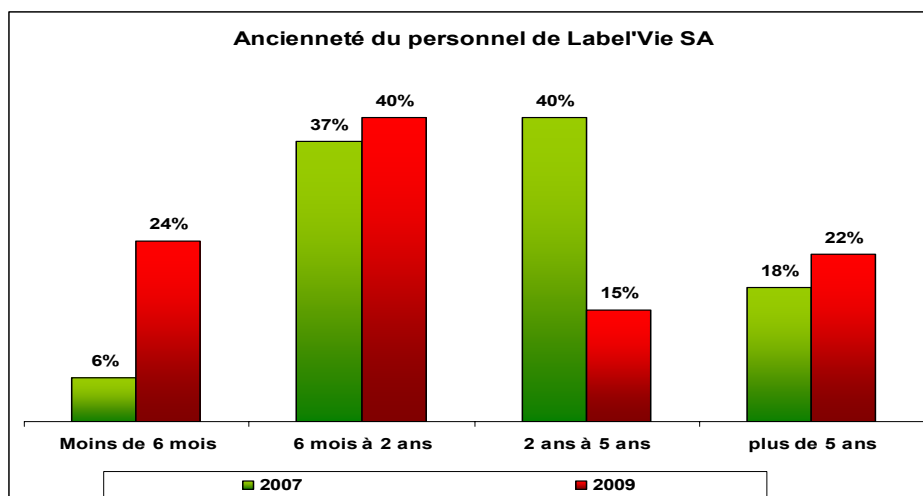
Le tableau ci-dessous détaille l'évolution des effectifs de Label Vie SA par tranche d'âge :

Age	2007	2008	2009
Moins de 25 ans	119	134	275
Part %	13,7%	12,7%	16,6%
Entre 25 et 34 ans	530	605	967
Part %	60,9%	57,3%	58,5%
Entre 35 et 44 ans	165	227	314
Part %	19,0%	21,5%	19,0%
Entre 45 et 54 ans	47	68	72
Part %	5,4%	6,4%	4,4%
Plus de 54 ans	9	21	26
Part %	1,0%	2,0%	1,6%
Total Effectif	870	1 055	1 654

Source : Label'Vie SA

Le personnel de Label Vie SA est relativement jeune puisque la tranche des moins de 34 ans représente plus de 75% des effectifs à fin 2009.

Ancienneté du personnel de Label' Vie SA



Source : Label Vie SA

Afin d'accompagner sa stratégie de développement, Label'Vie SA s'est adjoint de nouvelles compétences à travers une politique de recrutement visant à attirer les jeunes à son équipe. Ainsi, le personnel ayant une ancienneté de moins de 6 mois est passé de 6% en 2007 à 24% en 2009.

Le personnel ayant une expérience de 6 mois à 2 ans et de plus de 5 ans a également augmenté de 37 à 40% et de 18 à 22% respectivement. Cette augmentation témoigne de la politique de fidélisation du personnel adoptée par la Société et aux opportunités de carrière offertes au sein du Groupe. La politique de fidélisation du personnel consiste à :

- Garantir l'adéquation entre les besoins en compétences et les profils qu'ils soient internes ou externes par le biais d'un plan de formation annuelle ;
- Accompagner toute nouvelle recrue LABEL'VIE durant une période d'intégration qui lui permet de se familiariser avec le métier ainsi que la culture d'entreprise ;
- Mise en place d'un programme de communication interne et de développement de la culture d'entreprise à travers plusieurs activités dédiées au personnel de la société (team building annuel, tournoi de foot, déjeuners cadres, kermesses...) ;
- Mise en place de convention avec des établissements financiers ou opérateurs immobiliers destinés à faciliter l'accès au crédit et au logement pour le personnel.

Le personnel ayant 2 à 5 années d'expérience diminue de près de 20% entre 2007 et 2009, passant de 287 à 241 personnes. Rapporté au total, sa contribution diminue de 40% à 15% en raison du recrutement massif de Label Vie SA au cours des trois dernières années (870 personnes en 2007 à 1 654 en 2009), chose qui a dilué la quote-part de cette tranche dans le total des effectifs.

Répartition du Personnel de Label'Vie SA par activité

Le tableau ci-dessous détaille la répartition du personnel de Label'Vie S.A. selon la nature des activités :

Type d'activité	2009	Part en %
Direction	15	1%
Support	128	8%
Achats et approvisionnement	41	2%
Réseau (Magasins + Plateformes)	1 470	89%
Total Effectif	1 654	100%

Source : Label'vie SA

A fin 2009, l'essentiel de l'effectif de Label Vie SA, soit près de 89% du personnel, travaille au niveau des plateformes et des magasins. Le reste est réparti entre le personnel affecté aux fonctions support (8%), aux achats et approvisionnement (2%) et à la Direction.

Taux d'encadrement magasins

	Magasins			Siège			Plateforme		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Effectif Total	693	863	1 386	105	136	205	70	56	63
Encadrement	156	216	312	72	99	124	9	13	17
Taux d'encadrement	22,5%	25,0%	22,5%	68,6%	72,8%	60,5%	12,9%	23,2%	27,0%

Source : Label'vie SA

Au niveau des magasins, le taux d'encadrement passe de 22,5% en 2007 à 25,0% en 2008.

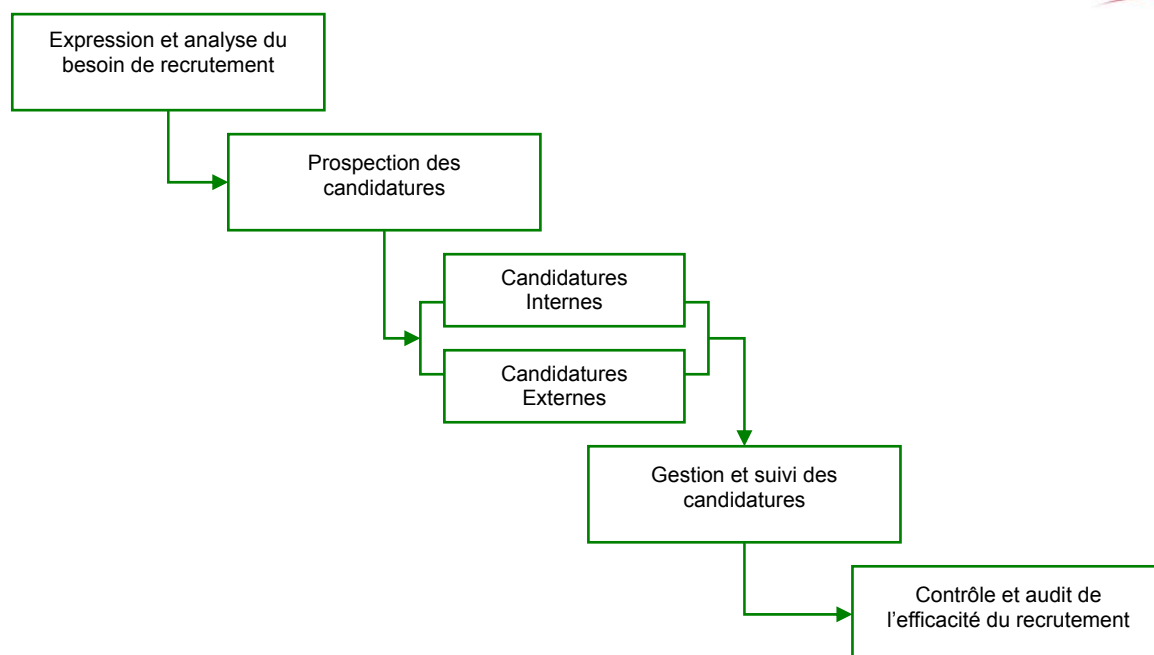
En 2009, le taux d'encadrement baisse à 22,5% suite à l'ouverture de l'hypermarché Carrefour, nécessitant un nombre important en recrutement, ce qui dilue la quote part des cadres dans le total de l'effectif.

IV.6.1.2. Politique de recrutement :

La politique de recrutement est un pilier essentiel au bon développement de Label'Vie S.A. Cette politique repose principalement sur les objectifs suivants :

- Assurer une adéquation entre les profils recrutés (en interne ou en externe) et les postes à pourvoir dans le but de garantir la compétitivité de la Société.
- Constituer des équipes homogènes capables de relever tout changement éventuel et de s'adapter aux projets d'expansion de la société (nouvelles ouvertures, partenariats stratégiques, concurrence...).
- l'optimisation des coûts de recrutement.

A partir des besoins et prévisions de l'activité, le recrutement s'effectue suivant le processus illustré par ce schéma :



IV.6.1.3. Formation du personnel :

Dans le cadre du programme dit « Label'Ecole » des formations sont organisées au profit de tout le personnel de Label Vie S.A. La formation continue étant un levier important pour l'amélioration des compétences dans un environnement concurrentiel. Celle-ci couvre des domaines allant de la formation commerciale et techniques de ventes, au perfectionnement sur les logiciels de caisse ou encore la formation des métiers. L'objectif de ces formations est de :

- ✓ Accompagner la stratégie de développement de Label Vie S.A. au Maroc dans le but de préparer les futures ouvertures;
- ✓ Améliorer les performances actuelles et favoriser la promotion interne dans le but de réaliser les meilleurs résultats ;

Le plan de formation est élaboré chaque année par l'ingénierie de formation sur la base d'une comparaison entre les compétences requises et les compétences réelles (identification des besoins de compétences).

Le tableau ci-dessous démontre l'importance allouée par Label Vie SA à la formation de son personnel, notamment à travers le volume horaire qui lui est consacré et le nombre des bénéficiaires.

	Formations		
	2007	2008	2009
Nombre de bénéficiaires	625	869	1 200
Nombre de modules	37	26	69
Nombre d'heures	13 320	14 560	181 056
Modules réalisés en interne	43%	42%	40%
Modules réalisés en externe	57%	58%	60%

Source : Label'Vie SA

Notons que le programme « Label' Ecole » est un cursus de formation interne à Label'Vie SA créée depuis Avril 2008, et qui a pour principaux objectifs :

- L'évolution de carrière et le développement des compétences internes ;

- L'échange de savoirs et d'expériences ;
- Le Développement de la culture d'entreprise au niveau du capital humain.

Label' Ecole cible principalement la catégorie opérationnelle de son personnel et ce à travers un programme et des modules adaptés aux réalités du secteur de la grande distribution.

Les accords de franchise et de sous franchise réalisés entre Label'Vie SA, HLV SAS et CPI stipulent que CPI s'engage à organiser, directement ou par le biais de HLV, une formation initiale des employés clés pour l'ouverture du premier supermarché et du premier hypermarché. Cette dernière a déjà eu lieu lors de l'ouverture du premier hypermarché Carrefour Salé. En application du même accord, une ou plusieurs formations des employés clés de HLV SAS et de Label'Vie Sa sont également prévues pendant toute la durée de l'accord.

IV.6.1.4. Politique Sociale :

La politique sociale vise à motiver le personnel de Label Vie S.A. en développant le sentiment d'appartenance à une structure efficiente et en plein développement. L'effectif de Label Vie S.A. bénéficie ainsi des avantages légaux prévus par la loi, à savoir les congés annuels payés, l'assurance accident de travail, l'affiliation à la CNSS, ...etc. Les salariés bénéficient en outre d'une assurance maladie, incapacité, invalidité ; la catégorie cadre bénéficie également du régime de retraites CIMR.

Par ailleurs, le personnel de la société bénéficie d'un fonds de solidarité sociale dont la mission consiste à renforcer la solidarité et l'esprit d'appartenance au sein de Label Vie S.A. à travers la participation au financement d'importants événements (Aïd, mariage, naissance, décès...) de la part de l'entreprise et pour l'ensemble des salariés.

Le personnel de Label Vie S.A. bénéficie parallèlement d'une convention avec les organismes de crédit pour faciliter l'accès aux crédits (crédit à la consommation, crédits immobiliers, etc) à des taux avantageux.

IV.6.1.5. Politique de rémunération :

La rémunération est l'un des moyens clé que la société Label Vie S.A. possède pour retenir ses meilleurs éléments et attirer de nouveaux candidats à rejoindre ses effectifs. La stratégie étant de faire trouver l'équilibre entre la satisfaction des demandes des employés et les budgets de l'organisation.

Ainsi, la politique de rémunération de Label Vie S.A. repose sur les objectifs suivants :

- ✓ Attirer et recruter des candidats répondant aux besoins de l'organisation ;
- ✓ Démontrer la reconnaissance aux employés en leur versant une rétribution juste ;
- ✓ Respecter l'équité interne ;
- ✓ Être compétitif par rapport au marché (équité externe) ;
- ✓ Contrôler les charges sociales liées à la masse salariale.

Le système de rémunération est composé d'une partie fixe et d'une partie variable pour l'ensemble du personnel dans le but de rémunérer la compétence et récompenser la performance. A titre d'exemple, les caissières bénéficient notamment d'indemnités de caisse en rémunération de la manipulation d'espèces rentrant dans le cadre de leur fonction.

Ce système est basé sur une grille de rémunération, élaborée en cohérence avec la stratégie de Label Vie S.A. et l'évolution du marché de l'emploi, qui définit la cartographie des emplois, ainsi que les tranches de salaire correspondantes.

Les effectifs du réseau bénéficient en outre d'un intéressement au chiffre d'affaires matérialisé par une prime variable.

IV.6.1.6. Politique de sécurité :

Le comité d'hygiène et de sécurité couvre notamment au sein de Label Vie S.A. tous les aspects concernant les mesures et les règles d'hygiène et de sécurité. De plus, deux médecins du travail ainsi qu'une assistante médicale interviennent au niveau de l'ensemble des sites à travers des visites programmées. Le but de ces visites étant de surveiller la santé du personnel et les conditions d'hygiène, et relever les anomalies qui font l'objet de rapport soumis au comité d'hygiène et sécurité pour la mise en place d'actions correctives et préventives appropriées.

Par ailleurs, Label Vie S.A. dispose d'un service médical au niveau du siège qui assure la visite médicale d'embauche ainsi que le suivi médical annuel de l'ensemble du personnel. En cas de maladie, la reprise n'est autorisée qu'après accord du médecin du travail.

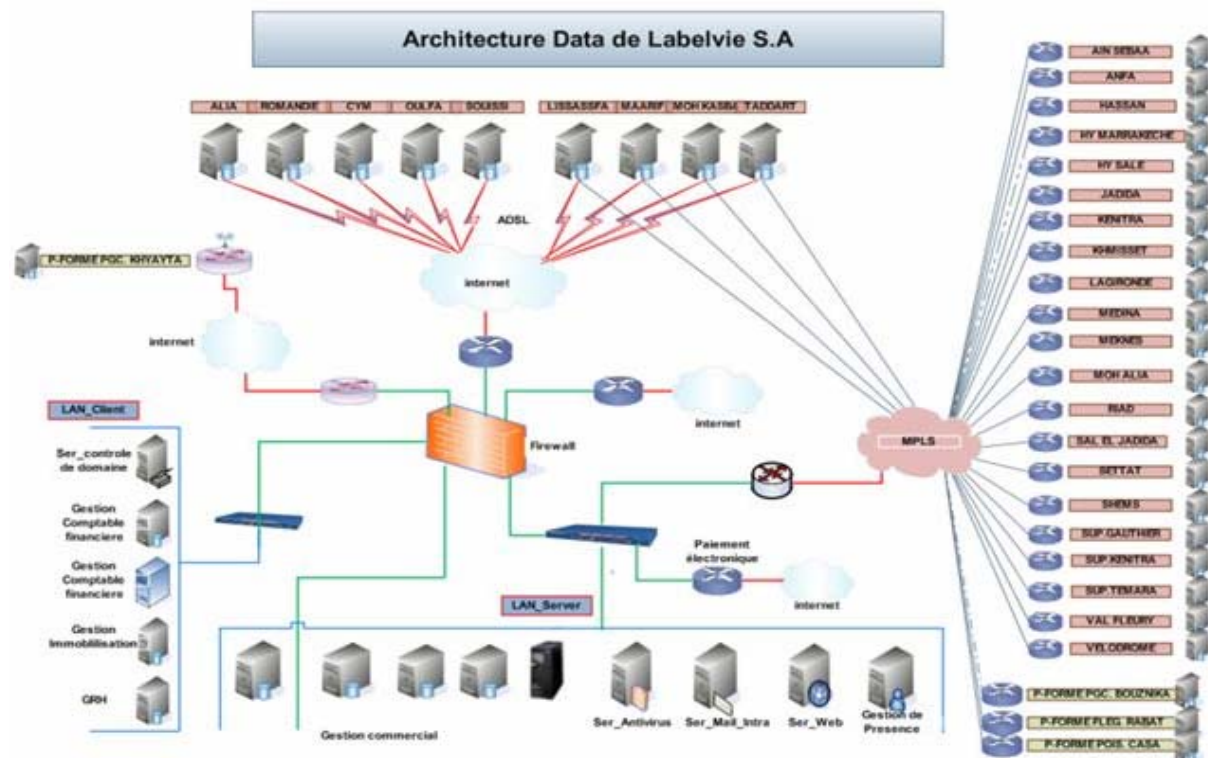
IV.6.2. Ressources techniques :

IV.6.2.1. Système d'information :

Architecture

La Direction des Systèmes d'Information emploie 37 personnes chargées d'exploiter, de maintenir et de développer un Système d'Information qui a été conçu pour répondre aux besoins des différentes directions opérationnelles, magasins et plateformes de la société Label'Vie S.A. Notons que le lancement de l'activité hypermarché a nécessité des développements en interne au niveau du système d'information pour quelques produits spécifiques tels que les produits de textile.

L'architecture technique du Système d'Information se présente comme suit :



Source : Label'Vie SA

L'architecture du système d'information est composée d'une plateforme centrale bâtie autour de plateformes dédiées par site comportant des systèmes d'encaissement, de pesage, de paiement électronique et de gestion d'entrepôts. Une dizaine de serveurs métier sont utilisés dont un serveur central reliant une plate-forme de production, un serveur de comptabilité et trésorerie et un serveur intranet. Ce dernier est protégé par un système de « Pare Feu ». Le serveur central est relié aux différents magasins et plates-formes via une connexion avec contrôle d'accès.

Les solutions retenues pour chaque besoin métier sont optimales et sont considérées comme des outils de référence dans leur domaine; à titre d'exemple Label'Vie SA a retenu pour sa gestion commerciale l'outil Gold utilisé par les plus grandes enseignes de la grande distribution dans le monde (Auchan, Carrefour, Casino, Leclerc ...).

Cette solution permet à la société Label Vie S.A de suivre en temps réel les mouvements de son stock, de gérer de manière optimale son niveau et son emplacement et de dresser de manière quotidienne des tableaux de bord exhaustifs sur les ventes. Ces tableaux sont véhiculés par un système Intranet reliant tous les sites de la société.

GOLD procure ainsi toutes les informations nécessaires au bon pilotage de tous les processus métiers de la société Label Vie S.A comme le décrit le schéma ci-dessus :



Couplé à des solutions d'encaissement de référence et à un outil de gestion d'entrepôt performant, la solution informatique adoptée par Label Vie SA offre des moyens de pilotage et de reporting sur tous les processus métier de la société.

Par ailleurs, les entités de support sont tout aussi bien dotées en outils de gestion informatique (ERP de Gestion Financière et Comptable, de Gestion des Ressources Humaines, de gestion Budgétaire ...). Ces outils constituent d'excellents moyens de structuration qui permettent d'aligner les processus de Label'Vie S.A avec les meilleurs standards internationaux.

Equipement informatique

Les équipements informatiques comprennent un serveur d'encaissement, un serveur de balance, un serveur TPE, 185 PC et plusieurs serveurs de production (plate-forme métier, plate-forme financière et plate-forme RH).

Sécurité informatique et contrat de maintenance

En terme de sécurité, le système d'information de la société Label Vie S.A. garantit la prise en charge de besoins informatiques évolutifs et assurant une forte sécurité en terme de continuité d'activité et de contrôle des accès. Il dispose à cet effet de :

- ✓ Un plan de continuité où chaque site est entièrement autonome « Stand-alone » pouvant faire face à une éventuelle « indisponibilité » du serveur central ;
- ✓ Un plan de sauvegarde quotidien ;
- ✓ Un système de « Back-up » du serveur central dans un site distant ;
- ✓ Une série d'onduleurs et un groupe électrogène dans chaque site pour protéger contre les coupures d'électricité ;
- ✓ Un réseau privé virtuel « VPN » sécurisant les liaisons entre siège, sites, et plates-formes ;
- ✓ Un seul point d'accès à Internet (ultra sécurisé).

Par ailleurs, la société Label Vie S.A. souscrit des contrats de maintenance directement auprès des éditeurs et constructeurs pour chaque matériel acquis. A l'exemple des systèmes d'encaissements qui, vu leur criticité, sont de deux types (deux fournisseurs différents) dans le but de diminuer la dépendance vis-à-vis d'un seul fournisseur.

IV.6.2.2. Moyens matériels :

La société Label Vie S.A., dont le siège à Rabat est en location, dispose des moyens matériels suivants (liste non exhaustive).

Matériel d'encaissement

- ✓ Une caisse centrale équipée d'un système d'exploitation dont la fonction est de consolider l'ensemble des encaissements, d'extraire les factures clients et de faire du reporting ;
- ✓ Des caisses enregistreuses équipées d'unités centrales liées au système d'exploitation, scanner, clavier, onduleur...et TPE pour l'encaissement des ventes ;
- ✓ Des coffres forts pour la sécurisation des fonds.

Matériel de gestion des produits frais

- ✓ Les chambres froides pour permettre le stockage des articles périssables dans le respect des normes de la chaîne de froid ;
- ✓ Les balances liées au système d'exploitation pour permettre la lecture de l'ensemble des références des produits frais ;
- ✓ Une machine de découpe pour la fromagerie, charcuterie, la poissonnerie et la boucherie ;
- ✓ Des bacs surgelés pour la présentation des produits surgelés ;
- ✓ Des îlots ou rayonnages frais pour la présentation des produits frais.

Matériel de manutention et d'inventaire

- ✓ Des quais de réceptions pour faciliter la manutention de la volumétrie reçue ;
- ✓ Des monte-charge ;

- ✓ Des clarcks ;
- ✓ Des transpalettes ;
- ✓ Des balances de pesage ;
- ✓ Des scanners d'inventaire.

Le matériel relatif à la manutention et à l'inventaire qui est disposé aux niveaux des plateformes est la propriété d'ID logistics.

Matériel clientèle

- ✓ Les caddies et paniers ;
- ✓ Les « check-out » ou porte caisses
- ✓ Les linéaires ;
- ✓ Les tapis roulants et les ascenseurs ;
- ✓ Climatisation.

IV.7. STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT DE LABEL'VIE SA

Dans le cadre de sa stratégie de développement, la société Label Vie S.A. s'est fixée comme objectif de devenir un acteur majeur dans le secteur de la grande distribution à travers une démarche qui se décline en quatre grands axes :

- Augmenter les volumes de vente ;
- Renforcer le concept LABEL'VIE ;
- Développer les hypermarchés Carrefour ;
- Optimiser l'organisation et les moyens.

IV.7.1. Augmentation des ventes :

Label'Vie SA a adopté une stratégie de développement soutenue dans l'objectif d'augmenter les ventes, qui sont passées de 813 Mdh en 2007 à 1 656 Mdh en 2009.

Cette stratégie consistait en i) l'ouverture de nouveaux points de vente Label Vie et Carrefour, ii) la rénovation et l'extension des magasins existants et ce afin d'étoffer son réseau de magasin et d'optimiser sa couverture du territoire.

En ligne avec cette stratégie, la société Label'Vie S.A. s'est fixée comme objectif de tripler les volumes de ventes consolidées entre 2010 et 2013, soit de passer de 2 407 Mdh fin 2010 à 6 950 Mdh fin 2013.

IV.7.2. Renforcement du concept Label'Vie :

La société Label'Vie S.A. a mis en place un véritable concept pouvant être dupliqué et déployé dans le cadre de sa stratégie de croissance. Le concept LABEL'VIE se fonde sur 2 objectifs :

- assurer un développement rapide et maîtrisé,
- créer une différenciation par rapport aux concurrents.

Pour assurer un développement rapide et maîtrisé, Label'Vie S.A. a procédé à une modélisation des assortiments par format et des positionnements prix par typologie de clientèle et environnement magasins (concurrence et attractivité). Les prix peuvent ainsi être différents d'un magasin à un autre.

Afin de se différencier de ses concurrents, Label'Vie S.A. a mis en place des services personnalisés en faveur de ses clients grâce notamment à sa politique de proximité, aux conseils à la vente, à l'accompagnement jusqu'au parking et à la livraison à domicile.

De plus, Label'Vie S.A. a basé sa stratégie de différenciation en accordant une place particulière aux produits frais :

- La superficie de vente dédiée aux produits frais peut atteindre jusqu'à 50% de la surface totale d'un magasin ;
- Les produits frais représentent 3000 références ;
- Les Produits du Marché sont minutieusement sélectionnés et triés ;
- Les produits frais importés sont sélectionnés chaque semaine.

IV.7.3. Développement des hypermarchés Carrefour:

L'activité hypermarché est une activité récente chez Label Vie SA puisque le premier Hypermarché Carrefour a ouvert courant 2009.

Afin d'assurer le développement de cette activité, Label vie SA a prévu un programme d'ouverture intéressant tout en capitalisant sur l'expérience de son partenaire Carrefour Partenariat International. Ainsi, la Société compte étoffer le nombre de magasin Carrefour pour le porter à 8 magasins d'ici 2013, soit deux ouvertures par an. Ces ouvertures concerneront dans un premier temps les villes de Fès, Tanger et Casablanca.

Afin de se différencier de ses concurrents sur le segment hypermarché, Label'Vie S.A. mise sur l'offre de produits large et variée qu'elle propose, notamment les produits sous marque de distributeur Carrefour. En effet, ces produits sont disponibles d'une manière exclusive au niveau des points de vente Label Vie et Carrefour et offrent l'avantage d'afficher des prix concurrentiels par rapport au marché du fait qu'ils bénéficient du pouvoir de négociation des plateformes internationales de Carrefour.

Ces produits sont catégorisés en plusieurs gammes:

- **PGC :**
 - Gamme n°1 : Produits entrée de gamme.
 - Gamme médium : avec les produits « Carrefour Discount ».
 - Gamme premium : avec les produits « Carrefour Bio », « Carrefour Sélection », et « reflet de France ».
- **Electroménager :**
 - Carrefour Home.
 - Carrefour Blue Sky.
- **Textile :**
 - Carrefour Tex.

IV.7.4. Optimisation de l'organisation et des moyens :

La stratégie de développement de Label'Vie S.A. s'est appuyée ces dernières années sur une optimisation et un renforcement de ses moyens à travers :

- une nouvelle organisation évolutive basée sur la création de nouvelles directions (direction études et développement, direction logistique et direction réseau supermarché) et un renforcement des fonctions existantes avec pour but de fluidifier les relations fonctionnelles et hiérarchiques entre les différentes entités ;
- une politique adaptée des ressources humaines avec le renforcement de l'encadrement et du rôle des managers, la capitalisation sur le savoir collectif, la constitution d'un cadre adapté de visibilité sur les perspectives d'évolution interne, la mise en place d'un système de recrutement pour attirer les forts potentiels et la rétribution des performances individuelles et collectives ;
- une sous-traitance de la fonction logistique auprès d'ID Logistics, optimisant ainsi la fonction logistique avec un fonctionnement des plates-formes 24h/24h, une centralisation du stockage des produits secs, une livraison quotidienne aux magasins et une gestion des stocks en flux tendus en l'étendant même aux produits non alimentaires ;

IV.7.5. Politique d'investissement

Sur la période 2007-2009, la politique d'investissement de Label'Vie SA a porté sur l'ouverture de nouveaux supermarchés et hypermarchés (à partir de 2009) dans différentes régions.

Les investissements effectués durant cette période sont détaillées comme suit :

- L'ouverture de 2 supermarchés en 2007, à Eljadida et Casablanca, offrant une surface de vente supplémentaire de 2 500m² ;
- L'ouverture de 5 supermarchés en 2008, à Casablanca, Mohammedia et Khémisset, créant une surface de vente supplémentaire de 6 300m² ;
- L'ouverture en 2009 de 8 supermarchés à Mohammedia, Casablanca, Rabat et Salé, et d'un hypermarché à Salé. Cet investissement a créé une surface de vente supplémentaire de 14 800m², et a fait ainsi passer la surface de ventes de 15 750 m² en 2007 à 36 850 m² en 2009.

Le premier semestre de l'exercice 2010 a par ailleurs été marqué par 3 événements importants. Il s'agit de :

- L'ouverture d'un hypermarché Carrefour : en avril 2010, un 2^{ème} point de vente Carrefour (6 000m²) a ouvert dans le centre commercial Al Mazar à Marrakech ;
- L'ouverture de 3 superettes Label'Vie : à Kenitra (500 m²), Témara (300 m²) et à Casablanca Gauthier (400 m²) ;
- L'ouverture d'un supermarché Label'Vie à Agadir d'une superficie de 1 500 m².

A fin juillet 2010, le réseau Label'Vie compte 32 magasins et une surface totale de vente de 45 550 m², dont :

- 30 supermarchés Label'Vie, totalisant une surface de vente de 34 050 m² ;
- 2 hypermarchés Carrefour, totalisant une surface de vente de 11 500 m².

IV.7.6. Politique de partenariat

L'exercice 2009 a été marqué par 2 événements importants. Il s'agit de :

- Partenariat avec le Groupe Carrefour : signé en 2009 et qui s'est matérialisé par l'ouverture d'un premier point de vente Carrefour Hypermarché en février 2009 ;
- L'externalisation de l'activité « Logistique » : au cours du mois de septembre 2009, Label'Vie SA a procédé à l'externalisation d'une partie de ses activités « Logistique » et l'a confiée à la société ID Logistics Maroc qui s'occupe également de la gestion des opérations d'entreposage ;

V. SITUATION FINANCIERE DE LABEL'VIE SA

V.1. RAPPEL DU PERIMETRE DE CONSOLIDATION DE LABEL'VIE SA

Les comptes analysés dans cette note d'information sont des comptes sociaux de Label Vie SA à l'exception de l'exercice 2008 où l'analyse porte aussi bien sur les comptes sociaux que les comptes consolidés. En effet, l'exercice 2008 a été marqué par l'acquisition des sociétés SUPER MARCHÉ SOUISSI SARL, LES ALCOOLS REUNIS SARL et BAB ZAERS COMMERCIAL SARL ce qui a entraîné la publication par Label Vie SA de comptes consolidés au titre de cet exercice.

En 2009, Label Vie SA a procédé à l'absorption des sociétés SUPER MARCHÉ SOUISSI SARL, LES ALCOOLS REUNIS SARL et BAB ZAERS COMMERCIAL SARL, sociétés abritant et gérant le point de vente Rabat Souissi « société SUPER MARCHÉ SOUISSI SARL ».

En outre, en février 2009, Label Vie SA a ouvert son premier point de vente hypermarché Carrefour à Salé dont l'exploitation s'est faite directement par Label Vie SA en 2009. Par conséquent, les comptes 2009 sont des comptes sociaux intégrant les performances du magasin Carrefour Salé.

V.2. ANALYSE DU COMPTE DES PRODUITS ET DES CHARGES

Le tableau ci-dessous détaille le Compte des produits et des charges de Label Vie SA sur la période 2007 - 2009 :

En Kdh	2007	2008	Var	2009	Var
Ventes de marchandises en l'état	813 419	1 023 702	25,9%	1 656 469	61,8%
Ventes des biens et services produits	56 242	117 181	>100%	179 923	53,5%
Chiffre d'affaires	869 662	1 140 883	31,2%	1 836 393	61,0%
Chiffre d'affaires consolidé	869 662	1 178 800	35,5%	1 836 393	55,8%
Quote part social du consolidé	100%	96,8%		100%	
Reprises d'exploitation	400	0	NA	1 527	NA
Produits d'exploitation I	870 062	1 140 883	31,1%	1 837 920	61,1%
Achats revendus de marchandises	714 487	902 649	26,3%	1 486 987	64,7%
Achats consommés de matières et fournitures	21 321	25 450	19,4%	47 414	86,3%
Autres charges externes	57 708	64 935	12,5%	96 442	48,5%
Impôts et taxes	1 810	2 408	33,1%	3 325	38,0%
Charges de personnel	45 212	58 969	30,4%	92 041	56,1%
Autres charges d'exploitation	0	34	NA	0	NA
Dotations d'exploitation	12 841	22 642	76,3%	37 242	64,5%
Charges d'exploitation II	853 378	1 077 087	26,2%	1 763 451	63,7%
Résultat d'exploitation I-II	16 683	63 796	282,4%	74 469	16,7%
Résultat d'exploitation consolidé	16 683	63 962	283,4%	74 469	16,4%
Quote part social du consolidé	100%	99,7%		100%	
Produit des titres de participations et autres titres immobilisés	0	0	NA	8 923	NA
Gains de change	6	113	>100%	152	35,2%
Intérêts et autres produits financiers	1 238	6 131	>100%	9 368	52,8%
Reprises financières, transferts de charges	0	0	NA	65	NA
Produits financiers III	1 244	6 244	NS	18 508	>100%
Charges d'intérêts	4 567	6 306	38,1%	13 645	>100%
Pertes de change	223	20	-90,9%	256	>100%
Autres charges financières	0	14	NA	0	NA
Dotations financières	0	5 443	NA	9 821	80,4%
Charges financières IV	4 790	11 784	>100%	23 722	>100%
Résultat Financier (III-IV)	-3 546	-5 540	-56,2%	-5 213	-5,9%
Résultat Financier consolidé	-3 546	-5 778	-62,9%	-5 213	-9,8%
Quote part social du consolidé	100%	95,9%		100%	
Résultat Courant	13 138	58 257	>100%	69 256	18,9%
Résultat Courant consolidé	13 138	58 184	>100%	69 256	19,0%
Quote part social du consolidé	100%	100,1%		100%	
Produit des cessions d'immobilisation	10 549	0	NA	62 754	NA
Autres produits non courants	0	196	NA	598	>100%
Produits Non Courants	10 549	196	-98,1%	63 352	NS
Val. nettes d'amortissement des immobilisations cédées	9 006	0	NA	37 689	NA
Autres charges non courantes	947	85	-91,1%	409	NS
Dotations non courantes aux amortissements et provisions	0	600	NA	1 300	>100%
Charges Non Courantes	9 954	685	-93,1%	39 398	NS
Résultat Non Courant	595	-489	>100%	23 953	NS
Résultat Non Courant consolidé	595	-1 019	>100%	23 953	NS
Quote part social du consolidé	100%	48,0%		100%	
Résultat Avant Impôts	13 733	57 768	>100%	93 209	61,4%
Résultat Avant Impôts consolidés	13 733	57 165	>100%	93 209	63,1%
Quote part social du consolidé	100%	101,1%		100%	
Impôts sur les résultats	5 339	14 981	>100%	14 191	-5,3%
Impôts sur les résultats consolidés	5 339	15 400	>100%	14 191	-7,9%

Quote part social du consolidé	100%	97,3%		100%	
Résultat Net	8 393	42 787	NS	79 018	84,7%
Résultat Net consolidé	8 393	41 765	NS	79 018	89,2%
Quote part social du consolidé	100%	102,4%		100%	

Source : Label'Vie SA

V.2.1. Chiffres d'affaires :

En Kdh	2007	2008	Var	2009	Var
Ventes de marchandises en l'état	813 419	1 023 702	25,9%	1 656 469	61,8%
<i>En % du CA</i>	<i>93,53%</i>	<i>89,73%</i>	<i>3,80%</i>	<i>90,20%</i>	<i>0,47%</i>
Ventes des biens et services produits	56 242	117 181	>100%	179 923	53,5%
<i>En % du CA</i>	<i>6,5%</i>	<i>10,3%</i>	<i>3,8%</i>	<i>9,8%</i>	<i>-0,5%</i>
Chiffre d'affaires	869 662	1 140 883	31,2%	1 836 393	61,0%
Chiffre d'affaires consolidé	869 662	1 178 800	35,5%	1 836 393	55,8%
Quote social du consolidé	100%	96,8%		100%	

Source : Label'Vie SA

Le chiffre d'affaires de Label Vie S.A. est principalement composé des ventes de marchandises en l'état correspondant aux ventes directes en magasins. Le reliquat est généré par les ventes des prestations de services qui comprennent notamment les locations d'espace au sein même des magasins, les droits d'entrée et les loyers des galeries commerciales, et la marge arrière réalisée sur les achats de marchandises.

Le chiffre d'affaires de Label Vie S.A. a enregistré une progression annuelle moyenne de 45% sur la période 2007-2009, passant de 870 Mdh à 1 836 Mdh. Cette évolution s'explique par :

- L'ouverture et l'acquisition de nouveaux points de vente dans plusieurs régions du Royaume. Label vie SA compte à fin 2009 27 magasins, dont 1 hypermarché Carrefour, contre 13 magasins Label Vie en 2007 ;
- L'évolution des ventes à périmètre constant induite par une politique de fidélisation des clients existants et par une stratégie d'attractivité de nouveaux clients.
- L'amélioration des ventes de biens et services produits et l'amélioration de la marge arrière.

♦ Chiffre d'affaires à fin 2008 :

Les ventes de marchandises en l'état se sont établies à 1 023 Mdh contre 813 Mdh en 2007, soit une progression de 210 Mdh (26%). Cette évolution s'explique par :

- L'augmentation des ventes à périmètre constant : le périmètre constant désigne les points de vente existants avant le 31/12/2007. Ces points de vente ont réalisé une progression de 12% par rapport à 2007 soit près de 90 Mdh de ventes additionnelles en 2008. Cette progression s'explique par la politique de fidélisation de la clientèle existante et d'attraction d'une nouvelle clientèle attirée par la qualité du service et des prix compétitifs
- L'augmentation des ventes des magasins ouverts en 2007 : Ces points de vente n'avaient en effet enregistré qu'un volume des ventes partiel en 2007 du fait de leurs ouvertures en cours d'année. L'année 2008 a par contre constitué une exploitation totale de ces magasins (12 mois), entraînant ainsi une hausse importante des volumes vendus. Il s'agit notamment des magasins Label Vie El Jadida et Label Vie Quartier des Hôpitaux qui ont contribué pour près de 55 Mdh dans l'augmentation des ventes de Label Vie SA.
- La contribution des ventes réalisées par les magasins ouverts en 2008. Il s'agit notamment des points de ventes de Casablanca Lissasfa, Mohammedia, Casablanca Maârif, Khemisset

et Casablanca Taddart qui ont contribué pour près de 65 Mdh dans l'augmentation des ventes de Label Vie SA. Rappelons par ailleurs que la surface de vente a évolué du fait de ces nouvelles ouvertures passant de 15 750 m² en 2007 à 22 050 m² en 2008.

S'agissant des ventes de prestations de services, celles-ci ont enregistré une progression de 108% passant de 56 Mdh en 2007 à 117 Mdh en 2008. De plus, rapporté au chiffre d'affaires total de Label Vie SA, la vente de prestations de services passe de 7% à 10%. Cette évolution s'explique par l'augmentation de la marge arrière, elle-même due à (aux):

- La coopération commerciale, compte tenu de la forte capacité de négociation et de l'augmentation des volumes d'activité, conséquence de l'amélioration des performances par magasin et de l'ouverture de nouveaux points de vente ;
- Droits supplémentaires facturés suite aux ouvertures des nouveaux magasins ;
- Droits perçus dans le cadre de la commercialisation de boutiques dans les galeries commerciales.

S'agissant du chiffre d'affaires consolidé, celui-ci a atteint 1179 Mdh augmenté par le chiffre d'affaire du point de vente Rabat Souissi qui s'est établi à 38 Mdh.

◆ Chiffre d'affaires à fin 2009 :

En 2009, les ventes de marchandises en l'état de la société ont progressé de 62% en passant de 1 024 Mdh à 1 656 Mdh, grâce :

- l'augmentation des ventes à périmètre constant : le périmètre constant désigne les points de vente existants avant le 31/12/2008. Ces points de vente ont réalisé en 2009 une progression de leur volume des ventes de près de 7,6% par rapport à 2008, soit plus de 73 Mdh de ventes supplémentaires. Cette progression est due à la fidélisation de la clientèle et l'attraction d'une nouvelle clientèle attirée par la qualité du service et des prix
- L'augmentation des ventes des magasins ouverts en 2008 : Ces points de vente n'avaient en effet enregistré qu'un volume des ventes partiel en 2008 du fait de leurs ouvertures en cours d'année. L'année 2009 a par contre constitué une exploitation totale de ces magasins (12 mois), entraînant ainsi une hausse importante des volumes vendus. Il s'agit notamment des magasins Label Vie Khémisset, Label Vie Casablanca Lissasfa, Label Vie Mohammedia Kasbah, Label Vie Casablanca Maarif et Label Vie Casablanca Taddart qui ont contribué pour près de 137 Mdh dans l'augmentation des ventes de Label Vie SA
- à l'ouverture de nouveaux magasins : Ces nouveaux points de vente ont réalisé 422 Mdh de ventes en 2009. Il s'agit notamment de (s) :
 - Magasins Label Vie : Casablanca Oulfa, Casablanca Yacoub Al Mansour, Rabat Souissi, Mohammedia Alia, Sala El Jadida, Casablanca Val Fleury, Casablanca Romandie II et Casablanca Ain Sebaa. La contribution de ces magasins dans le volume global des ventes des supermarchés est de l'ordre de 11%;
 - Hypermarché Carrefour : ouverture du 1^{er} hypermarché Carrefour à Salé en février 2009;
- à la politique de prix promotionnels appliqués pendant les périodes de fête et lors des ouvertures de nouveaux points de ventes.

S'agissant des ventes de prestations de services, celles-ci ont atteint 180 Mdh en 2009 contre 117 Mdh en 2008, essentiellement grâce à :

- la coopération commerciale, compte tenu d'une plus forte capacité de négociation et de l'augmentation des volumes d'activité, conséquence de l'amélioration des performances par magasin et de l'ouverture de nouveaux points de ventes ;
- les droits supplémentaires facturés suite aux ouvertures des nouveaux magasins ;
- les droits perçus dans le cadre de la commercialisation de boutiques dans les galeries commerciales et le produit des loyers facturés.

V.2.2.Charges d'exploitation :

En Kdh	2007	2008	Var	2009	Var
Chiffre d'affaires	869 662	1 140 883	31,2%	1 836 393	61,0%
Chiffre d'affaires consolidé	869 662	1 178 800	35,5%	1 836 393	55,8%
Achats revendus de marchandises	714 487	902 649	26,3%	1 486 987	64,7%
Achats consommés de matières et fournitures	21 321	25 450	19,4%	47 414	86,3%
Autres charges externes	57 708	64 935	12,5%	96 442	48,5%
Impôts et taxes	1 810	2 408	33,1%	3 325	38,0%
Charges de personnel	45 212	58 969	30,4%	92 041	56,1%
Autres charges d'exploitation	0	34	NA	0	NA
Dotations d'exploitation	12 841	22 642	76,3%	37 242	64,5%
Charges d'exploitation	853 378	1 077 087	26,2%	1 763 451	63,7%
<i>En % du CA</i>	<i>98,1%</i>	<i>94,4%</i>	<i>-3,7 pts</i>	<i>96,0%</i>	<i>+1,6 pts</i>
Charges d'exploitation consolidées	853 378	1 114 838	30,6%	1 763 451	58,2%

Source : Label'Vie SA

Les charges d'exploitation de Label'Vie S.A. ont enregistré un TCAM de 44% entre 2007 et 2009 passant de 853 Mdh à 1763 Mdh.

En % du chiffre d'affaires, les charges d'exploitation passent de 98,1% à 94,4% en 2008. En 2009, ce ratio augmente légèrement et passe à 96%.

Cette augmentation provient essentiellement de l'augmentation du poids des achats revendus de marchandises.

♦ Charges d'exploitation à fin 2008 :

Les charges d'exploitation ont progressé de 26% en 2008 passant de 853 Mdh à 1077 Mdh, principalement suite à l'évolution des achats revendus de marchandises qui passent de 714 Mdh à 903 Mdh, en ligne avec l'évolution de l'activité de Label'Vie SA.

Rapportées au chiffre d'affaires, les charges d'exploitation hors achats revendus de marchandises, passent de 16% en 2007 à 15% en 2008. Cette baisse s'explique par :

- les économies d'échelles réalisées du fait de l'augmentation des volumes d'activité de la Société (Cf. analyse des charges d'exploitation par nature des sites d'exploitation) ;
- la bonne maîtrise des charges variables aux niveaux des magasins Label Vie ;
- La diminution de certaines charges fixes, notamment les charges de leasing suite aux rachats de certains contrats au cours de l'exercice 2007.

Les charges d'exploitation consolidées se sont établies au titre de 2008 à 1115 Mdh principalement en raison de la comptabilisation des charges liées au point de vente Supermarché Souissi courant cet exercice.

♦ Charges d'exploitation à fin 2009 :

Les charges d'exploitation de Label Vie SA ont progressé de 64% en 2009 passant de 1 077 Mdh en 2008 à 1763 Mdh, principalement suite à l'évolution des achats revendus de marchandise qui passent de 903 Mdh à 1 487 Mdh. Toutefois, rapportées au chiffre d'affaires, les charges d'exploitation hors achats revendus de marchandises passent de 15,3% en 2008 à 15,1% en 2009. Cette baisse s'explique par :

- Des économies d'échelles réalisées du fait de l'augmentation des volumes d'activité de la société, notamment au niveau du siège et de la logistique, qui sont passés respectivement de 6,4% du CA en 2008 à 5% en 2009 ;
- Une politique d'optimisation et un suivi de plus en plus pointu des charges variables au niveau des magasins ;
- La diminution de certaines charges fixes (notamment les charges de leasing qui sont passés de 0,9% à 0,5% des ventes).

▪ **Structure des charges d'exploitation :**

Les charges d'exploitation sont essentiellement composées des « achats revendus de marchandises », des « achats consommés de matières et fournitures », des « charges de personnel », des « dotations d'exploitation » et des « autres charges externes ».

Les achats consommés regroupent :

- les achats de matières, fournitures, consommables et emballage (essentiellement les emballages et sachets plastiques proposés dans les magasins) ;
- les achats non stockés de matières et fournitures (essentiellement les charges d'électricité et d'eau) ;
- les achats de travaux, études et prestations de service notamment les prestations d'archivage, transport de fonds, de surveillance, et de gardiennage.

Les achats consommés de matières et fournitures représentent 2,6% du chiffre d'affaires en 2009 contre 2,2% du chiffre d'affaires en 2008. Cette progression s'explique principalement par l'augmentation des « achats des prestations de surveillance et de gardiennage » suite au renforcement de la sécurité des ouvertures en 2009 notamment l'ouverture de Carrefour Salé et aux « achats de fournitures consommables » en conséquence de l'entrée en vigueur du rayon pâtisserie, boulangerie et traiteur.

Les charges de personnel augmentent de 30,4% en 2008 et de 56% en 2009.

Cette augmentation est due aux recrutements effectués afin de pallier au besoin en ressources, en raison des ouvertures de magasins effectués en 2007, 2008 et 2009. A noter qu'entre 2007 et 2009, l'effectif de Label'Vie SA est passé de 870 à 1 654 employés.

Les dotations d'exploitation augmentent de 76% en 2008 et de 65% en 2009 pour s'établir à 22,6 Mdh et 37,2 Mdh respectivement.

Les autres charges externes sont constituées de :

- Redevances de crédit-bail, principalement des redevances leasing du matériel financé en leasing ;
- Charges locatives relatives à la location de certains locaux de magasins et du siège ;
- Charges d'entretien relatives à des charges de nettoyage et d'hygiène ;

L'analyse de cette rubrique entre 2007 et 2009 fait ressortir des gains en économie d'échelle liés à l'augmentation des volumes des ventes sur la période grâce aux différentes ouvertures de magasins et aux performances réalisées par les magasins historiques. En effet, le poids des charges locatives et des redevances en crédit bail par rapport au chiffre d'affaires baisse sur la période analysée passant, respectivement de 1,3% du Chiffre d'affaires en 2007 à 0,9% du chiffre d'affaires en 2009 et de 1,6% du chiffre d'affaires en 2007 à 0,5% du chiffre d'affaires en

2009. Sur la période 2007-2009, les charges locatives augmentent en moyenne de 23% annuellement afin de répondre aux besoins de la société en terme d'expansion.

La ventilation des autres charges externes est comme suit :

En Kdh	2007	2008	Var	2009	Var
Chiffre d'affaires social	869 662	1 140 883	31,2%	1 836 393	61,0%
Chiffre d'affaires consolidé	869 662	1 178 800	35,5%	1 836 393	55,8%
Charges d'exploitation sociales	853 378	1 077 087	26,2%	1 763 451	63,7%
<i>Dont autres charges externes</i>	<i>57 708</i>	<i>64 935</i>	<i>12,5%</i>	<i>96 442</i>	<i>48,5%</i>
Locations et charges locatives	10 968	13 207	20,40%	16 585	25,60%
<i>En % du CA</i>	<i>1,3%</i>	<i>1,2%</i>	<i>-0,1pts</i>	<i>0,9%</i>	<i>-0,3pts</i>
Redevances de Crédit – Bail	13 914	9 822	-29,4%	8 626	-12,2%
<i>En % du CA</i>	<i>1,6%</i>	<i>0,9%</i>	<i>-0,7pts</i>	<i>0,5%</i>	<i>-0,4pts</i>
Entretien et réparation	6 294	7 117	13,1%	9 414	32,3%
<i>En % du CA</i>	<i>0,7%</i>	<i>0,6%</i>	<i>-0,1pts</i>	<i>0,5%</i>	<i>-0,1pts</i>
Primes d'assurances	493	674	36,7%	936	38,8%
<i>En % du CA</i>	<i>0,1%</i>	<i>0,1%</i>	<i>-</i>	<i>0,1%</i>	<i>-</i>
Rémunérations d'intermédiaires et honoraires	681	560	-17,8%	785	40,2%
<i>En % du CA</i>	<i>0,1%</i>	<i>0,0%</i>	<i>-0,1pts</i>	<i>0,0%</i>	<i>-</i>
Transports	5 807	7 039	21,2%	10 282	46,1%
<i>En % du CA</i>	<i>0,7%</i>	<i>0,6%</i>	<i>-0,1pts</i>	<i>0,6%</i>	<i>-</i>
Déplacements, Missions et Réceptions	6 820	8 717	27,80%	13 673	56,90%
<i>En % du CA</i>	<i>0,8%</i>	<i>0,8%</i>	<i>-</i>	<i>0,7%</i>	<i>-</i>
Reste du poste « Autres charges externes »	12 703	17 798	40,1%	36 142	103,0%
<i>En % du CA</i>	<i>1,5%</i>	<i>1,6%</i>	<i>0,1pts</i>	<i>2,0%</i>	<i>0,1pts</i>
Charges d'exploitation consolidées	853 378	1 114 838	30,6%	1 763 451	58,2%

Source : Label'Vie SA

La rubrique « Reste » du poste « Autres charges externes » regroupe les charges de Marketing, les droits de franchise versés à Carrefour, les frais de téléphone et les frais sur services bancaires et autres honoraires.

Les frais de marketing et de franchise représentent une grande partie du reste des autres charges externes, plus de 65% au titre de l'exercice 2009.

▪ Evolution des charges d'exploitation:

Le tableau ci-dessous détaille l'évolution des charges d'exploitation par nature de site d'exploitation sur la période 2007-2009 :

En Kdh	Magasins			Siège et plateforme		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Charges d'exploitation	787 232	1 002 044	1 673 069	66 146	75 009	90 381
<i>Var</i>	<i>-</i>	<i>27,3%</i>	<i>67,0%</i>	<i>-</i>	<i>13,4%</i>	<i>20,5%</i>
<i>En % du CA</i>	<i>90,5%</i>	<i>87,8%</i>	<i>91,1%</i>	<i>7,6%</i>	<i>6,6%</i>	<i>4,9%</i>
Achats revendus de marchandises	714 486	902 649	1 486 987	-	-	-
<i>Var</i>	<i>-</i>	<i>26,3%</i>	<i>64,7%</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>-</i>
<i>En % du CA</i>	<i>82,1%</i>	<i>79,1%</i>	<i>81,0%</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>-</i>
Achats consommés	18 290	20 320	40 025	3 031	5 131	7 389
<i>Var</i>	<i>-</i>	<i>11,1%</i>	<i>97,0%</i>	<i>-</i>	<i>69,3%</i>	<i>44,0%</i>
<i>En % du CA</i>	<i>2,1%</i>	<i>1,8%</i>	<i>2,2%</i>	<i>0,3%</i>	<i>0,4%</i>	<i>0,4%</i>
Autres charges externes	27 528	31 521	57 694	30 180	33 414	38 749
<i>Var</i>	<i>-</i>	<i>14,5%</i>	<i>83,0%</i>	<i>-</i>	<i>10,7%</i>	<i>16,0%</i>
<i>En % du CA</i>	<i>3,2%</i>	<i>2,8%</i>	<i>3,1%</i>	<i>3,5%</i>	<i>2,9%</i>	<i>2,1%</i>

Impôts et taxes	1 301	1 539	2 904	509	869	421
Var	-	18,3%	88,7%	-	70,7%	-51,6%
En % du CA	0,1%	0,1%	0,2%	ns	0,1%	0,0%
Charges de personnel	25 627	30 935	56 766	19 585	28 034	35 275
Var	-	20,7%	83,5%	-	43,1%	25,8%
En % du CA	2,9%	2,7%	3,1%	2,3%	2,5%	1,9%
Dotations d'exploitation	-	15 080	28 695	12 841	7 562	8 547
Var	-	-	90,3%	-	-41,1%	13,0%
En % du CA	-	1,3%	1,6%	1,5%	0,7%	0,5%
Chiffres D'affaires	869 662	1 140 883	1 836 393	869 662	1 140 883	1 836 393

Source : Label Vie SA

L'essentiel des charges d'exploitations de Label Vie SA, soit plus de 90% de l'ensemble des charges d'exploitation en 2009 est concentré au niveau des points de ventes.

La ventilation des autres charges externes « siège et plateforme » se présente comme suit :

Siège et plateforme	2007	2008	2009
Chiffre d'affaires	869 662	1 140 883	1 836 393
Autres charges externes	30 180	33 415	38 748
En % du CA	3,5%	2,9%	2,1%
Locations et charges locatives	4 734	4 936	5 524
En % du CA	0,5%	0,4%	0,3%
Redevances de Crédit – Bail	2 642	2 001	1 956
En % du CA	0,3%	0,2%	0,1%
Entretien et réparation	1 594	1 717	1 516
En % du CA	0,2%	0,2%	0,1%
Primes d'assurances	264	673	393
En % du CA	0,0%	0,1%	0,0%
Rémunérations d'intermédiaires et honoraires	441	526	740
En % du CA	0,1%	0,0%	0,0%
Transports	5 807	6 863	9 786
En % du CA	0,7%	0,6%	0,5%
Déplacements, Missions et Réceptions	4 206	4 995	5 735
En % du CA	0,5%	0,4%	0,3%
Reste du poste « Autres charges externes »	10 491	11 704	13 098
En % du CA	1,2%	1,0%	0,7%

Source : Label Vie SA

L'analyse de ces charges par nature de site d'exploitation (Magasins, « siège & plateforme »), fait ressortir les gains en économie d'échelle liés à l'expansion du réseau de distribution grâce aux ouvertures de nouveaux magasins, ainsi qu'aux réaménagements d'anciens points de vente entre 2007 et 2009.

En effet, rapportées au chiffre d'affaires :

- les charges d'exploitation au niveau du siège et des plateformes ont continuellement baissé entre 2007 et 2009 passant de 7,6% à 4,9% du chiffre d'affaires en 2009. Ces charges ont toutefois progressé en valeur de 13,4% entre 2007 et 2008, puis de 20,5% entre 2008 et 2009, du fait de l'accroissement de l'activité Label Vie SA;
- Les autres charges externes, au niveau du siège et des plateformes, sont passées de 3,5% du chiffre d'affaires en 2007 à 2,1% en 2009.
- les achats consommés sont passés, au niveau du siège et plateformes, de 0,3% en 2007 à 0,4% en 2009 du chiffre d'affaires. Les années 2008 et 2009 ont toutefois été marquées par

l'importante progression en valeurs des achats du siège et des plates-formes suite à l'augmentation du volume d'activité.

V.2.3. Résultat d'exploitation :

Le tableau ci-dessous détaille l'évolution du résultat d'exploitation entre 2007 et 2009 :

En Kdh	2007	2008	Var	2009	Var
Produits d'exploitation	870 062	1 140 883	31,1%	1 837 920	61,1%
Charges d'exploitation	853 378	1 077 087	26,2%	1 763 451	63,7%
Résultat d'exploitation	16 683	63 796	>100%	74 469	16,7%
<i>En % du CA</i>	<i>1,9%</i>	<i>5,6%</i>	<i>3,7%</i>	<i>4,1%</i>	<i>-1,5%</i>
Résultat d'exploitation consolidé	16 683	63 962	>100%	74 469	16,4%
Quote part social du consolidé	100%	99,7%		100%	

Source : Label'Vie SA

◆ Résultat d'exploitation à fin 2008 :

Le résultat d'exploitation a enregistré une importante évolution en 2008, passant de 17 Mdh à 64 Mdh. Cette croissance s'explique par l'augmentation des marges d'exploitation qui sont passées de 18% en 2007 à 21% en 2008, les économies d'échelles réalisées sur les charges d'exploitation hors achats revendus de marchandises qui sont passées de 16,0% à 15,3% du chiffre d'affaires en 2008 et l'importante évolution du chiffre d'affaires (31%).

S'agissant du résultat d'exploitation consolidé, celui-ci s'est établi à 64 Mdh.

◆ Résultat d'exploitation à fin 2009 :

Le résultat d'exploitation a atteint 74 Mdh en 2009 en progression de 17% par rapport à 2008. Cette évolution s'explique par l'importante progression du chiffre d'affaires (61%) due aux programmes d'ouverture soutenus réalisés par Label Vie SA courant 2009, principalement l'ouverture de Carrefour Salé, et par les économies d'échelles réalisées sur les charges d'exploitation hors achats revendus de marchandises qui sont passées de 15,3% à 15,1% du chiffre d'affaires.

V.2.4. Résultat Financier :

Le tableau ci-dessous détaille l'évolution du résultat financier entre 2007 et 2009 :

En Kdh	2007	2008	Var	2009	Var
Produit des titres de participations et autres titres immobilisés	0	0	NA	8 923	NA
Gains de change	6	113	>100%	152	35,2%
Intérêts et autres produits financiers	1 238	6 131	>100%	9 368	52,8%
Reprises financières, transferts de charges	0	0	NA	65	NA
Produits financiers	1 244	6 244	>100%	18 508	>100%
Charges d'intérêts	4 567	6 306	38,1%	13 645	>100%
Pertes de change	223	20	-90,9%	256	NS
Autres charges financières	0	14	NA	0	NA
Dotations financières	0	5 443	NA	9 821	80,4%
Charges financières	4 790	11 784	>100%	23 722	>100%
Résultat financier	-3 546	-5 540	-56,2%	-5 213	-5,9%
Résultat financier consolidé	-3 546	-5 778	-62,9%	-5 213	-9,8%
Quote part social du consolidé	100%	95,9%		100%	

Source : Label'Vie SA

◆ Résultat financier à fin 2008 :

Le résultat financier de Label Vie SA est passé de -3,5 Mdh en 2007 à -5,5 Mdh en 2008. Cette évolution s'explique principalement par :

- l'enregistrement par Label Vie SA de produits financiers relatifs à des placements de ses excédents de trésorerie (6 Mdh) ; et
- l'augmentation des charges d'intérêt relatives aux investissements liés aux ouvertures de nouveaux magasins financés par crédit moyen terme, ainsi que l'augmentation des dotations financières concernant la dépréciation de titres détenus à fin 31/12/2008.

Le résultat financier consolidé a pour sa part atteint près de -5,8 Mdh en raison des charges financières liées à une ligne de financement (CMT) accordée au point de vente Souissi Rabat, laquelle ligne est arrivée à échéance à la fin du premier trimestre 2009 et aux agios échelles d'intérêts.

◆ **Résultat financier à fin 2009 :**

Le résultat financier est passé de -5,5 MDh à -5,2 MDh, en amélioration de 6%. Cette progression du résultat financier est due à l'effet combiné de :

- la constatation du boni de fusion de 8,9 Mdh suite à la fusion des sociétés « Supermarché Souissi », « Bab Zaërs » et « les alcools réunis » et l'enregistrement par Label Vie SA de produits financiers relatifs à des placements de ses excédents de trésorerie (9 Mdh) ;

- l'augmentation des charges financières qui comprennent essentiellement les charges d'intérêt relatifs aux investissements liés aux nouveaux magasins et les dotations financières relatives à la dépréciation des titres détenus au 31/12/2009.

V.2.5. Résultat non courant :

Le tableau ci-dessous détaille l'évolution du résultat non courant entre 2007 et 2009 :

En Kdh	2007	2008	Var	2009	Var
Produit des cessions d'immobilisation	10 549	0	NA	62 754	NA
Autres produits non courants	0	196	NA	598	205,7%
Produits Non Courants	10 549	196	-98,1%	63 352	NS
Valeur nette d'amortissement des immobilisations cédées	9 006	0	NA	37 689	NA
Autres charges non courantes	947	85	-91,1%	409	NS
Dotations non courantes aux amortissements et provisions	0	600	NA	1 300	116,7%
Charges Non Courantes	9 954	685	-93,1%	39 398	NS
Résultat Non Courant	595	-489	-182,2%	23 953	NS
Résultat Non Courant consolidé	595	-1 019	-271,2%	23 953²⁶	NS
Quote part social du consolidé	100%	48,0%		100%	

Source : Label Vie SA

◆ **Résultat non courant à fin 2008 :**

Le résultat non courant de la société a diminué pour s'établir à -489 Kdh contre 595 Kdh en 2007.

Les produits non courants sont dus à la cession de la galerie d'El Jadida à FCE Jad en 2007. En 2008, ces produits sont constitués de remboursements de la part de l'OFPPT.

²⁶ Non retraité des opérations de cession de fonds de commerce de Carrefour Salé à HLV SAS d'un montant de 10 Mdh, ni de la cession d'immobilisations d'un montant de près de 33 Mdh.

Les charges non courantes de la société se composent principalement de dotations non courantes aux amortissements et provisions relatives à des litiges sociaux (avec d'anciens salariés) et commerciaux (avec certains fournisseurs sur des aspects administratifs et commerciaux) ayant poussé la société à provisionner 100 Kdh et 500 Kdh respectivement.

S'agissant du résultat non courant consolidé, celui-ci a atteint -1 019 Kdh en raison de l'intégration de 530 Kdh relatives aux charges non courantes de la filiale SMS. Ces charges correspondent à des pertes sur créances devenues irrécouvrables ainsi que des pertes sur stock devenu obsolète et détérioré.

◆ **Résultat non courant à fin 2009 :**

Le résultat non courant augmente en 2009 pour s'établir à 24 Mdh. Cette augmentation est due à la constatation de produits des cessions d'immobilisations de l'ordre de 62,8 Mdh suite i) à la réalisation par Label Vie SA d'une opération de lease - back immobilier sur le site de Kénitra d'un montant de 19,3 Mdh, ce qui a généré une plus value nette de plus de 14 Mdh, ii) à la cession du fonds de commerce de Carrefour Salé à la société HLV, filiale de Label Vie SA, d'un montant de 10 Mdh et iii) à la cession d'immobilisation pour HLV pour un montant de près 33 Mdh.

Les dotations non courantes aux amortissements et provisions en 2009 s'élèvent à 1,3 Mdh et sont dues à un contrôle fiscal en cours sur le point de vente supermarché Souissi.

V.2.6. Résultat net :

Le tableau ci-dessous détaille l'évolution du résultat net entre 2007 et 2009 :

En Kdh	2007	2008	Var	2009	Var
Résultat d'exploitation	16 683	63 796	>100%	74 469	16,7%
Résultat d'exploitation consolidé	16 683	63 962	>100%	74 469	16,4%
Quote part social du consolidé	100%	99,7%		100%	
Résultat Financier	-3 546	-5 540	-56,2%	-5 213	-5,9%
Résultat Financier consolidé	-3 546	-5 778	-62,9%	-5 213	-9,8%
Quote part social du consolidé	100%	95,9%		100%	
Résultat Courant	13 138	58 257	>100%	69 256	18,9%
Résultat Courant consolidé	13 138	58 184	>100%	69 256	19,0%
Quote part social du consolidé	100%	100,1%		100%	
Résultat Non Courant	595	-489	<-100%	23 953	NS
Résultat Non Courant consolidé	595	-1 019	<-100%	23 953	NS
Quote part social du consolidé	100%	48,0%		100%	
Résultat Avant Impôts	13 733	57 768	>100%	93 209	61,4%
Résultat Avant Impôts consolidé	13 733	57 165	>100%	93 209	63,1%
Quote part social du consolidé	100%	101,1%		100%	
Impôts sur les résultats	5 339	14 981	>100%	14 191	-5,3%
Impôts sur les résultats consolidés	5 339	15 400	>100%	14 191	-7,9%
Quote part social du consolidé	100%	97,3%		100%	
Résultat Net	8 393	42 787	NS	79 018	84,7%
Résultat Net consolidé	8 393	41 765	NS	79 018²⁷	89,2%
Quote part social du consolidé	100%	102,4%		100%	

Source : Label Vie SA

◆ **Résultat net à fin 2008 :**

Le résultat net de la société passe de 8 Mdh en 2007 à 43 Mdh en 2008 suite à l'importante augmentation du chiffre d'affaires et à la maîtrise des charges d'exploitation.

²⁷ Non retraité des opérations de cession de fonds de commerce de Carrefour Salé à HLV SAS d'un montant de 10 Mdh, ni de la cession d'immobilisations d'un montant de près de 33 Mdh

Le résultat net consolidé de Label Vie SA s'est établi à 41,7 Mdh en 2008.

◆ **Résultat net à fin 2009 :**

Le résultat net de Label Vie SA s'est établi à 79 Mdh en progression de 85% par rapport à 2008. Cette évolution est due i) à l'amélioration du résultat d'exploitation, elle-même induite par la hausse du chiffre d'affaires et la maîtrise des charges d'exploitation, et ii) à la constatation d'éléments non courants.

V.3. ANALYSE DU BILAN

Le tableau ci-dessous présente l'actif du bilan de Label Vie SA au cours des exercices 2007, 2008 et 2009:

V.3.1. Actif :

En Kdh	2007	2008	Var	2009	Var
Immobilisations en non valeur	12 778	35 664	>100%	56 185	57,5%
Immobilisations en non valeur - consolidés	12 778	35 709	>100%	56 185	57,3%
<i>Quote part social du consolidé</i>	<i>100%</i>	<i>99,9%</i>		<i>100%</i>	
Frais préliminaires	153	73	-52,4%	37	-48,5%
Charges à répartir	12 626	35 592	>100%	56 148	57,8%
Immobilisations incorporelles	93 384	96 938	3,8%	145 714	50,3%
Immobilisations incorporelles - consolidés	93 384	96 938	3,8%	145 714	50,3%
<i>Quote part social du consolidé</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>		<i>100%</i>	
Brevets, marques, droits et val. similaires	1 334	4 888	>100%	8 198	67,7%
Fonds Commercial	92 050	92 050	NA	137 516	49,4%
Immobilisations corporelles	165 107	430 365	>100%	650 806	51,2%
Immobilisations corporelles - consolidés	165 107	432 104	>100%	650 806	50,6%
<i>Quote part social du consolidé</i>	<i>100%</i>	<i>99,6%</i>		<i>100%</i>	
Terrains	33 338	141 732	>100%	213 949	51,0%
Constructions	51 362	96 947	88,8%	226 531	>100%
Installations techniques, matériel et outils	23 022	48 019	>100%	82 572	72,0%
Matériel de transport	494	366	-25,8%	328	-10,6%
Mobilier, Matériel de bureau	29 958	35 612	18,9%	46 721	31,2%
Immobilisations corporelles en cours	26 934	107 690	>100%	80 705	-25,1%
Immobilisations financières	2 500	39 720	>100%	76 994	93,8%
Immobilisations financières - consolidés	2 500	4 730	89,2%	76 994	>100%
<i>Quote part social du consolidé</i>	<i>100%</i>	<i>840%</i>		<i>100%</i>	
Autres créances financières	2 500	4 720	88,8%	6 994	48,2%
Titres de participation	0	35 000	NA	70 000	100,0%
Ecart d'acquisition - consolidés	-	33 769	NA	-	NA
Actif Immobilisé	273 770	602 686	>100%	929 698	54,3%
Actif Immobilisé - consolidé	273 770	603 249	>100%	929 698	54,1%
<i>Quote part social du consolidé</i>	<i>100%</i>	<i>99,9%</i>		<i>100%</i>	
Stocks	78 265	123 208	57,4%	211 427	71,6%
Stocks - consolidés	78 265	127 081	62,4%	211 427	66,4%
<i>Quote part social du consolidé</i>	<i>100%</i>	<i>97%</i>		<i>100%</i>	
Marchandises	78 265	122 079	56,0%	209 848	71,9%
Matières et fournitures consommables	0	1 129	NA	1 579	0
Créances de l'actif circulant	136 396	232 295	70,3%	497 044	>100%
Créances de l'actif circulant - consolidés	136 396	238 919	75,2%	497 044	>100%
<i>Quote part social du consolidé</i>	<i>100%</i>	<i>97,2%</i>		<i>100%</i>	
Fournisseurs débiteurs avances et acomptes	1 006	7 102	>100%	8 149	14,7%
Clients et comptes rattachés	78 704	148 973	89,3%	335 678	>100%
Personnel	2 509	5 429	>100%	4 313	-20,5%
Etat	49 885	61 804	23,9%	117 994	90,9%
Comptes d'associés	75	0	-100,0%	0	NA
Autres débiteurs	4 199	3 822	-9,0%	26 136	>100%
Compte de régularisation - Actif	18	5 166	>100%	4 775	-7,6%
Titres et valeurs de placement	105	147 398	>100%	173 962	18,0%
Titres et valeurs de placement - consolidés	105	147 398	>100%	173 962	18,0%
<i>Quote part social du consolidé</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>		<i>100%</i>	
Ecarts de conversion - Actif	0	65	NA	1	-98,3%
Actif Circulant	214 766	502 967	>100%	882 434	75,4%

Actif Circulant - consolidés	214 766	513 464	>100%	882 434	71,9%
Quote part social du consolidé	100%	98%		100%	
Trésorerie Actif	87 780	279 867	>100%	171 563	-38,7%
Trésorerie Actif - consolidés	87 780	281 675	>100%	171 563	-39,1%
Quote part social du consolidé	100%	99,4%		100%	
Chèques et valeurs à encaisser	11 938	36 813	>100%	11 744	-68,1%
Banques, T.G et C.P	68 690	240 226	>100%	156 751	-34,7%
Caisses, régies d'avances et accreditifs	7 152	2 828	-60,5%	3 067	8,4%
Total Actif	576 316	1 385 520	>100%	1 983 695	43,2%
Total Actif - consolidés	576 316	1 398 388	>100%	1 983 695	41,9%
Quote part social du consolidé	100%	99,1%		100%	

Source : Label'Vie SA

V.3.1.1. Actif Immobilisé :

Immobilisation en non valeur

En Kdh	2007	2008	Var	2009	Var
Total Actif	576 316	1 385 520	>100%	1 983 695	43,2%
Frais préliminaires	153	73	-52,4%	37	-48,5%
Charges à répartir	12 626	35 592	>100%	56 148	57,8%
Immobilisations en non valeur	12 778	35 664	>100%	56 185	57,5%
<i>Part Total Actif en %</i>	<i>2,2%</i>	<i>2,6%</i>	<i>0,4%</i>	<i>2,8%</i>	<i>0,3%</i>
Immobilisations en non valeur - consolidés	12 778	35 709	>100%	56 185	57,3%
Quote part social du consolidé	100%	99,9%		100%	

Source : Label'Vie SA

Les immobilisations en non valeurs sont composées des frais préliminaires et des charges à répartir :

- Les frais préliminaires correspondent aux frais sur les opérations sur le capital de la société Label Vie S.A ;
- Les charges à répartir incluent l'assistance aux opérations sur capital, les frais d'enregistrement, les frais relatifs aux acquisitions immobilières et les charges relatives au démarrage des nouveaux magasins.

♦ **Au titre de l'exercice 2008**

Les immobilisations en non valeur affichent une importante progression passant de 12,8 Mdh en 2007 à 35,6 Mdh en 2008. Cette progression s'explique principalement par :

- les frais liés à l'augmentation du capital et à l'introduction en bourse,
- les frais liés aux acquisitions et ouvertures de nouveaux points de vente à savoir Label Vie Lissasfa, Label Vie Mohammedia Kasba, Label Vie Maârif, Label' Vie Khémisset, Label Vie Taddart et supermarché Rabat Souissi.

Les immobilisations en non valeur consolidé ont atteint 35,7 Mdh en 2008.

♦ **Au titre de l'exercice 2009**

Les immobilisations en non valeur augmentent de 58%, passant de 36 en 2008 à 56 Mdh en 2009. Cette augmentation est due aux frais d'enregistrement relatifs aux acquisitions des investissements intervenues en 2009, aux frais de prospection, à l'assistance technique relative au démarrage du premier hypermarché sous l'enseigne « Carrefour », ainsi qu'aux frais de démarrage des 9 nouveaux points de vente ouverts en 2009 à savoir Label' Vie Mohammedia

Alia, Label' Vie Romandie, Label' Vie Oulfa, Label' Vie Yacoub Al Mansour, Label' Vie Sala Al Jadida, Label Vie Val Fleury, Supermarché Souissi et hypermarché Carrefour.

Immobilisations incorporelles

En Kdh	2007	2008	Var	2009	Var
Total Actif	576 316	1 385 520	>100%	1 983 695	43,2%
Brevets, marques, droits et val. similaires	1 334	4 888	>100%	8 198	67,7%
Fonds Commercial	92 050	92 050	NA	137 516	49,4%
Immobilisations incorporelles	93 384	96 938	3,8%	145 714	50,3%
<i>Part Total Actif en %</i>	<i>16,2%</i>	<i>7,0%</i>	<i>-9,2%</i>	<i>7,3%</i>	<i>0,3%</i>
Immobilisations incorporelles - consolidées	93 384	96 938	3,8%	145 714	50,3%
Quote part social du consolidé	100%	100%		100%	

Source : Label'Vie SA

Les immobilisations incorporelles se composent essentiellement du fonds de commerce et accessoirement des licences d'outil informatique (Gold, Intranet, Agresso, etc.).

♦ **Au titre de l'exercice 2008**

Les immobilisations incorporelles ont augmenté de 4% pour atteindre 97 Mdh en 2008. Cette progression s'explique par les investissements engagés par Label Vie SA pour la modernisation et le développement du système d'information.

A fin 2008, le poste Fonds de commerce est resté stable s'établissant à 92 Mdh.

♦ **Au titre de l'exercice 2009**

Les immobilisations incorporelles ont augmenté de 50% en 2009 pour s'établir à 146 Mdh. Cette progression s'explique par l'augmentation du poste fonds de commerces qui augmente de près de 45,5 Mdh, ventilée comme suit :

- Acquisition Fonds commercial de FranPrix Oulfa, 6 Mdh ;
- Acquisition Fonds commercial de FranPrix Yacoub Al Mansour, 13 Mdh ;
- Constatation suite à la fusion - absorption du fonds commercial de Supermarché Souissi, 26,5 Mdh.

Evolution des fonds de commerce Label Vie SA à fin 2009

Site	2007	2008	2009	TOTAL
Rabat Shems	12 220 000	-	-	12 220 000
Casa Quartier des hôpitaux	9 000 000	-	-	9 000 000
Casa Velodrome	48 145 000	-	-	48 145 000
Rabat Hassan	14 285 000	-	-	14 285 000
Casa La Gironde	8 400 000	-	-	8 400 000
Rabat Souissi	-	-	26 466 015	26 466 015
Casa OULFA	-	-	6 000 000	6 000 000
Casa Yacoub Al Mansour	-	-	13 000 000	13 000 000
Total	92 050 000	-	45 466 015	137 516 015

Source: Label'Vie SA

Immobilisations corporelles

En Kdh	2007	2008	Var	2009	Var
Total Actif	576 316	1 385 520	>100%	1 983 695	43,2%
Terrains	33 338	141 732	>100%	213 949	51,0%
Constructions	51 362	96 947	88,8%	226 531	>100%
Installations techniques, matériel et outils	23 022	48 019	>100%	82 572	72,0%
Matériel de transport	494	366	-25,8%	328	-10,6%
Mobilier, Matériel de bureau	29 958	35 612	18,9%	46 721	31,2%
Immobilisations corporelles en cours	26 934	107 690	>100%	80 705	-25,1%
Immobilisations corporelles	165 107	430 365	>100%	650 806	51,2%
<i>Part Total Actif en %</i>	<i>28,6%</i>	<i>31,1%</i>	<i>2,4%</i>	<i>32,8%</i>	<i>1,7%</i>
Immobilisations corporelles - consolidé	165 107	432 104	>100%	650 806	50,6%
Quote part social du consolidé	100%	99,6%		100%	

Source : Label'Vie SA

Les immobilisations corporelles ont enregistré un TCAM de plus de 98% passant de 165 Mdh à 651 Mdh en 2009. Cette progression s'explique principalement par :

Le poste Terrain :

♦ Au titre de l'exercice 2008

L'acquisition des terrains abritant les projets Carrefour Salé et Label'Vie Khemissat, ainsi que d'autres terrains prévus dans le cadre du plan de développement futur des magasins Label Vie notamment à Salé, Fès, Tanger, Meknès, Skhirat, Taza et Marrakech. Notons que l'acquisition du terrain de Skhirat rentre dans le cadre du développement de la nouvelle plateforme logistique de Label Vie SA.

♦ Au titre de l'exercice 2009

L'acquisition du terrain abritant le point de vente de Rabat Souissi, ainsi que d'autres terrains prévus dans le cadre du plan de développement futur notamment à Meknès et Rabat.

Le tableau suivant présente les variations du poste Terrains entre 2007 et 2009 :

En Mdh	2007	2008	2009
Total 2006 et antérieur	10,28	33,24	141,63
Acquisition Lissasfa	2,40	-	-
Acquisition Salé	25,00	-	-
Acquisition Khemissat	4,06	-	-
Cession El Jadida	-8,50	-	-
Salé extension	-	21,85	-
Terrain Meknès	-	1,70	-
Terrain Skhirat	-	24,65	-
Terrain Taza	-	18,80	-
Terrain Tanger Medz	-	2,26	-
Terrain Larach	-	8,00	-3,45
Marrakech Medez	-	5,00	-
Terrain Sala Al Jadida	-	4,93	-
Terrain Route d'Immouzer Khemissat	-	21,21	-
Meknès Quartier Plaisance	-	-	0,56
Supermarché Souissi	-	-	15,30
Rabat Manal	-	-	15,61
Sala Al Jadida II	-	-	14,64
			29,56
Total Terrains	33,24	141,63	213,9

Source : Label'Vie SA

Le poste Construction :

Ce poste regroupe les locaux acquis et ouverts ainsi que les constructions des nouveaux magasins. L'évolution de ce poste en 2008 et en 2009 est due à :

♦ **Au titre de l'exercice 2008**

L'acquisition et l'ouverture des locaux de Maârif et Mohammedia, et la construction des magasins de Lissasfa et Khemissat.

♦ **Au titre de l'exercice 2009**

L'acquisition des locaux de Casablanca Val-Fleury, de Mohammedia Alia, de Casablanca Oulfa, de Casablanca Romandie II et de Casablanca Ain Sebâa, et la construction des magasins de Sala El Jadida et de Carrefour Salé.

Le tableau suivant présente les variations du poste Constructions entre 2007, 2008 et 2009 :

En Mdh	2007	2008	2009
Solde initial	8,9	52,9	102,3
El Jadida	1,7	1,74	-
Lissasfa	-	8,41	-
Mohamedia Kasbah	-	11,20	2,92
Khemissat	-	12,52	8,11
Maârif	-	15,56	0,29
Zaers	9,6	-	0,12
Kenitra	4,9	-	- 4,80
Settat	13,6	-	0,43
Anfa	14,2	-	2,35
Lissasfa	-	-	0,22
Fes Route D'Immouzer	-	-	0,02
Salé El Jadida	-	-	10,53
Val-Fleury	-	-	7,87
Romandie Casa	-	-	16,59
Ain Sebaa	-	-	23,80
Mohamedia Alia	-	-	13,30
SMS	-	-	2,81
Fran Prix Oulfa	-	-	11,65
Salé Hyper	-	-	41,09
Total brut	52,9	102,3	239,7
Total net	51,3	96,9	226,5

Source : Label Vie SA

Le reste des immobilisations corporelles :

Le reste des immobilisations corporelles concerne :

- L'ensemble des installations de climatisation, de froids, d'installations électriques, ainsi que le matériel technique tel que le rayonnage, les présentoirs, le matériel frigorifique, les chariots, les monte-charges etc.
- Le mobilier de bureau et le matériel informatique, l'ensemble des travaux d'aménagement tel que les travaux de menuiserie, carrelage, plomberie, revêtement des plafonds etc.
- L'ensemble des investissements relatifs aux projets en cours de construction à la fin de l'exercice.

◆ Au titre de l'exercice 2008

La hausse de ce poste de plus de 100% est essentiellement liée à l'ouverture de nouveaux sites et/ou l'aménagement de sites précédemment acquis par la société, notamment ceux de Casablanca Lissasfa et Maârif, de Mohammedia, Khemissat, Rabat Zaêrs et Casablanca Vélodrome.

◆ Au titre de l'exercice 2009

Le poste reste immobilisations corporelles progresse de plus de 72% en 2009 suite à l'aménagement des sites ouverts cette année.

Toutefois les immobilisations corporelles en cours sont passées de 107,7 à 80,7 Mdh dans la mesure où les projets en cours de réalisation à fin 2008 sont plus importants que ceux en cours de réalisation à fin 2009.

Immobilisations Financières :

En Kdh	2007	2008	Var	2009	Var
Total Actif	576 316	1 385 520	>100%	1 983 695	43,2%
Autres créances financières	2 500	4 720	88,8%	6 994	48,2%
Titres de participation	0	35 000	NA	70 000	100,0%
Immobilisations financières	2 500	39 720	>100%	76 994	93,8%
<i>Part Total Actif en %</i>	<i>0,4%</i>	<i>2,9%</i>	<i>2,4%</i>	<i>3,9%</i>	<i>1,0%</i>
Immobilisations financières - consolidé	2 500	4 730	89,2%	76 994	>100%
Quote part social du consolidé	100%	840%		100%	

Source : Label'Vie SA

◆ Au titre de l'exercice 2008

Les immobilisations financières ont enregistré une importante progression en 2008 suite à l'acquisition des titres de participation relatifs aux sociétés Supermarché Souissi SARL, Bab Zaers Commercial SARL et Les Alcools Réunis SARL, et dans une moindre mesure à l'augmentation des versements de cautions pour loyers du point de vente El Jadida au profit de FCE Jad.

Les immobilisations financières consolidées se sont établies à 4,7 Mdh en 2008 en raison de l'annulation des titres des sociétés Supermarché Souissi SARL, Bab Zaers Commercial SARL et Les Alcools Réunis SARL.

◆ Au titre de l'exercice 2009

En 2009, les titres de participation relatifs aux sociétés Supermarché Souissi SARL, Bab Zaers Commercial SARL et Les Alcools Réunis SARL d'un montant de 35 Mdh ont été annulés suite à la fusion - absorption réalisée par Label'Vie du Supermarché Souissi.

Par ailleurs, Label'Vie SA a procédé à une prise de participation à hauteur de 100%, dans le capital de sa nouvelle filiale HLV SAS (opérationnelle depuis le 01 janvier 2010) pour une valeur nette comptable de 70 Mdh. Par conséquent, les immobilisations financières ont atteint 77 Mdh contre 40 Mdh un exercice auparavant.

Les autres créances financières sont constituées principalement de cautions versées pour le loyer concernant différents sites.

Ecarts d'acquisition

En Kdh	2007	2008	Var	2009	Var
Total Actif	576 316	1 385 520	>100%	1 983 695	43,2%
Ecarts d'acquisition	0	33 769	na	0	na

Source : Label'Vie SA

En 2008, les écarts d'acquisition s'établissent à 33,8 Mdh suite à la constatation de l'acquisition des sociétés Supermarché Souissi, Bab Zaër et Les Alcools Réunis par Label'Vie SA.

V.3.1.2. Actif Circulant :

L'actif circulant est passé de 214 Mdh en 2007 à 503 Mdh en 2008 pour s'établir à 882 Mdh en 2009, soit un TCAM de 103%.

Stocks :

En Kdh	2007	2008	Var	2009	Var
Total Actif	576 316	1 385 520	>100%	1 983 695	43,2%
Marchandises	78 265	122 079	56,0%	209 848	71,9%
Matières et fournitures consommables	0	1 129	NA	1 579	39,9%
Stocks	78 265	123 208	57,4%	211 427	71,6%
<i>Part Total Actif en %</i>	<i>13,6%</i>	<i>8,9%</i>	<i>-4,7%</i>	<i>10,7%</i>	<i>1,8%</i>
Stocks – consolidé	78 265	127 081	62,4%	211 427	66,4%
Quote part social du consolidé	100%	97%		100%	

Source : Label'Vie SA

♦ **Au titre de l'exercice 2008**

Les stocks de Label Vie SA ont augmenté de 57% en 2008 pour atteindre 123 Mdh. Cette progression s'explique essentiellement par le stock de marchandises de magasins ouverts en cours d'année ou en cours d'ouverture au 31 Décembre 2008 (près de 26 Mdh), ainsi que des stocks supplémentaires au niveau des points de ventes (11 Mdh) et des plateformes (7 Mdh) induits par l'augmentation des volumes de ventes.

Cette augmentation est due également aux matières et fournitures consommables qui passent à 1,1 Mdh en 2008, suite à la constitution de stock dédié aux nouvelles ouvertures. En 2007, le stock de consommables était intégré au stock de marchandises.

S'agissant des niveaux de stocks consolidés, ceux-ci s'élèvent à 127 Mdh en 2008 dont 3,8 Mdh relatifs à la filiale SMS.

Le délai de rotation des stocks passe de 35 jours en 2007 à 43 jours en 2008 à cause des ouvertures de la majorité des magasins au cours de la seconde moitié de l'exercice 2008 et dont les ventes ne couvrent pas les 12 mois de l'exercice, ainsi que des stocks de l'hypermarché de Salé constitué courant 2008 et non encore ouvert au 31 décembre de la même année.

♦ **Au titre de l'exercice 2009**

Les stocks sont passés à 211 Mdh affichant une augmentation de 71,6%. Cette augmentation est due essentiellement à la constitution du stock des points de vente ouverts cette année, ainsi qu'à l'augmentation du stock des plateformes suite à l'augmentation des volumes de ventes et au démarrage de la nouvelle plateforme de Casablanca.

L'augmentation des stocks est due également à l'accroissement des matières et fournitures consommables qui passent de 1,1 Mdh à 1,6 Mdh, suite à la constitution de stock dédié aux nouvelles ouvertures.

Quant au délai de rotation des stocks, celui-ci passe à 46 jours contre 43 en 2008, principalement suite à l'ouverture de la majorité des magasins au cours de la seconde moitié de 2009 et dont les ventes ne couvrent pas les 12 mois de l'exercice et à la constitution du stock de l'hypermarché Carrefour de Marrakech non encore ouvert au 31/12/2009.

Créances de l'actif circulant

En Kdh	2007	2008	Var	2009	Var
Total Actif	576 316	1 385 520	>100%	1 983 695	43,2%
Fournisseurs débiteurs avances et acomptes	1 006	7 102	>100%	8 149	14,7%
<i>Part Total Actif en %</i>	<i>0,2%</i>	<i>0,5%</i>	<i>0,3%</i>	<i>0,4%</i>	<i>-0,1%</i>
Clients et comptes rattachés	78 704	148 973	89,3%	335 678	>100%
<i>Part Total Actif en %</i>	<i>13,7%</i>	<i>10,8%</i>	<i>-2,9%</i>	<i>16,9%</i>	<i>6,2%</i>
Personnel	2 509	5 429	>100%	4 313	-20,5%
<i>Part Total Actif en %</i>	<i>0,4%</i>	<i>0,4%</i>	<i>-</i>	<i>0,2%</i>	<i>-0,2%</i>
Etat	49 885	61 804	23,9%	117 994	90,9%
<i>Part Total Actif en %</i>	<i>8,7%</i>	<i>4,5%</i>	<i>-4,2%</i>	<i>5,9%</i>	<i>1,5%</i>
Comptes d'associés	75	0	-100,0%	0	NA
<i>Part Total Actif en %</i>	<i>0,0%</i>	<i>0,0%</i>	<i>-</i>	<i>0,0%</i>	<i>-</i>
Autres débiteurs	4 199	3 822	-9,0%	26 136	>100%
<i>Part Total Actif en %</i>	<i>0,7%</i>	<i>0,3%</i>	<i>-0,5%</i>	<i>1,3%</i>	<i>1,0%</i>
Compte de régularisation – Actif	18	5 166	>100%	4 775	-7,6%
<i>Part Total Actif en %</i>	<i>0,0%</i>	<i>0,4%</i>	<i>0,4%</i>	<i>0,2%</i>	<i>-0,1%</i>
Créances de l'actif circulant	136 396	232 295	70,3%	497 044	>100%
<i>Part Total Actif en %</i>	<i>23,7%</i>	<i>16,8%</i>	<i>-6,9%</i>	<i>25,1%</i>	<i>8,3%</i>
Créances de l'actif circulant consolidé	136 396	238 919	75,2%	497 044	>100%
Quote part social du consolidé	100%	97,2%		100%	

Source : Label'Vie SA

Les créances de l'actif circulant sont principalement constituées du poste Client, des Créances envers l'Etat ainsi que d'Autres débiteurs.

Les créances de l'actif circulant ont augmenté de 70% en 2008 pour s'établir à 232 Mdh. En 2009, ce poste augmente de plus de 100% et s'établit à 497 Mdh, principalement suite à l'accroissement du poste Clients et comptes rattachés (336 Mdh en 2009).

Le tableau suivant illustre la répartition du poste créances clients de la société :

En kdh	2007	2008	2009
Total Créance Clients, dont	78 704	148 973	335 678
Clients	70 448	142 564	247 052
Clients recettes	7 856	6 408	4 609
Autres clients	-	-	84 016

Source : Label'Vie SA

Les créances clients passent de 79 Mdh en 2007 à 149 Mdh en 2008 puis à 336 Mdh en 2009, soit une progression respective de 89% et de 126%. L'évolution de ces créances est due principalement à un volume d'activité en constante progression et à la facturation des droits d'ouverture (marge arrière) sur les ouvertures intervenues au cours du 2^{ème} semestre de l'année en cours de recouvrement.

Le poste « Clients » concerne la marge arrière négociée avec les fournisseurs, notamment les droits d'entrée, de référencement, les ristournes etc.

Le poste « Clients recettes » concerne des clients grands comptes bénéficiant de délai de paiement. Ce poste est passé de 7,8 Mdh en 2007 à 4,6 Mdh en 2009.

Le poste « Autres Clients » concerne la créance relative à HLV suite au transfert du Fonds de commerce de l'hypermarché de Salé à cette société réalisé le 31 décembre 2009, ainsi que les droits d'entrée et la caution du loyer relatives à la même cession.

Par ailleurs, l'évolution du poste « Autres débiteurs » en 2009 est due principalement à la cession du local de Kenitra dans le cadre de l'opération de lease back²⁸.

Les créances envers l'Etat ont augmenté de 24% en 2008 et de 91% en 2009 pour s'établir respectivement à 62 Mdh et 118 Mdh. Elles correspondent pour l'essentiel à la TVA récupérable et aux acomptes d'IS et est en ligne avec l'évolution du volume d'activité et des dettes fournisseurs.

Les créances de l'actif circulant consolidé s'élèvent à fin 2008 à 239 Mdh dont 6,6 Mdh relatives à la filiale SMS.

Titres et valeurs de placement

En Kdh	2007	2008	Var	2009	Var
Total Actif	576 316	1 385 520	>100%	1 983 695	43,2%
Titres et valeurs de placement	105	147 398	>100%	173 962	18,0%
<i>Part Total Actif en %</i>	<i>0%</i>	<i>10,6%</i>	<i>10,6%</i>	<i>8,8%</i>	<i>-1,9%</i>
Titres et valeurs de placement - consolidé	105	147 398	>100%	173 962	18,0%
Quote part social du consolidé	100%	100%		100%	

Source : Label'Vie SA

Le portefeuille Titres et valeurs de placement en 2008 et 2009, est composé d'OPCVM et de titres cotés sur la bourse de Casablanca, notamment les titres de Label'Vie S.A acquis suite au lancement par la Société du programme de rachat de ses propres actions à compter du 1^{er} décembre 2008.

Ainsi, à fin 2008, le portefeuille titres et valeurs de placement s'est établi à 147 Mdh. En 2009, il s'établit à 174 Mdh et présente une évolution de 18%.

V.3.1.3. Trésorerie actif :

En Kdh	2007	2008	Var	2009	Var
Total Actif	576 316	1 385 520	>100%	1 983 695	43,2%
Trésorerie Actif	87 780	279 867	>100%	171 563	-38,7%
<i>Part Total Actif en %</i>	<i>15,2%</i>	<i>20,2%</i>		<i>8,6%</i>	
Trésorerie Actif consolidé	87 780	281 675	>100%	171 563	-39,1%
Quote part social du consolidé	100%	99,4%		100%	

Source : Label'Vie SA

♦ **Au titre de l'exercice 2008**

La trésorerie actif passe de 88 Mdh à 280 Mdh, avec une progression supérieure à 100%. La trésorerie actif consolidée s'est établie à 282 Mdh intégrant les excédents de SMS.

♦ **Au titre de l'exercice 2009**

La trésorerie actif passe de 280 Mdh à 171 Mdh avec une évolution d'environ -39%, principalement constituée de dépôts à terme.

²⁸ Cession d'un bien à une société de crédit-bail, qui le remet à la disposition du cédant par une opération de crédit-bail mobilier ou immobilier, selon la nature du bien cédé.

V.3.2. Passif :

En Kdh	2007	2008	Var	2009	Var
Capitaux Propres	180 023	746 934	>100%	792 736	6,1%
Capitaux Propres - consolidé	180 023	745 912	>100%	792 736	6,3%
<i>Quote part social du consolidé</i>	<i>100%</i>	<i>100,1%</i>		<i>100%</i>	
Capital Social	183 260	229 075	25,0%	229 075	NA
Prime d'émission, de fusion, d'apport	949	479 258	>100%	479 258	NA
Réserves légales	63	63	NA	2 203	>100%
Report à nouveau	-12 642	-4 249	66,4%	3 183	>100%
Résultat net de l'exercice	8 393	42 787	>100%	79 018	84,7%
Dettes de financement	96 080	141 217	47,0%	391 343	>100%
Dettes de financement - consolidé	96 080	141 423	47,2%	391 343	>100%
<i>Quote part social du consolidé</i>	<i>100%</i>	<i>99,9%</i>		<i>100%</i>	
Autres dettes de financement	96 080	141 217	47,0%	391 343	>100%
Financement permanent	276 104	888 151	>100%	1 184 079	33,3%
Financement permanent - consolidé	276 104	887 335	>100%	1 184 079	33,4%
<i>Quote part social du consolidé</i>	<i>100%</i>	<i>100,1%</i>		<i>100%</i>	
Dettes du passif circulant	296 416	496 694	67,6%	777 675	56,6%
Fournisseurs et comptes rattachés	264 319	430 616	62,9%	720 963	67,4%
Clients créditeurs avances et acomptes	0	33	NA	1 219	>100%
Personnel	26	319	>100%	52	-83,5%
Organismes sociaux	1 134	1 873	65,2%	3 436	83,4%
Etat	30 457	37 189	22,1%	48 096	29,3%
Comptes d'associés	223	0	-100,0%	883	NA
Autres créanciers	188	26 265	>100%	14	-99,9%
Comptes de régularisation - Passif	69	398	>100%	3 011	>100%
Autres provisions pour risques et charges	383	665	73,4%	1 901	>100%
Ecarts de conversion - Passif	0	10	NA	40	>100%
Passif Circulant	296 799	497 369	67,6%	779 616	56,7%
Passif Circulant - consolidé	296 799	511 052	72,2%	779 616	52,6%
<i>Quote part social du consolidé</i>	<i>100%</i>	<i>97,3%</i>		<i>100%</i>	
Crédit de trésorerie	0	0	NA	20 000	NA
Banques (Soldes créditeurs)	3 414	0	-100%	0	NA
Trésorerie Passif	3 414	0	-100%	20 000	NA
Trésorerie Passif - consolidé	3 414	0	-100%	20 000	NA
<i>Quote part social du consolidé</i>	<i>100%</i>	<i>NA</i>		<i>100%</i>	
Total Passif	576 316	1 385 520	>100%	1 983 695	43,2%
Total Passif - consolidé	576 316	1 398 388	>100%	1 983 695	41,9%
<i>Quote part social du consolidé</i>	<i>100%</i>	<i>99,1%</i>		<i>100%</i>	

Source : Label'Vie SA

V.3.2.1. Financement Permanent :

Sur la période 2007-2009, le financement permanent atteint 1184 Mdh en 2009 contre 276 Mdh en 2007.

En Kdh	2007	2008	Var	2009	Var
Total Passif	576 316	1 385 520	>100%	1 983 695	43,2%
Capitaux Propres	180 023	746 934	>100%	792 736	6,1%
<i>Part Total Passif en %</i>	<i>31,2%</i>	<i>53,9%</i>	<i>22,7%</i>	<i>40,0%</i>	<i>-13,9%</i>
Capitaux Propres - consolidé	180 023	745 912	>100%	792 736	6,3%
<i>Quote part social du consolidé</i>	<i>100%</i>	<i>100,1%</i>		<i>100%</i>	
Dettes de financement	96 080	141 217	47,0%	391 343	>100%
<i>Part Total Passif en %</i>	<i>16,7%</i>	<i>10,2%</i>	<i>-6,5%</i>	<i>19,7%</i>	<i>9,5%</i>
Dettes de financement - consolidé	96 080	141 423	47,2%	391 343	>100%
<i>Quote part social du consolidé</i>	<i>100%</i>	<i>99,9%</i>		<i>100%</i>	
Financement permanent	276 104	888 151	>100%	1 184 079	33,3%
<i>Part Total Passif en %</i>	<i>47,9%</i>	<i>64,1%</i>	<i>16,2%</i>	<i>59,7%</i>	<i>-4,4%</i>
Financement permanent - consolidé	276 104	887 335	>100%	1 184 079	33,4%
<i>Quote part social du consolidé</i>	<i>100%</i>	<i>100,1%</i>		<i>100%</i>	

Source : Label'Vie SA

Le financement permanent de la société se compose essentiellement de capitaux propres et de dettes de financement.

La structure de financement de Label'Vie SA se présente comme suit :

	2007	2008	2009
Capitaux propres	65%	84%	67%
Dettes de financement	35%	16%	33%
Total	100%	100%	100%

Source : Label'Vie SA

L'essentiel du financement de Label vie SA provient de ses fonds propres :

En 2007, le financement en fonds propres représentait 65% du financement permanent de Label Vie SA ;

En 2008, le financement en fonds propres a atteint 84% des financements permanents de Label Vie SA et ce suite à l'augmentation de capital effectuée par la société lors de l'IPO et qui a porté le capital social à 229 Mdh avec une prime d'émission de l'ordre de 480 Mdh.

En 2009, la Société a eu recours à des financements bancaires, ce qui a modifié sa structure de financement et l'a aligné à la structure pré-IPO (67% fonds propres et 33% dettes).

Capitaux propres

En Kdh	2007	2008	Var	2009	Var
Capital Social	183 260	229 075	25,0%	229 075	NA
Prime d'émission, de fusion, d'apport	949	479 258	>100%	479 258	NA
Réserves légales	63	63	-	2 203	>100%
Report à nouveau	-12 642	- 4249	-66,4%	3 183	>100%
Résultat net de l'exercice	8 393	42 787	>100%	79 018	84,7%
Capitaux Propres	180 023	746 934	>100%	792 736	6,1%
Capitaux Propres - consolidé	180 023	745 912	>100%	792 736	6,3%
<i>Quote part social du consolidé</i>	<i>100%</i>	<i>100,1%</i>		<i>100%</i>	

Source : Label'Vie SA

Les capitaux propres de Label Vie SA sont passés de 180 Mdh en 2007 à 793 Mdh en 2009, soit un TCAM de près de 110%.

♦ **Au titre de l'exercice 2008**

Les capitaux propres se sont établis à 747 Mdh en 2008, en forte progression par rapport à 2007. Cette évolution s'explique principalement par :

- une opération d'augmentation de capital d'une valeur de 45,8 Mdh, correspondant à 458 150 actions d'une valeur nominale de 100 Dh, réalisée lors de l'introduction en bourse de Label Vie SA à prix ouvert, entre 995 Dh et 1 144 Dh, générant une prime d'émission de 478,3 Mdh ;
- un résultat net positif de 43 Mdh;

Les capitaux propres consolidés de Label Vie SA se sont élevés à 746 Mdh en raison de la prise en compte du résultat net déficitaire de SMS de près de -1,6 Mdh.

♦ **Au titre de l'exercice 2009**

Les capitaux propres de Label Vie SA ont progressé de 6% pour atteindre 793 Mdh. Cette évolution s'explique essentiellement par l'amélioration du résultat net de la Société qui s'est établi à 79 Mdh contre 43 Mdh un exercice auparavant.

Le tableau ci-dessus résume les opérations sur titres réalisées sur la période 2007 - 2009:

Nature de l'opération	Date	Nombre d'actions créées	Nominal (Dh)	Montant de l'opération ²⁹ (Dh)	Capital Social (Dh)
Capital Social au 11/12/2007	-	-	-	-	125 600 000
Augmentation de capital par incorporation de la prime de fusion suite à l'absorption du supermarché Quartier des Hôpitaux	12/12/2007	53 000	100	5 300 000	130 900 000
Augmentation de capital par apport en numéraire au prix de 100 Dh par action réservée aux actionnaires pour faire face au plan de développement 2008	28/12/2007	486 948	100	48 694 800	179 594 800
Augmentation de capital par apport en numéraire au prix de 100 Dh réservée aux salariés cadres supérieurs	28/12/2007	36 652	100	3 665 200	183 260 000
Augmentation de capital par introduction en bourse réservée au public à prix ouvert entre 995 Dh et 1144 Dh.	07/07/2008	458 150	100	45 815 000	229 075 000

Source : Label'Vie SA

Dettes de financement

Dans le cadre du plan de développement de Label' Vie SA, les dettes de financement représentent 33% des sources en financement de la société en 2009, principalement bancaires. Elles permettent l'investissement relatif aux ouvertures de nouveaux magasins.

²⁹ En valeur nominale

En Kdh	2007	2008	Var	2009	Var
Autres dettes de financement	96 080	141 217	47,0%	391 343	>100%
Dettes de financement	96 080	141 217	47,0%	391 343	>100%
Dettes de financement consolidé	96 080	141 423	47,2%	391 343	>100%
<i>Quote part social du consolidé</i>	<i>100%</i>	<i>99,9%</i>		<i>100%</i>	

Source : Label'Vie SA

Sur la période analysée, et en ligne avec la croissance et le développement important de Label Vie SA, les dettes de financement de la Société sont passées de 96 Mdh en 2007 à 141 Mdh en 2008 pour s'établir à 391 Mdh en 2009.

La dette consolidée en 2008 a atteint 141 Mdh.

La répartition des dettes de financement de Label Vie SA se présente comme suit :

En 2007 :

En Kdh	Solde initial	Encaissement	Remboursement	Solde final
Banque 1	0	- 2 531	108	- 2 422
Banque 2	- 626	-	626	-
Banque 3	- 6 400	- 56 479	5 994	- 56 885
Banque 4	- 20 089	- 23 787	7 164	- 36 712
Dépôts et cautionnements	- 61	-	-	- 61
Total	- 27 176	- 82 797	13 892	- 96 080

Source : Label'Vie SA

En 2008 :

En Kdh	Solde initial	Encaissement	Remboursement	Solde final
Banque 1	- 2 422	-	2 425	3
Banque 2	- 56 885	-	7 080	- 49 805
Banque 3	- 36 712	- 24 755	7 552	- 53 915
Banque 4	-	- 37 500	-	- 37 500
Banque 5	- 61	-	61	-
Total	- 96 080	- 62 255	17 118	- 141 217

Source : Label'Vie SA

En 2009 :

En Kdh	Solde initial	Encaissement	Remboursement	Solde final
Banque 1	3	-	-	3
Banque 2	- 49 805	- 90 000	7 555	- 132 249
Banque 3	- 53 915	- 63 423	11 293	- 106 045
Banque 4	- 37 500	- 22 500	708	- 59 291
Banque 5	-	- 91 798	2 098	- 89 699
Banque 6	-	- 206	206	0
Dépôts et cautionnements	-	- 4 060	-	- 4 060
Total	-141 217	-271 987	21 861	391 343

Source : Label'Vie SA

V.3.2.2. Passif Circulant :

En Kdh	2007	2008	Var	2009	Var
Dettes du passif circulant	296 416	496 694	67,6%	777 675	56,6%
<i>Part Total Passif en %</i>	<i>51,4%</i>	<i>35,8%</i>	<i>-15,6%</i>	<i>39,2%</i>	<i>3,4%</i>
Fournisseurs et comptes rattachés	264 319	430 616	62,9%	720 963	67,4%
<i>Part Total Passif en %</i>	<i>45,9%</i>	<i>31,1%</i>	<i>-14,8%</i>	<i>36,3%</i>	<i>5,3%</i>
Clients créditeurs avances et acomptes	0	33	NA	1 219	>100%
Personnel	26	319	>100%	52	-83,5%
Organismes sociaux	1 134	1 873	65,2%	3 436	83,4%
Etat	30 457	37 189	22,1%	48 096	29,3%
Comptes d'associés	223	0	-100%	883	NA
Autres créanciers	188	26 265	>100%	14	-99,9%
Comptes de régularisation - Passif	69	398	>100%	3 011	>100%
Autres provisions pour risques et charges	383	665	73,4%	1 901	>100%

Ecarts de conversion - Passif	0	10	NA	40	>100%
Passif Circulant	296 799	497 369	67,6%	779 616	56,7%
<i>Part Total Passif en %</i>	<i>51,5%</i>	<i>35,9%</i>	<i>-15,6%</i>	<i>39,3%</i>	<i>3,4%</i>
Passif Circulant consolidé	296 799	511 052	72,2%	779 616	52,6%
<i>Quote part social du consolidé</i>	<i>100%</i>	<i>97,3%</i>		<i>100%</i>	

Source : Label'Vie SA

Les dettes du passif circulant ont augmentés de 68% en 2008 et de 57% en 2009 pour s'établir à 497 Mdh et 780 Mdh, respectivement.

Cette augmentation s'explique pour l'essentiel par la hausse des dettes fournisseurs qui enregistre sur la période 2007-2009 un TCAM de 65%, suite à des volumes d'achats importants engendrés par l'ouverture de nouveaux points de vente (5 en 2008 et 8 en 2009 dont un hypermarché) et dans une moindre mesure à la progression des dettes envers l'Etat correspondant à la TVA collecté.

L'augmentation du compte de régularisation passif est due à l'accroissement des intérêts courus non échus à payer sur les Crédits Moyen Terme.

♦ Au titre de l'exercice 2008

Le poste « autres créanciers » augmente pour passer de 0,2 à 26,3 Mdh suite à des dettes sur acquisition des titres de participation de SMS.

Les dettes du passif circulant consolidées se sont établies à 511 Mdh.

♦ Au titre de l'exercice 2009

Les comptes d'associés, qui passent de 0 à 883 Kdh, correspondent à des dividendes non distribuées d'actions détenues par Label'Vie SA suite au programme de rachat.

L'augmentation des autres provisions pour risques et charges de 1,3 Mdh correspond à une vérification fiscale en cours concernant les sociétés Supermarché Souissi et Bab Zaers reprises par Label'Vie SA au cours du mois de juin 2009 dans le cadre de l'opération de fusion - absorption.

Le tableau ci-dessous détaille l'évolution de la rubrique « Etat » :

En Mdh	2007	2008	2009	TCAM
IR	0,2	0,4	0,4	41,4%
En % du total	0,7%	1,1%	0,8%	-
IS	5,3	15,0	16,5	76,4%
En % du total	17,4%	40,3%	34,3%	-
TVA	24,9	21,8	31,1	11,8%
En % du total	81,9%	58,6%	64,7%	-
Autres	-	-	0,1	-
Total	30,4	37,2	48,1	25,8%

Source : Label'Vie SA

Les créances envers l'état sont constitués de :

- **IR** : affiche un taux de croissance annuel moyen de 41,4% entre 2007 et 2009;
- **IS** : croît annuellement en moyenne de 76,4% entre 2007 et 2009 ;
- **TVA** : augmente de 11,8% en moyenne annuelle entre 2007 et 2009.

En 2008, la société a payé 40,3% de ses dettes envers l'état en IS. La TVA représentait 58,6% de ces dettes.

En 2009, l'IS de la société s'est élevée à 34,3% du total de ses dettes envers l'état, contre 64,7% pour la TVA.

V.3.2.3. Trésorerie Passif :

En Kdh	2007	2008	Var	2009	Var
Total Passif	576 316	1 385 520	>100%	1 983 695	43,2%
Trésorerie Passif	3 414	0	-100%	20 000	NA
<i>Part Total Passif en %</i>	<i>0,6%</i>	<i>0%</i>		<i>1,0%</i>	
Trésorerie Passif consolidé	3 414	0	-100%	20 000	NA
Quote part social du consolidé	100%	NA		100%	

Source : Label'Vie SA

♦ Au titre de l'exercice 2008

La trésorerie passif passe de 3,4 Mdh à 0 dh, avec une progression supérieure à 100%.

♦ Au titre de l'exercice 2009

La trésorerie passif passe de 0 dh à 20 Mdh, principalement suite à un crédit spot de 20 Mdh contracté à cause d'un retard de déblocage de CLT dans le cadre d'un projet d'investissement entamé.

V.3.3. Equilibre financier

Le tableau ci-dessous détaille l'évolution du bilan fonctionnel condensé en grandes masses sur la période 2007-2009 :

En Kdh	2007	2008	Var	2009	Var
Financement permanent	276 104	888 151	>100%	1 184 079	33,3%
Actif Immobilisé net	273 770	602 686	>100%	929 698	54,3%
Fonds de roulement	2 333	285 465	>100%	254 381	-10,9%
Actif circulant	214 766	502 967	>100%	882 434	75,4%
Passif circulant	296 799	497 369	67,6%	779 616	56,7%
Besoin en fonds de roulement	-82 033	5 598	>100%	102 818	>100%
Besoin en fonds de roulement (hors TVP)	-82 138	- 141 800	-72,6%	- 71 144	49,8%
Trésorerie nette	84 366	279 867	>100%	151 563	-45,8%

Source : Label Vie SA

◆ **Fonds de roulement :**

Le fonds de roulement de Label Vie SA est positif et augmente considérablement en 2008 pour s'établir 285 Mdh contre 2 Mdh en 2007. Cette progression s'explique par l'augmentation du capital réalisée par Label Vie SA lors de son introduction en bourse et dans une moindre mesure par l'évolution de son résultat net. Ce niveau de fonds de roulement positif a été maintenu malgré l'augmentation continue de l'actif immobilisé suite aux efforts d'investissement engagés par la société (ouverture de nouveaux magasins, acquisition de terrains...) et qui se sont élevés à 349 Mdh au titre de l'exercice 2008.

En 2009, compte tenu des investissements importants engagés par la Société et de la distribution de dividendes effectuée par Label Vie SA, le fond de roulement a diminué tout en restant positif pour atteindre 254 Mdh contre 285 Mdh en 2008.

◆ **Besoin en fonds de roulement :**

Le besoin en fonds de roulement a nettement progressé en 2008 et 2009 après avoir été négatif en 2007. Cette situation est due à l'augmentation de l'actif circulant, et plus précisément à i) la hausse du niveau des stocks suite à l'évolution du volume d'activité de Label Vie SA, ii) des créances clients et iii) des titres et valeurs de placement suite au programme de rachat d'actions initié par la société en 2008. Notons qu'à fin décembre 2009, Label Vie SA a acquit 62 897 actions, soit 2,75% de son capital.

◆ **Besoin en fonds de roulement hors TVP :**

Le besoin en fonds de roulement hors titres et valeurs de placement est négatif tout au long de la période 2007-2009. Ceci est propre aux sociétés de grande distribution du fait du délai de paiement aux fournisseurs dont bénéficient ces sociétés, parallèlement au paiement au moment de l'achat des clients.

V.3.4. Trésorerie nette

En Kdh	2007	2008	Var	2009	Var
Total Actif	576 316	1 385 520	>100%	1 983 695	43,2%
Trésorerie Actif	87 780	279 867	>100%	171 563	-38,7%
<i>Part Total Actif en %</i>	<i>15,2%</i>	<i>20,2%</i>		<i>8,6%</i>	
Trésorerie Actif consolidé	87 780	281 675	>100%	171 563	-39,1%
Quote part social du consolidé	100%	99,4%		100%	
Total Passif	576 316	1 385 520	>100%	1 983 695	43,2%
Trésorerie Passif	3 414	0	-100%	20 000	NA
<i>Part Total Passif en %</i>	<i>0,6%</i>	<i>0%</i>		<i>1,0%</i>	
Trésorerie Passif consolidé	3 414	0	-100%	20 000	NA
Quote part social du consolidé	100%	NA		100%	
Trésorerie Nette	84 366	279 867	>100%	151 563	-45,8%
Trésorerie Nette consolidé	84 366	281 675	>100%	151 563	-46,2%

Source : Label'Vie SA

La Société enregistre un excédent de trésorerie durant toute la période 2007-2009. La trésorerie nette passe ainsi de 84,3 Mdh en 2007 à 151,5 Mdh en 2009.

V.4. ANALYSE DES RATIOS

V.4.1. Ratios de performance

Ratios de performance En Kdh	2007	2008	Var	2009	Var
Valeur ajoutée	76 146	147 849	94,2%	205 550	39,0%
Chiffre d'affaires	869 662	1 140 883	31,2%	1 836 393	61,0%
Taux de valeur ajoutée ³⁰	8,8%	13,0%		11,2%	
Charges de personnel	45 212	58 969	30,4%	92 041	56,1%
Coefficient de rendement du travail salarié ³¹	1,68	2,51		2,23	
Excédent brut d'exploitation	29 125	86 472	>100%	110 184	27,4%
Marge d'exploitation ³²	3,3%	7,6%		6,0%	
Résultat d'exploitation	16 683	63 796	>100%	74 469	16,7%
Marge opérationnelle ³³	1,9%	5,6%		4,1%	
Charges financières	4 790	11 784	>100%	23 722	>100%
Excédent Brut d'exploitation	29 125	86 472	>100%	110 184	27,4%
Poids des charges financières ³⁴	0,16	0,14		0,22	

Source: Label'Vie SA

Taux de valeur ajoutée

Le taux de valeur ajoutée connaît une amélioration entre les exercices 2007 et 2008 due à l'amélioration de la marge brute et aux économies d'échelles réalisées sur les achats consommés et les charges externes suite à l'ouverture de nouveaux points de vente courant ce même exercice.

En 2009, le taux de valeur ajoutée diminue de 1,8 pts pour passer à 11,2%. Cette baisse s'explique principalement par un fléchissement des marges d'exploitation du notamment à :

- Des campagnes promotionnelles de plus en plus importantes.
- L'impact des marges relativement faibles appliquées en période d'ouverture des nouveaux points de vente ;
- L'impact des marges appliquées pour le format Hypermarché démarré en 2009.

Coefficient de rendement du travail salarié

Le coefficient de rendement du travail salarié permet de mesurer la richesse pour un dirham de masse salariale.

Entre 2007 et 2008, ce ratio est en nette augmentation passant de 1,68 à 2,51, ce qui témoigne d'une utilisation efficace des ressources de la société pour la création de la valeur ajoutée.

En 2009, le coefficient de rendement du travail salarié a légèrement baissé par rapport à 2008 pour s'établir à 2,23. Cette baisse s'explique essentiellement par la progression de la masse salariale par rapport à la valeur ajoutée suite au recrutement important effectué par la société en

³⁰ Valeur ajoutée / Chiffre d'affaires

³¹ Valeur ajoutée / Charges de personnel

³² Excédent Brut d'Exploitation / Chiffre d'affaires

³³ Résultat d'exploitation / Chiffre d'affaires

³⁴ Charges financières / Excédent Brut d'exploitation

2009 pour accompagner la gestion et le développement de l'activité hypermarché et de ses nouveaux points de vente.

Marge d'exploitation

Entre 2007 et 2008, la marge d'exploitation a connue une hausse importante reflétant les bonnes performances de Label Vie SA tant au niveau des ventes qu'au niveau de la maîtrise des charges.

En 2009, la marge d'exploitation a baissé de 160 pb pour s'établir à 6% principalement en raison de l'augmentation de charges d'exploitation et plus particulièrement des charges liées aux achats revendus de marchandise (+64,7%) et celles liées au personnel (+ 55%).

Marge opérationnelle

La marge opérationnelle progresse de 1,9% en 2007 à 5,6% en 2008 grâce à l'augmentation continue du chiffre d'affaires de la société ainsi qu'à la bonne gestion de ses charges d'exploitation.

La marge opérationnelle enregistre toutefois une baisse en 2009 à 4,1% suite à une progression plus importante du chiffre d'affaires par rapport au résultat d'exploitation.

Poids des charges financières

Le poids des charges financières passe à 0,14 en 2008, contre 0,16 en 2007, suite à l'augmentation de l'excédent brut d'exploitation en nette amélioration en 2008, en ligne avec le développement de l'activité de Label Vie SA.

En 2009, ce ratio augmente pour s'établir à 0,22 suite à l'augmentation considérable (plus de 100%) des charges financières.

V.4.2. Ratios de création de valeur :

Ratios de création de valeur En Kdh	2007	2008	Var	2009	Var
Valeur ajoutée	76 146	147 849	94,2%	205 550	39,0%
Immobilisations corporelles nettes	165 107	430 365	>100%	650 806	51,2%
Rendement des immobilisations corporelles³⁵	0,5	0,3		0,3	
Chiffre d'affaires	869 662	1 140 883	31,2%	1 836 393	61,0%
Total bilan	576 316	1 385 520	>100%	1 983 695	43,2%
Rendement productif³⁶	1,5	0,8		0,9	

Source: Label Vie SA

Rendement des immobilisations corporelles

Ce ratio mesure la productivité des immobilisations corporelles.

Le ratio de rendement des immobilisations corporelles passe de 0,5 en 2007 à 0,3 en 2008 et 2009. Cette baisse est due à l'augmentation significative des immobilisations corporelles et ce malgré l'augmentation de la valeur ajoutée sur la période (TCAM de 64%).

Ces investissements concernent principalement des acquisitions de terrains en 2008 abritant les projets de Carrefour Salé et Label Vie Khemisset, et d'autres terrains dans l'objectif de développer de futurs magasins Label Vie à Salé, Fès, Tanger, Meknès, Taza et Marrakech. La

³⁵ Valeur ajoutée / Immobilisations corporelles nettes

³⁶ Chiffre d'affaires / Total Bilan

société a également procédé à l'acquisition d'un terrain à Skhirat dans le cadre de la mise en place de la plateforme centrale de logistique. Pour 2009, il s'agit d'acquisitions portant sur les terrains à Meknès Plaisance, Rabat Souissi, Rabat Al Manal et à Salé.

Rendement productif

Le rendement productif de Label Vie SA est en diminution sur la période 2007-2009 en raison des investissements importants engagés par Label Vie SA. En effet, la société est en phase de croissance notamment à travers l'investissement dans de nouveaux points de vente ainsi que dans le développement de l'activité Hypermarché.

V.4.3. Ratios de liquidité :

Ratios de liquidité	2 007	2 008	Var	2009	Var
En Kdh					
Stocks	78 265	123 208	57,4%	211 427	71,6%
Achats de marchandises en l'état TTC	857 384	1 083 178	26,3%	1 784 384	64,7%
Achats consommés de matières et fournitures TTC	25 585	30 540	19,4%	56 897	86,3%
Délai de rotation des stocks³⁷	32	40	-	41	-
Clients et comptes rattachés	78 704	148 973	89,3%	335 678	>100%
Chiffre d'affaires TTC	1 043 594	1 369 060	31,2%	2 203 671	61,0%
Délai de règlement clients³⁸	27	39	-	55	-
Fournisseurs et comptes rattachés*	263 314	423 515	60,8%	712 814	68,3%
Achats de marchandises en l'état TTC	857 384	1 083 178	26,3%	1 784 384	64,7%
Achats consommés de matières et fournitures TTC	25 585	30 540	19,4%	56 897	86,3%
Autres charges externes TTC	69 249	77 922	12,5%	115 731	48,5%
Délai de règlement fournisseurs³⁹	100	128	-	131	-

Source: Label Vie SA

*Dettes fournisseurs nettes des avances

Délai de rotation des stocks

Passant de 32 jours d'achats en 2007 à 40 jours d'achats en 2008 puis à 41 jours d'achats en 2009.

L'augmentation du ratio de rotation de stock s'explique principalement par :

- Les stocks additionnels constitués suite aux nouvelles ouvertures : étant donné qu'une grande majorité des ouvertures 2008 et 2009 sont intervenues en fin d'exercice, ces ventes réalisées par ces magasins n'ont concerné qu'une partie de l'exercice bien que le stock du magasin ait été entièrement constitué impactant ainsi le ratio de rotation du stock.
- Ces stocks additionnels constitués par les projets en cours d'ouverture au 31/12/2009 : il s'agit principalement des points de ventes Carrefour Salé et Marrakech pour lesquels les stocks des produits non périssables étaient déjà constitués en fin d'exercice alors que les ouvertures n'ont été opérées que l'exercice suivant.
- Les stocks additionnels constitués dans le cadre de la mise en place de la nouvelle plateforme d'une capacité plus importante.

Délai de règlement clients

³⁷ (Stocks x 360) / (Achats revendus de marchandise TTC+Achats consommés de matières et fournitures TTC)

³⁸ (Clients et comptes rattachés x 360) / Chiffre d'affaires TTC

³⁹ (Dettes fournisseurs nettes x 360) / (Achats de marchandises TTC+achats consommés de matières TTC+Autres charges externes TTC)

Le poste clients se compose de :

- Les montants facturés aux fournisseurs dans le cadre de la coopération commerciale qui représente l'essentiel du poste client et qui est en corrélation avec le poste Fournisseurs ;
- Les montants facturés dans le cadre des produits locatifs et autres produits accessoires ;
- Les montants en cours d'encaissement relatifs aux ventes de marchandises.

Au 31/12/2009, ce poste comporte par ailleurs la créance de 84Mdh relative au transfert du Fonds de commerce de Salé à la société HLV.

Le délai de règlement augmente sur la période 2007-2009 et passe de 25 à 55 jours en raison de la hausse des montants de coopération commerciale facturés pendant le dernier trimestre des exercices 2008 et 2009 et qui sont toujours en cours de recouvrement à la fin de ces mêmes exercices.

Délai de règlement fournisseurs

Le poste fournisseur se compose de :

- Dettes relatives aux achats de Marchandises ;
- Dettes relatives aux investissements ;
- Dettes relatives aux frais de fonctionnement.

Le délai de règlement fournisseurs enregistre une hausse en 2008 à 128 jours d'achats pour s'établir à 131 jours d'achats en 2009. Cette hausse est due principalement i) aux achats réalisés respectivement au 4^{ème} trimestre de 2008 et 2009 en prévision des ouvertures de nouveaux magasins et non encore réglées à la fin 2008 et de 2009 et ii) à l'importance des investissements réalisés et en cours durant les deux exercices.

V.4.4. Ratios de rentabilité :

Ratios de rentabilité En Kdh	2007	2008	Var	2009	Var
Résultat net	8 393	42 787	>100%	79 018	84,7%
Capitaux propres	180 023	746 934	>100%	792 736	6,1%
Rentabilité des capitaux propres ⁴⁰	4,7%	5,7%		10,0%	
Total actif	576 316	1 385 520	>100%	1 983 695	43,2%
Rentabilité nette ⁴¹	1,5%	3,1%		4,0%	

Source: Label'Vie SA

Rentabilité des capitaux propres

La rentabilité des capitaux propres s'est améliorée en 2008 suite à la bonne performance de la société et ce malgré la hausse des capitaux propres suite à l'augmentation de capital réalisés lors de l'introduction en bourse de la Société.

En 2009, la rentabilité des capitaux propres a continué sur cette même lancée bénéficiant de la stabilité des capitaux propres et de l'amélioration du résultat net par rapport à l'exercice précédent.

Rentabilité nette

⁴⁰ Résultat net / Capitaux propres

⁴¹ Résultat net / Total actif

L'amélioration de ce ratio entre 2007 et 2008 reflète une bonne exploitation de la totalité de l'actif de l'entreprise. Notons qu'en 2008, Label'Vie a gagné près de 1,6 points de marge essentiellement suite à la hausse importante de son résultat net.

En 2009, la rentabilité nette de la Société a atteint 4,0% contre 3,1% en 2008. Cette augmentation s'explique principalement par l'amélioration du résultat sur la période. Ainsi la Société profite des performances réalisées par ses magasins et des économies d'échelles réalisées.

V.4.5. Ratios d'endettement :

Ratios d'endettement	2007	2008	Var	2009	Var
En Kdh					
DLMT	96 080	141 217	47,0%	391 343	>100%
Dettes de financement	96 080	141 217	47,0%	391 343	>100%
Trésorerie passif - Trésorerie actif	-84 366	-279 867	>100%	-151 563	-45,8%
Titres VMP	105	147 398	>100%	173 962	18,0%
Endettement net⁴²	11 609	-286 048		65 818	
Financement permanent	276 104	888 151	>100%	1 184 079	33,3%
DLMT/Financement permanent	35%	16%		33%	
Ratio d'endettement à long terme⁴³	>100%	NS		>100%	
Capitaux propres	180 023	746 934	>100%	792 736	6,1%
Ratio de solvabilité⁴⁴	0,06	NS		0,08	
Ratio d'autonomie financière⁴⁵	53%	19%		49%	

Source: Label'Vie SA

Malgré l'accroissement des dettes de financement, l'endettement net a diminué en 2008 suite notamment à i) la trésorerie générée par l'introduction en bourse, à ii) l'excédent de fonds de roulement et iii) à la capacité d'autofinancement dégagée au titre du même exercice.

En 2009, l'endettement net passe à 65 Mdh, principalement en raison de (i) l'augmentation des dettes de financement de plus de 100% en 2009, ii) des titres et VMP, reflet du programme de rachat des actions de la société qui reste en cours jusqu'en Mai 2010, iii) de la Trésorerie nette positive qui a atteint en 2009 151 Mdh.

Les dettes de financement représentent en 2007 et 2009 environ 35% des sources de financement de Label'Vie SA. En 2008, et suite à l'augmentation de capital par introduction en bourse, la société a connue un financement basé surtout sur ses fonds propres ce qui a engendré une baisse de la contribution des dettes de financement à 16%.

Ratio de solvabilité

Le ratio de solvabilité de Label'Vie est faible sur la période analysée reflétant une structure financière basée principalement sur les capitaux propres, lesquelles couvrent largement les engagements court et long terme de la Société.

⁴² Dettes de financement - Trésorerie nette - Titres et VMP

⁴³ DLMT / Endettement net

⁴⁴ Endettement net / Capitaux propres

⁴⁵ Dettes de financement / Capitaux propres

Ratio d'autonomie financière

Le ratio d'autonomie financière ne dépasse pas 53% sur les années 2007, 2008 et 2009 et témoigne d'une structure financière basée sur un niveau de fonds propres identique au niveau d'endettement.

V.5. ANALYSE DU TABLEAU DE FINANCEMENT

En Kdh	2007		2008		2009	
	Emplois	Ressources	Emplois	Ressources	emplois	Ressources
I. Ressources stables de l'exercice						
Autofinancement		19 366		62 929		56 979
Capacité d'autofinancement		19 366		62 929		90 195
- Distribution de bénéfices		0		0		33 216
Cessions et réductions d'immobilisations		10 549		0		97 754
Cessions d'immobilisations corporelles		10 549		0		62 754
Cessions d'immobilisations financières		0		0		35 000
Augmentation capitaux propres & assimilés		57 697		524 124		0
Augmentation de capital, apports		57 697		524 124		0
Augmentation des dettes de financement		82 797		62 979		271 987
(Nette de primes de remboursement)						
Total I - Ressources stables		170 409		650 031		426 720
II. Emplois stables de l'exercice						
Acquisition & augmentation d'immobilisations	134 621		320 422		404 279	
Acquisition d'immos incorporelles	9 437		4 136		50 291	
Acquisition d'immos corporelles	124 809		279 067		281 714	
Acquisition d'immos financières	374		37 220		72 274	
Remboursement des capitaux propres						
Remboursement des dettes de financement	13 892		17 842		21 862	
Emplois en non valeurs	8 651		28 636		31 664	
Total II - Emplois stables	157 163		366 900		457 805	
III. Variation du BFR		65 285		87 631		97 220
IV. Variation de la trésorerie	78 531		195 501			128 304
Total	235 694	235 694	650 031	650 031	555 025	555 025

Source: Label'Ve SA

En 2008, les ressources stables de Label'Ve sont principalement constituées de l'augmentation de capital effectuée en 2008 suite à l'opération d'introduction en bourse de la Société, ainsi qu'à l'augmentation des dettes de financement. De plus, une capacité d'autofinancement en progression conforte le niveau des ressources stables au titre de cet exercice.

En 2009, les ressources stables de la société proviennent de cessions d'immobilisations relatives à des opérations de lease back immobilier, à des cessions de titres de participation de Supermarché Souissi suite à l'opération de fusion - absorption, ainsi qu'à l'augmentation des dettes de financement.

S'agissant des emplois stables sur la période 2007-2009, ils concernent des acquisitions d'immobilisations, corporelles en majeure partie, ainsi que le remboursement des dettes de financement.

VI. PERSPECTIVES DE LABEL'VIE SA

Avertissement

Les prévisions ci-après sont fondées sur des hypothèses dont la réalisation présente par nature un caractère incertain. Les résultats et les besoins de financement réels peuvent différer de manière significative des informations présentées. Ces prévisions ne sont fournies qu'à titre indicatif, et ne peuvent être considérées comme un engagement ferme ou implicite de la part de l'émetteur.

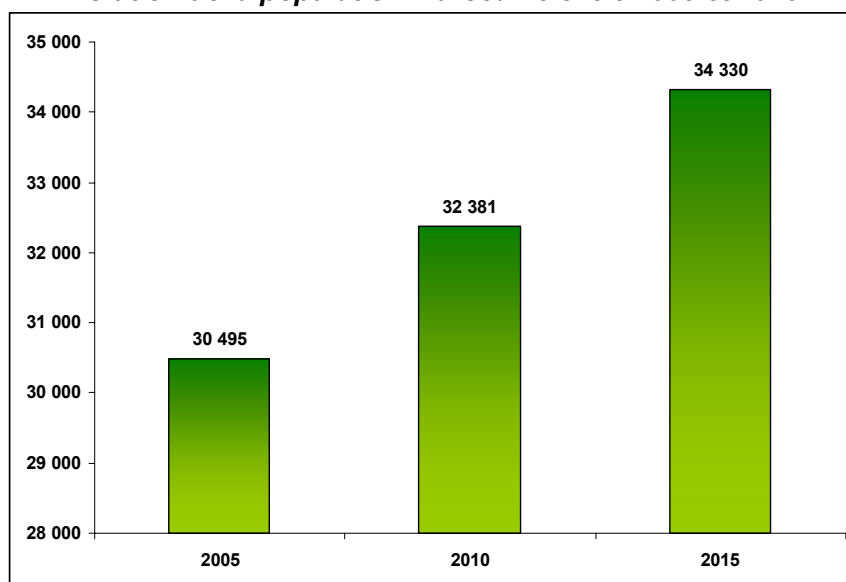
VI.1. PERSPECTIVES DU SECTEUR

VI.1.1. Indicateurs démographiques :

Evolution de la population

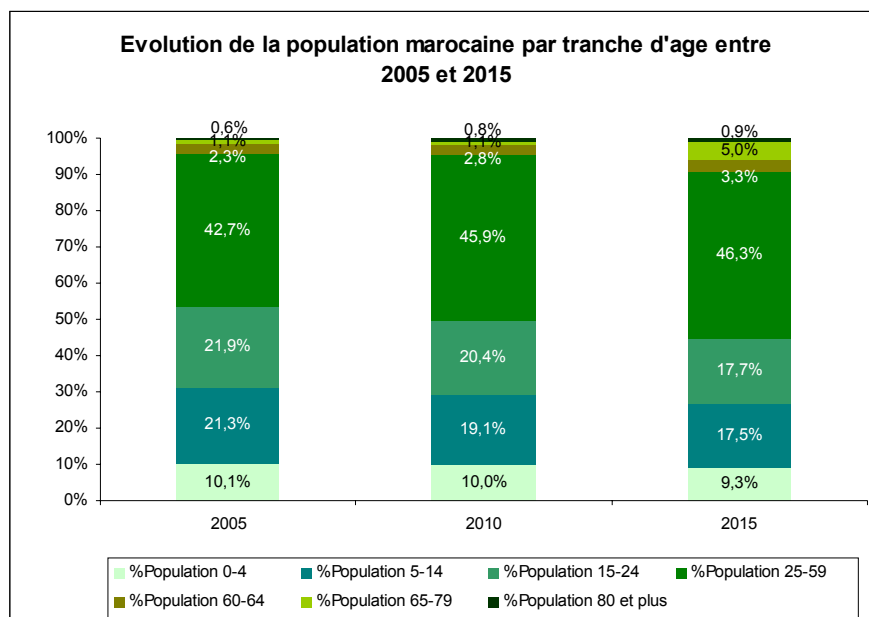
Selon une étude réalisée par le Département des Affaires Economiques et Sociales des Nations Unies, la population marocaine devrait croître d'une moyenne de 6,1% chaque cinq années entre 2005 et 2015, passant ainsi de 30,5 Millions d'habitants en 2005 à 34,3 Millions d'habitats en 2015.

Evolution de la population marocaine entre 2005 et 2015 :



Source: Population Division of the Department of Economic and Social Affairs of the United Nations Secretariat
World Population Prospects: The 2009 Revision and World Urbanization Prospects: The 2009 Revision

L'accroissement de la population marocaine durant la période 2005-2015 est principalement marqué par la tranche de population des 24-60 ans. Ainsi, cette tranche représentera 39,5% en 2015 toujours selon la même étude. La figure suivante illustre en détail le développement de la population du Maroc entre 2005 et 2015 et les tranches d'âges concernées :



Source: United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division (2009). World Population Prospects: The 2008 Revision

L'évolution de la population marocaine va engendrer un accroissement de la densité démographique, la faisant passer de 43 habitants au km² en 2005 à environ 49 habitants au km² en 2015.

Evolution du taux d'urbanisation :

Le taux d'urbanisation au Maroc a été en forte augmentation entre 1990 et 2010 et devrait continuer dans sa progression pour atteindre un taux avoisinant les 65% en 2015. Le tableau suivant illustre cette progression :

Année	Population urbaine	Population totale	Taux d'urbanisation
1990	12 005	24 808	48,39%
1995	13 931	26 951	51,69%
2000	15 375	28 827	53,34%
2005	16 835	30 495	55,21%
2010	18 859	32 381	58,24%
2015	20 999	34 330	61,17%

Source: United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division (2009). World Population Prospects: The 2008 Revision

Le taux d'urbanisation passerait ainsi de 48,4% en 1990 à 61% en 2015, favorisant ainsi les grandes agglomérations et le développement urbain. La population urbaine étant d'environ 12 Millions en 1990, avoisinerait les 21 Millions en 2015, affichant une progression de la population urbaine de 75% en 25 ans.

Selon les recensements de la Direction de la Statistique, le développement de la population urbaine au Maroc se répartit comme suit :

Région	1994			2004		
	Urbain	Rural	Total	Urbain	Rural	Total
Oued Ed Dahab - Lagouira	30 340	6 411	36 751	61 830	37 537	99 367
Laâyoune - Boujdour - Sakia El Hamra	160 957	14 712	175 669	236 378	19 774	256 152
Guelmim - Es Semara	217 954	168 121	386 075	286 784	175 626	462 410
Souss – Massa - Daraâ	899 239	1 736 283	2 635 522	1 270 961	1 842 692	3 113 653
Gharb - Chrarda - Béni Hssen	623 958	1 001 124	1 625 082	780 971	1 078 569	1 859 540
Chaouia - Ouardigha	589 116	919 961	1 509 077	724 001	931 659	1 655 660
Marrakech - Tensift - El Haouz	948 640	1 775 564	2 724 204	1 216 713	1 885 939	3 102 652
L'Oriental	975 978	792 713	1 768 691	1 183 355	734 739	1 918 094
Grand Casablanca	2 953 224	173561	3 126 785	3 325 539	305 522	3 631 061
Rabat - Salé - Zemmour - Zaer	1 565 290	420 312	1 985 602	1 919 322	447 172	2 366 494
Doukala - Abda	616 106	1 177 352	1 793 458	713 996	1 270 043	1 984 039
Tadla - Azilal	448 478	876 184	1 324 662	529 029	921 490	1 450 519
Meknès - Tafilalet	965 682	938 108	1 903 790	1 202 487	939 040	2 141 527
Fès - Boulemane	917 058	405 415	1 322 473	1 133 684	439 371	1 573 055
Taza - Al Hoceïma - Taounate	371 043	1 348 801	1 719 844	436 663	1 370 450	1 807 113
Tanger - Tétouan	1 137 963	898 069	2 036 032	1 441 921	1 028 451	2 470 372
Total Maroc	13 421 026	12 652 691	26 073 717	16 463 634	13 428 074	29 891 708
% du Total	51,5%	48,5%	-	55,1%	44,9%	-
Variation Urbain 1994-2004				22,7%		
Variation Rural 1994-2004				6,1%		
Variation Total 1994-2004				14,6%		

Source : Haut commissariat au plan – Recensement Général de la population et de l'habitat de 2004

Le recensement général de la population et de l'habitat effectué en 2004 permet d'établir les conclusions suivantes :

- La population urbaine excède la population rurale sur l'ensemble de la période étudiée.
- Le pourcentage de la population urbaine représente un accroissement de 400 points de base entre 1994 et 2004, passant de 51,5% à 55,1%.
- La population urbaine a augmenté de 22,7% entre 1994 et 2004.
- La population rurale n'a augmenté que de 6,1% durant la même période.
- La population du Maroc a augmenté de 14,6% entre 1994 et 2004.

VI.1.2. Indicateurs économiques :

Evolution de la production

La croissance du PIB au Maroc se stabilise à partir de 2008, exception faite de l'année 2010 où les effets de la crise économique mondiale affecteront légèrement la production nationale. En 2009, la croissance du PIB au Maroc est nettement supérieure à la moyenne de 1,7% des pays émergents et en voie de développement.

Indicateur	2006	2007	2008	2009	2010p	2011p	2015p
PIB réel (Maroc)	7.8%	2.7%	5.6%	5.2%	3.2%	4.5%	5.0%
PIB réel (MENA) ⁴⁶	5.7%	5.6%	5.1%	2.4%	4.5%	4.8%	4.8%

Source : Fonds Monétaire International – World Economic Outlook, April 2010

Les prévisions du FMI concernant l'évolution du PIB sont basées sur les prévisions et faits suivants⁴⁷ :

- L'effet direct limité de la crise mondiale sur la Maroc, grâce à un secteur financier sain et bien capitalisé, ayant des liens limités avec les marchés financiers internationaux avec peu ou pas d'exposition aux actifs toxiques ;
- Des finances publiques saines, grâce à un faible niveau de la dette extérieure des banques, des ménages et des entreprises (les prêts en devises ne représentent que 2,4% du total des prêts en 2009), ainsi qu'à un faible niveau de la dette extérieure publique, avec risques de refinancement et de taux d'intérêt limités ;
- Une demande intérieure résistante ainsi qu'une campagne agricole exceptionnelle en 2009, suite à une récolte céréalière exceptionnelle.

La baisse du PIB réel en 2010 est principalement dû :

- Aux effets de la crise mondiale, qui a touché le Maroc par le biais du secteur réel (baisse des exportations de 34%, baisse des recettes du tourisme de 14%, et baisse des envois de fonds de 12% entre le 1^{er} semestre 2008 et le 1^{er} semestre 2009) ;

Evolution de l'inflation

Indicateur	2006	2007	2008	2009	2010p	2011p	2015p
IPC ⁴⁸ (Maroc)	3.3%	2.0%	3.9%	1.0%	2.0%	2.6%	2.6%
IPC (MENA) ⁴⁹	7.5%	10.0%	13.5%	6.6%	6.5%	6.4%	5.3%

Source : Fonds Monétaire International – World Economic Outlook, April 2010

Selon l'étude de l'économie mondiale effectuée par le FMI, le Maroc afficherait des tendances inflationnistes stables et inférieures aux tendances de la région MENA, mais pas assez basses pour générer un risque de déflation qui pénaliserait tout autant l'économie qu'une forte hausse des prix.

Le taux d'inflation est ainsi raisonnable dans le cas du Maroc et est soutenu par un taux plus élevé d'évolution de la production sur toute la durée de l'étude.

Avec un PIB réel prévisionnel en progression démontrant une bonne résistance face à la crise économique, et un taux d'inflation bas et stable sur toute la période présentée, le consommateur marocain a une propension à la consommation, notamment pour les biens de première nécessité telle que les produits alimentaires.

⁴⁶ Régio du Moyen Orient et de l'Afrique du Nord

⁴⁷ Rapport du FMI de Février 2010, *Maroc : Consultations de 2009 au titre de l'article IV*

⁴⁸ Indice des prix à la consommation, en pourcentage des prix de l'année précédente

⁴⁹ Régio du Moyen Orient et de l'Afrique du Nord

VI.1.3. Potentiel du secteur du commerce :

A l'image des prévisions du FMI concernant l'évolution de la production nationale, le secteur du commerce au Maroc a un potentiel de développement remarquable grâce à l'amélioration de plusieurs aspects de l'économie marocaine.

Ainsi, eu égard à :

- la hausse du taux d'alphabétisme (**adultes** : 41,6% en 1994 contre 56,4% en 2008/ **Jeunes** : 58,4% en 1994 contre 76,6% en 2008)⁵⁰ ;
- et la facilité à l'accès à l'information (utilisation de plus en plus fréquente d'Internet, diversité des supports de communication et de marketing),

le consommateur marocain devient de plus en plus exigeant quant à la qualité des produits offerts, mais aussi à la qualité du service, de l'hygiène et autres paramètres relatifs aux surfaces de vente.

Par conséquent, et dans la perspective d'assurer un développement durable du secteur du commerce, le Ministère de l'Industrie, du Commerce et de la Mise à Niveau de l'Economie a mis en place un plan de restructuration du secteur, le Plan « Rawaj Vision 2020 ».

Plan Rawaj en bref⁵¹:

▪ Objectifs :

- Améliorer les conditions d'approvisionnement du citoyen marocain ;
- Améliorer le niveau de vie des commerçants ;
- Augmenter la contribution de la valeur ajoutée du secteur au PIB national (tripler le PIB actuel du commerce et porter la contribution du commerce au PIB national à 15% en 2020, contre 11% en 2006) ;
- Créer des opportunités d'emplois (plus de 450 000 emplois) ;
- Porter la croissance du secteur à 8% annuellement.

▪ Principales faiblesse du secteur à traiter :

- Manque de compétence : insuffisance d'acteurs structurants, de formation et qualification adaptées, faible valorisation du savoir faire local et national.
- Freins opérationnels et réglementaires : complexité des procédures administratives, absence de cadre organisant les métiers et fixant des critères pour les activités commerciales, dispositifs réglementaires perfectibles.
- Freins institutionnels : absence de système de veille, absence de politiques publiques d'appui à la modernisation du secteur.
- Vétusté et insuffisance des infrastructures : Faiblesse logistique, équipements publics à moderniser (marchés de gros, abattoirs).

▪ Diagnostic des Grandes et Moyennes Surfaces :

- **Forces** : *Modèle en croissance* (+20% de croissance par an prévue jusqu'en 2012), *Modèle attractif* pour le consommateur (modernité, qualité, prix, variété de l'offre, promotions attractives, moyens de paiement), et *Opportunités pour les producteurs nationaux*.
- **Faiblesses** : Services logistiques, qualification des ressources, foncier dédié.

⁵⁰ ISU : Institut de Statistique de l'UNESCO, Education au Maroc

⁵¹ Ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles Technologies : Plan Rawaj, Vision 2020

▪ **Leviers d'amélioration :**

- Régularité et mise aux standards des approvisionnements ;
- Relations fournisseurs/distributeurs ;
- Logistiques et métiers connexes ;
- Emergence de nouveaux métiers ;
- Protection du consommateur.

▪ **Plan de mise en œuvre - Grande et Moyenne Surface :**

- Définition des plans dédiés aux espaces commerciaux ;
- Amélioration des conditions d'approvisionnement en produits frais ;
- Contribution au développement des produits et marques locales ;
- Mise en œuvre de chartes d'éthique entre producteurs et opérateurs de la distribution.

▪ **Objectifs du Plan Rawaj - Grande et Moyenne Surface :**

- Une valeur ajoutée de 26 milliards MAD à l'horizon 2020 ;
- 600 points de vente GMS à l'horizon 2020 ;
- Création de 90 000 emplois en GMS, dont 4 000 cadres.

VI.1.4. Attractivité du marché marocain par rapport à l'international :

Une étude effectuée par le Cabinet Américain AT Kearney, spécialisé en conseil en stratégie de management, visant à analyser le développement du secteur de la grande distribution, a démontré que le Maroc occupait la 19^{ème} place en 2009 des marchés émergents. Ce classement a été réalisé grâce à un indice appelé le « Global Retail Development Index ». Cet indice prend en considération 4 paramètres pondérés équitablement à 25% pour donner une note totale du GRDI 2009. Ces paramètres sont : le risque du pays, l'attractivité du marché, la saturation du marché et la contrainte du temps :

Pays	Risque*	Attractivité*	Saturation*	Contrainte du temps*	Note
Maroc	47	27	77	41	48
Moyenne ⁵²	50	44	56	45	49
<i>Légende</i>	<i>* 0 : élevé 100 : négligeable</i>	<i>*0 : négligeable 100 : élevé</i>	<i>* 0 : saturé 100 : Pas saturé</i>	<i>*0 : aucune 100 : existence de contrainte</i>	

Source : The 2009 A.T. Kearney Global Retail Development Index

Suite à ce classement, où les 3 premières places sont occupées par l'Inde, la Russie et la Chine respectivement, le Maroc affiche un niveau de risque moyen et un niveau bas de saturation. Le secteur de la grande distribution est ainsi en voie de développement et beaucoup d'opportunités peuvent encore être exploitées afin de développer ce secteur.

VI.2. ORIENTATIONS STRATEGIQUES 2010-2013p

La politique générale de la société consiste à développer l'activité Supermarché à travers le royaume par l'exploitation de nouvelles niches ainsi que le développement des points de vente déjà existants. Ce développement peut se faire par une stratégie commerciale agressive, des innovations dans les produits présentés, et par une attention accordée aux besoins de la clientèle.

⁵² Représente la moyenne des 30 premiers pays émergents au plus haut potentiel de développement du secteur de la grande distribution, suite au classement de 2009 (Le Maroc étant 19^{ème} du classement).

A travers un partenariat avec Carrefour, Label'Vie tient à développer une nouvelle activité initiée en 2009 suite à la création d'un premier hypermarché à Salé. Un deuxième hypermarché a été ouvert en Avril 2010 à Marrakech dans le centre commercial Al Mazar.

Par ailleurs, la société prévoit l'ouverture de 3 nouveaux hypermarchés supplémentaires à l'horizon 2011 (à Oujda, Casablanca et Taza) et continuera le développement de cette activité en 2012 et 2013 par l'ouverture de 2 Hypermarchés par an.

Enfin, et dans un souci d'optimisation des processus de la société, la création d'une plateforme centrale basée à Skhirat est prévue pour janvier 2011 et constituera un outil fondamental pour accompagner le développement de la société. Cette plateforme, d'une superficie globale de 24.000 m² extensible, puisque offrant la possibilité de doubler la superficie dans un horizon de 4 à 5 ans, répondra aux normes et standards internationaux. Elle permettra de disposer d'une plateforme unique et totalement informatisée pour la gestion de l'ensemble du stock des supermarchés et hypermarchés. Elle abritera, dans les meilleures conditions, les produits commercialisés dans les magasins : fruits et légumes, poissons et surgelés, fromages, charcuterie, liquides...etc.

VI.3. PROGRAMME D'INVESTISSEMENT PREVISIONNEL 2010p-2013p

Dans un objectif de concrétisation de la stratégie d'expansion de la société, il est prévu de procéder à l'ouverture de nouveaux magasins de types supermarchés, hypermarchés et superettes à l'horizon 2013.

Suite à une étude et analyse rigoureuses des villes et régions à haut potentiel, Label'Vie a décidé d'établir un plan d'ouverture détaillant les montants d'investissement, les caractéristiques des magasins, ainsi que les marges prévus pour chaque site.

Ouvertures prévues en 2010- 2013p des supermarchés et superettes :

Projet	Superficie en m ²	Date d'ouverture	Avancement du projet	Coût (en Kdh)
Gauthier	400	Février 2010	Ouvert	13 997
Kenitra	500	Février 2010	Ouvert	10 737
Témara	300	Avril 2010	Ouvert	8 737
Agadir	1 500	Juillet 2010	Ouvert	38 818
Fès Route d'Immouzzar	1 600	Septembre 2010	Magasin en cours d'alimentation en marchandises (Premières commandes émises).	60 008
Marrakech La fontaine	1 500	Septembre 2010	Magasin en cours d'alimentation en marchandises (Premières commandes émises).	39 555
Rabat el Manal	1 200	Octobre 2010	Constructions en stade final d'équipement.	39 635
Meknes Plaisance	1 500	Octobre 2010	Constructions en stade final d'équipement.	54 248
Safi	1 500	Novembre 2010	Local dans un centre commercial en stade final d'aménagement.	22 860
Temara Wifaq	1 200	Décembre 2010	Construction en cours.	36 730
Total 2010	11 200	-		325 325
Total 2011	12 000	-		342 477
Total 2012	12 000	-		342 477
Total 2013	12 000	-		342 477
Total	47 200	-		1 352 756

Source : Label'Vie SA
Données arrêtées à fin juillet 2010

En 2010, Label'Vie Sa a procédé à l'ouverture de nouveaux types de magasins sous la forme de superette. Ces magasins ont une superficie plus réduite, un assortiment de produits plus réduit, ainsi que des prestations de services supplémentaires (journaux, tabac et cartes téléphoniques).

Au total, Label'Vie prévoit l'ouverture, à l'horizon 2013, de 40 nouveaux supermarchés d'une superficie globale de 47 200 m² et d'un coût global d'investissement avoisinant 1,4 GDh.

Ce coût d'investissement sera financé comme suit :

- Levée de fonds obligataire :	500 Mdh
- Dettes bancaires :	187 Mdh
- Leasing :	44 Mdh
- Autofinancement :	514 Mdh
- Variation BFR (ressource) :	108 Mdh
- Total :	1 353 Mdh

A travers ce programme d'ouverture, Label'Vie compte s'implanter dans de nouvelles villes à fort potentiel tels que Marrakech, Fès et Agadir, et en même temps, conforter sa présence dans d'autres villes, par :

- l'ouverture de nouveaux magasins ;
- la fidélisation de la clientèle et la recherche d'une nouvelle clientèle.

Ouvertures prévues en 2010-2013p des hypermarchés :

Projet	Superficie en m ²	Date d'ouverture	Avancement du projet	Coût (en Kdh)
Marrakech	6 000	Avril 2010	Ouvert	96 358
Total 2010	6 000	-	-	96 358
Taza	3 000	Juillet 2011	Terrain acquis	119 217
Oujda	4 000	Juillet 2011	En cours de traitement	178 700
Casablanca	7 500	Septembre 2011	En cours de traitement	321 870
Total 2011	14 500	-	-	619 787
Fès	5 500	Juillet 2012	-	86 930
Autre	5 500	Juillet 2012	-	149 400
Total 2012	11 000	-	-	236 330
Tanger	5 500	Juillet 2013	-	86 928
Autre	5 500	Juillet 2013	-	149 400
Total 2013	11 000	-	-	236 328
Total 2010-2013	42 500	-		1 188 802

Source : Label'Vie SA

Suite au partenariat avec le Groupe Carrefour, Label'Vie prévoit l'ouverture d'hypermarchés dans les villes d'Oujda, Casablanca, Taza, Fès et Tanger. Au total, l'investissement avoisinera les 1,2 GDh et permettra la création de huit hypermarchés d'une superficie globale de 42 500 m².

Le coût d'investissement global des hypermarchés sera financé comme suit :

- Dettes bancaires :	515 Mdh
- Leasing :	40 Mdh

- Autofinancement :	476 Mdh
- Variation BFR (ressource) :	158 Mdh
- Total :	1 189 Mdh

Ouverture de la plateforme de Skhirat :

Projet	Superficie Totale (en m ²)	Date d'ouverture	Coût (En Kdh)
Plateforme Skhirate	24 000	Janvier 2011	159 699

La plateforme de Skhirat, d'une superficie globale de 24.000 m², devra être opérationnelle à partir de janvier 2011.

Synthèse des ouvertures des supermarchés et hypermarchés en 2010-2013p :

Projet	Superficie Totale (en m ²)	Nombre de magasins	Coût global (en Kdh)
Supermarchés et superettes	47 200	40	1 352 756
Hypermarchés	42 500	8	1 188 802
Total	89 700	48	2 541 558
Plateforme Skhirat	24 000	1	159 699

Source : Label'Vie SA

Sur la période 2010-2013p, Label'Vie comptera une superficie de vente supplémentaire de 89 700 m² toute activité confondue, et investira au total 2,7 GDh.

VI.4 ANALYSE DES COMPTES PREVISIONNELS

VI.4.1 CPC Prévisionnel consolidé 2009⁵³-2013p :

Le tableau ci-dessous présente l'évolution des principaux postes du compte de produits et charges sur la période 2010-2013p :

En Kdh	2009	2010p	2011p	2012p	2013p
Ventes de marchandise en l'état	1 656 469	2 406 554	3 626 495	5 296 826	6 949 701
<i>% du C.A</i>	<i>90,2%</i>	<i>89,8%</i>	<i>88,9%</i>	<i>89,4%</i>	<i>89,1%</i>
Ventes des biens et services produits	179 923	274 788	451 853	629 108	849 163
<i>% du C.A</i>	<i>9,8%</i>	<i>10,2%</i>	<i>11,1%</i>	<i>10,6%</i>	<i>10,9%</i>
Chiffre d'affaires	1 836 393	2 681 342	4 078 348	5 925 933	7 798 865
<i>Variation</i>	<i>-</i>	<i>46,0%</i>	<i>52,1%</i>	<i>45,3%</i>	<i>31,6%</i>
Reprises d'exploitation, transfert de charges	1 527	-	-	-	-
Produits d'exploitation	1 837 920	2 681 342	4 078 348	5 925 933	7 798 865
Achats revendus de marchandises	1 486 987	2 155 299	3 259 047	4 765 051	6 258 420
Achats consommés ⁵⁴	19 622	25 835	38 826	56 026	73 123
Autres charges externes ⁵⁵	124 234	180 603	282 337	387 446	494 837
Impôts et taxes	3 325	3 761	4 776	5 944	7 901
Charges de personnel	92 041	122 575	176 052	247 877	322 607

⁵³ Pour l'exercice 2009, il s'agit de comptes sociaux et pour la période 2010p-2013p, il s'agit de comptes consolidés (Label'Vie + HLV)

⁵⁴ Il s'agit des consommables constitués des achats de fournitures et de fournitures de bureau hors achats d'énergie et de prestations de service.

⁵⁵ Les autres charges externes comprennent : l'entretien et maintenance, le transport, le loyer et leasing, l'assurance, l'énergie et prestations de service, le marketing et d'autres frais généraux (déplacements, missions et réceptions, services bancaires...).

Dotations d'exploitation		37 242	61 569	85 272	117 426	138 326
Charges d'exploitation		1 763 451	2 549 642	3 846 310	5 579 770	7 295 214
	<i>% du C.A</i>	<i>96,0%</i>	<i>95,1%</i>	<i>94,3%</i>	<i>94,2%</i>	<i>93,5%</i>
Résultat d'Exploitation		74 469	131 700	232 038	346 163	503 651
	<i>% du C.A</i>	<i>4,1%</i>	<i>4,9%</i>	<i>5,7%</i>	<i>5,8%</i>	<i>6,5%</i>
Résultat Financier		-5 213	-26 289	-47 985	-59 803	-60 975
	<i>% du C.A</i>	<i>na</i>	<i>na</i>	<i>na</i>	<i>na</i>	<i>na</i>
Résultat Courant		69 256	105 411	184 053	286 360	442 676
	<i>% du C.A</i>	<i>3,8%</i>	<i>3,9%</i>	<i>4,5%</i>	<i>4,8%</i>	<i>5,7%</i>
Résultat Non Courant		23 953	13 750	0	0	0
Résultat Avant Impôts		93 209	119 161	184 053	286 360	442 676
Impôts sur les résultats		14 191	18 169	33 220	85 908	132 803
Résultat Net		79 018	100 992	150 833	200 452	309 873
	<i>% du C.A</i>	<i>4,3%</i>	<i>3,8%</i>	<i>3,7%</i>	<i>3,4%</i>	<i>4,0%</i>

Source: LabelVie SA

Evolution du chiffre d'affaires :

En Kdh	2009	2010p	2011p	2012p	2013p	TCAM
Chiffre d'affaires	1 836 393	2 681 342	4 078 348	5 925 933	7 798 865	43,6%
<i>Variation</i>	-	<i>46,0%</i>	<i>52,1%</i>	<i>45,3%</i>	<i>31,6%</i>	
Ventes de marchandise en l'état	1 656 469	2 406 554	3 626 495	5 296 826	6 949 701	43,1%
<i>% du C.A</i>	<i>90,2%</i>	<i>89,8%</i>	<i>88,9%</i>	<i>89,4%</i>	<i>89,1%</i>	
<i>Dont</i>						
Ventes de marchandises – LabelVie		1 784 957	2 438 739	3 188 511	3 983 269	30,7%
<i>LabelVie existants</i>		1 784 957	2 145 803	2 274 551	2 411 025	10,5%
<i>LabelVie en projet</i>		-	292 936	913 959	1 572 244	131,7%
Ventes de marchandises – Carrefour		621 596	1 187 756	2 108 315	2 966 432	68,4%
<i>Carrefour existants</i>		621 596	772 644	819 003	868 143	11,8%
<i>Carrefour en projet</i>		-	415 112	1 289 312	2 098 289	124,8%
Ventes des biens et services produits	179 923	274 788	451 853	629 108	849 163	47,4%
<i>% du C.A</i>	<i>9,8%</i>	<i>10,2%</i>	<i>11,1%</i>	<i>10,6%</i>	<i>10,9%</i>	

Source: LabelVie SA

La société prévoit une évolution continue des ventes de marchandises en l'état, qui représenteraient près de 90% de son chiffre d'affaires tout au long de la période du business plan, de par la nature de l'activité de la société (société de grande distribution).

Ces ventes augmenteraient d'une moyenne annuelle de 43,1% entre 2009 et 2013p.

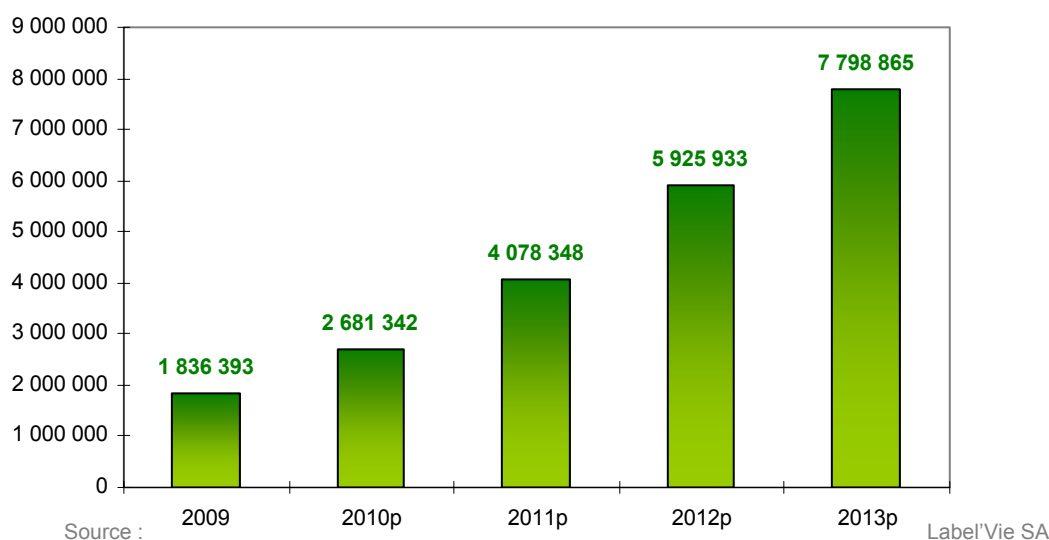
Par conséquent, les ventes de biens et services produits ne représenteraient que 10 à 11% du chiffre d'affaires durant la même période d'analyse.

Ces ventes, qui sont constituées essentiellement de la marge arrière de la Société (coopération, droits d'ouverture, référencement, loyers des magasins) affichent une progression annuelle moyenne de 47,4%. Elles évolueraient de la même manière que les ventes de marchandises et atteindraient à l'horizon 2013p, 849,2Mdh contre 179,9Mdh à fin 2009.

Suite à cette progression des ventes de marchandises en l'état et des ventes des biens et services produits, le chiffre d'affaires de LabelVie SA devrait suivre une progression annuelle moyenne durant la période du business plan de 43,6%.

Ces prévisions de l'accroissement du chiffre d'affaires de la société sont principalement basées sur les nouvelles ouvertures programmées à l'horizon 2013p, ainsi que sur l'augmentation des ventes des magasins déjà existants.

Evolution du chiffre d'affaires de Label'Ve SA en 2009-2013p (En Kdh)



Evolution prévisionnelle des achats :

En Kdh	2009	2010p	2011p	2012p	2013p	TCAM
Achats	1 506 609	2 181 134	3 297 873	4 821 077	6 331 543	43,2%
<i>En % des ventes de marchandises</i>	<i>91,0%</i>	<i>90,6%</i>	<i>90,9%</i>	<i>91,0%</i>	<i>91,1%</i>	
Achats revendus de marchandises	1 486 987	2 155 299	3 259 047	4 765 051	6 258 420	43,2%
<i>En % des ventes de marchandises</i>	<i>89,8%</i>	<i>89,6%</i>	<i>89,9%</i>	<i>90,0%</i>	<i>90,1%</i>	
Achats consommés	19 622	25 835	38 826	56 026	73 123	38,9%
<i>En % des ventes de marchandises</i>	<i>1,2%</i>	<i>1,1%</i>	<i>1,1%</i>	<i>1,1%</i>	<i>1,1%</i>	

Source: Label'Ve SA

Les achats de la Société sont en ligne avec l'amélioration de l'activité de la Société. Ainsi, avec une évolution annuelle moyenne de 43,1% des ventes de marchandises en l'état sur la période 2009-2013p, les achats revendus de marchandises évoluent suivant la même tendance affichant un TCAM de 43,2% sur la même période.

Les achats consommés, essentiellement constitués des sachets d'emballage destinés aux clients, ne représentent que 1% des ventes de marchandises de la société sur la période d'analyse avec une croissance annuelle moyenne de 38,9% sur la même période d'analyse.

Evolution prévisionnelle des charges d'exploitation hors achats :

En Kdh	2009	2010p	2011p	2012p	2013p	TCAM
Charges d'exploitation hors achats	256 842	368 508	548 436	758 693	963 671	39,2%
<i>En % du C.A</i>	<i>14,0%</i>	<i>13,7%</i>	<i>13,4%</i>	<i>12,8%</i>	<i>12,4%</i>	
Dont autres charges externes	124 234	180 603	282 337	387 446	494 837	41,3%
<i>En % du C.A</i>	<i>6,8%</i>	<i>6,7%</i>	<i>6,9%</i>	<i>6,5%</i>	<i>6,3%</i>	
Dont charges de personnel	92 041	122 575	176 052	247 877	322 607	36,8%
<i>En % du C.A</i>	<i>5,0%</i>	<i>4,6%</i>	<i>4,3%</i>	<i>4,2%</i>	<i>4,1%</i>	
Dotations d'exploitation	37 242	61 569	85 272	117 426	138 326	38,8%
<i>En % du C.A</i>	<i>2,0%</i>	<i>2,3%</i>	<i>2,1%</i>	<i>2,0%</i>	<i>1,8%</i>	

Source: Label'Ve

Les charges d'exploitation hors achats de Label'Ve SA devraient progresser d'un TCAM de 39%, sur la période 2009-2013p, suite à la stratégie de développement de la société et aux ouvertures prévues de nouveaux magasins.

Ces frais sont principalement composés des charges de personnel, d'autres charges externes et des dotations d'exploitation.

Evolution des charges de personnel :

Les charges de personnel devraient connaître une progression annuelle moyenne de 36,8% sur la période 2009-2013p. Cette progression est expliquée, d'une part par les nouveaux recrutements liés aux nouvelles ouvertures de supermarchés et hypermarchés (en moyenne près de 1000 personnes par an à l'horizon 2013p), et d'autre part par les augmentations qui seront accordées au personnel de la société.

Evolution des autres charges externes :

Les autres charges externes comprennent les charges relatives à l'entretien et maintenance, les frais de franchise, le transport, le loyer, le leasing, les frais d'assurance, l'énergie et prestations de service, le téléphone, ainsi que les frais relatifs aux opérations de Marketing et d'autres frais généraux.

Ces charges connaîtront une évolution annuelle moyenne sur la période 2009-2013p de 41,3%.

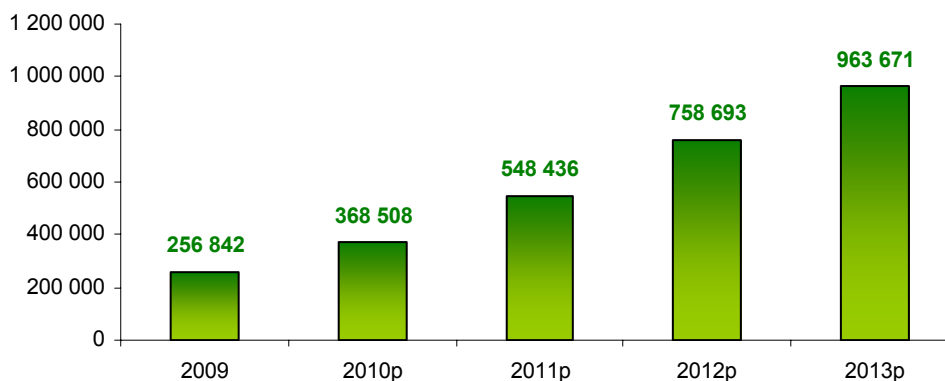
Evolution des dotations d'exploitation :

Les dotations d'exploitation évoluent de 38,8% sur la période 2009-2013p. Cette hausse est expliquée par les investissements engagés par la société en rapport avec son programme d'ouverture de nouveaux magasins sur la période 2010p-2013p.

Rapportées au chiffre d'affaire, ces dotations demeurent stables et représentent environ 2% du chiffre d'affaires pendant la même période.

Le graphique suivant illustre l'évolution prévisionnelle des charges d'exploitation hors achats :

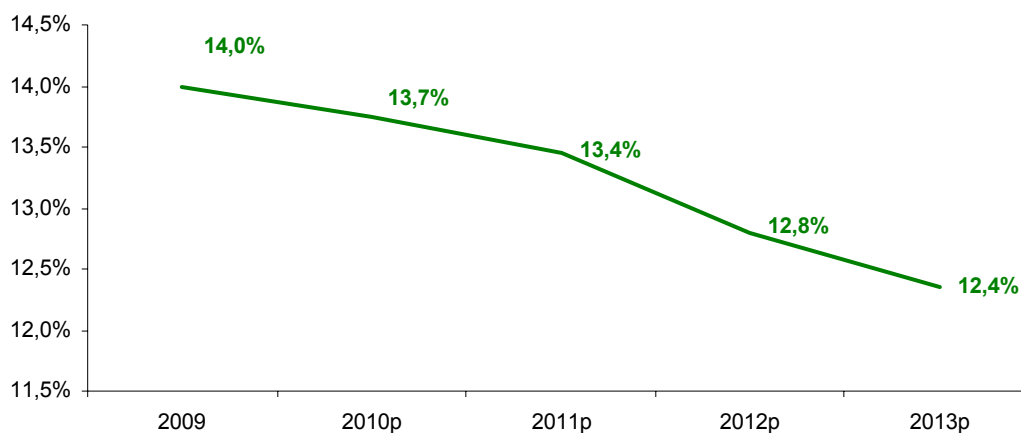
Charges d'exploitation hors achats de Label'Ve SA durant la période 2009 à 2013p (En Kdh)



Source : Label'Ve SA

Le graphique suivant illustre la progression prévisionnelle des charges d'exploitation hors achats par rapport au chiffre d'affaires de la société :

**Evolution des charges d'exploitation hors achats en % du chiffre d'affaires
sur la période 2009 à 2013p**



Source : Label Vie SA

Sur la période prévisionnelle, le poids des charges d'exploitation hors achats est en diminution par rapport au chiffre d'affaires, ce qui témoigne d'une maîtrise des charges de la société ainsi que du bénéfice d'économies d'échelle que la société génère à travers l'augmentation de son volume d'activité.

Evolution du résultat d'exploitation :

En Kdh	2009	2010p	2011p	2012p	2013p	TCAM
Résultat d'exploitation	74 469	131 700	232 038	346 163	503 651	61,3%
<i>Variation</i>	-	76,9%	76,2%	49,2%	45,5%	
<i>Marge opérationnelle (en %)</i>	4,1%	4,9%	5,7%	5,8%	6,5%	

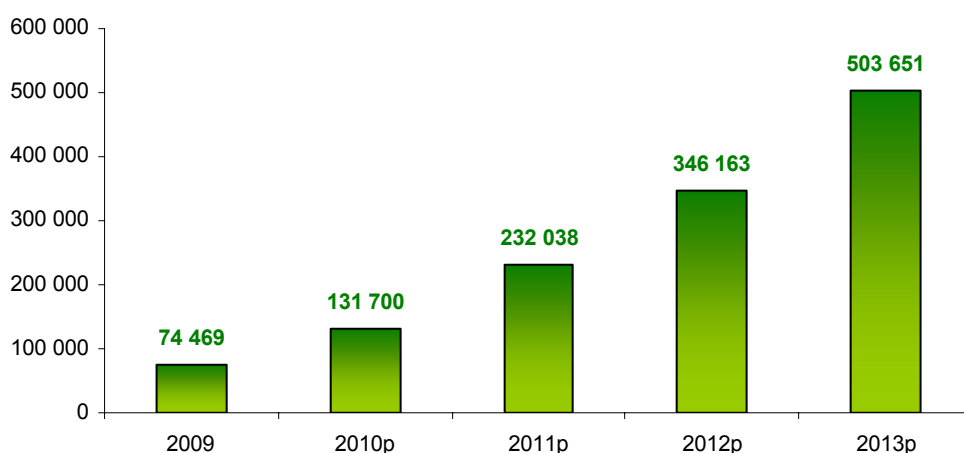
Source: Label Vie SA

Le résultat d'exploitation de Label Vie SA est en progression continue sur la période d'analyse 2009-2013p, principalement grâce à :

- L'augmentation des ventes de marchandises et de prestations de service suite à la hausse des ventes et des droits sur les nouvelles ouvertures de supermarchés et hypermarchés ;
- les économies d'échelle réalisées essentiellement sur les charges d'exploitation, suite à l'augmentation du volume d'activité.

Le résultat d'exploitation s'accroît d'une moyenne annuelle de 61,3% et présente une marge opérationnelle en nette amélioration passant de 4,1% en 2009 à 6,5% en 2013p.

Résultat d'exploitation de Label'Vie SA durant la période 2009 à 2013p (En Kdh)



Source : Label'Vie SA

Evolution du résultat financier :

En Kdh	2009	2010p	2011p	2012p	2013p	TCAM
Résultat financier	-5 213	-26 289	-47 985	-59 803	-60 975	ns
<i>Variation</i>	-	-404,3%	-82,5%	-24,6%	-2,0%	
<i>En % du CA</i>	0,3%	1,0%	1,2%	1,0%	0,8%	

Source : Label'Vie SA

Le résultat financier est déficitaire sur toute la période d'analyse. Il est constitué essentiellement des intérêts relatifs aux moyens de financement du programme d'investissement de la société, à savoir, les crédits MLT et l'émission obligataire objet de la présente note d'information.

A partir de 2013p, la société prévoit une amélioration de son résultat financier progressivement grâce à l'arrivée à échéance de certains CMT, ainsi que la baisse des intérêts financiers d'une année à une autre suite aux échéances constantes des CMT déjà contractés.

Evolution du résultat non courant :

En Kdh	2009	2010p	2011p	2012p	2013p	TCAM
Résultat non courant	23 953	13 750	0	0	0	na
<i>Variation</i>		-42,6%	na	na	na	
<i>En % du CA</i>	1,3%	0,5%	0%	0%	0%	

Source : Label'Vie SA

Le résultat non courant passe de 23 953 Kdh à 13 750 Kdh. A partir de 2011p, le résultat non courant de la société est égal à 0.

Le résultat non courant enregistré en 2010p correspond à la plus value nette de cession par Label'Vie SA de 5% du capital de HLV à Carrefour Partenariat International en 2010.

Evolution du résultat net :

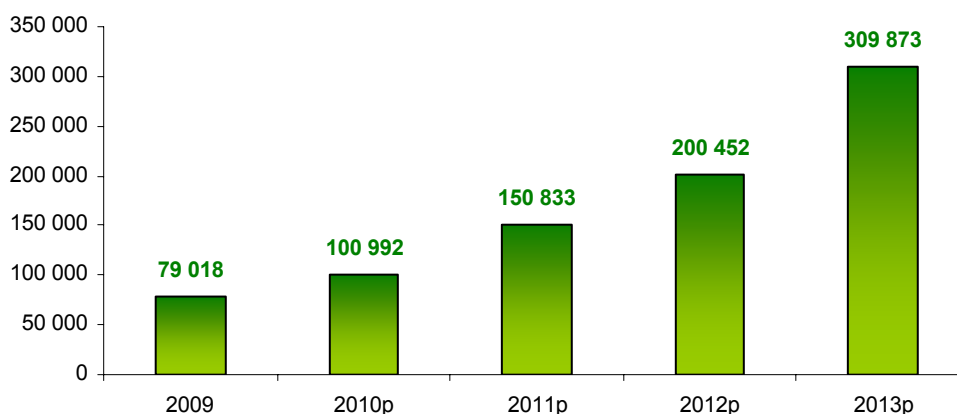
En Kdh	2009	2010p	2011p	2012p	2013p	TCAM
Résultat net	79 018	100 992	150 833	200 452	309 873	40,7%
<i>Variation</i>	-	27,8%	49,4%	32,9%	54,6%	
<i>Marge nette (en %)</i>	4,3%	3,8%	3,7%	3,4%	4,0%	

Source: Label'Vie

Le résultat net progresse annuellement en moyenne de 40,7%. Cette progression est principalement due à un chiffre d'affaires en amélioration continue, à une bonne maîtrise des charges d'exploitation.

Le graphique suivant illustre la progression du résultat net de la société durant la période prévisionnelle 2009-2013p :

Résultat net de Label'Vie SA durant la période 2009 à 2013p (En Kdh)



Source Label'Vie SA

VI.4.2 Bilan Prévisionnel consolidé 2009-2013p :

Le tableau ci-dessous présente l'évolution des principaux postes du bilan prévisionnel consolidé sur la période 2010-2013p :

En Kdh	2009	2010p	2011p	2012p	2013p
Actif immobilisé net	929 698	1 626 080	2 207 666	2 581 523	2 889 071
Stocks	211 427	306 333	422 649	508 965	595 280
Clients	335 678	384 494	631 312	879 669	1 186 802
Autres créances d'exploitation	335 328	724 066	499 214	590 658	701 228
Actif Circulant	882 434	1 414 894	1 553 175	1 979 292	2 483 310
Disponibilités	171 563	14 774	33 260	48 363	60 092
Total Actif	1 983 695	3 055 747	3 794 101	4 609 179	5 432 474
Capital social	229 075	229 075	229 075	229 075	229 075
Capital Social HLV	-	70 000	70 000	70 000	70 000
Prime d'émission	479 258	479 258	479 258	479 258	479 258
Réserve légale	2 203	6 154	11 203	18 745	28 767
Report à nouveau	3 183	9 528	24 677	47 302	77 369
Résultat net	79 018	100 992	150 833	200 452	309 873
Capitaux propres	792 736	895 006	965 046	1 044 831	1 194 342
Emprunts et dettes financières	391 343	999 388	1 115 915	1 144 585	1 154 115
Financement permanent	1 184 079	1 894 394	2 080 961	2 189 416	2 348 457
Fournisseurs et comptes rattachés	720 963	1 034 189	1 511 751	2 134 222	2 703 128

Autres dettes d'exploitation	58 652	127 164	201 390	285 540	380 888
Passif circulant	779 616	1 161 353	1 713 141	2 419 763	3 084 016
Trésorerie Passif	20 000	-	-	-	-
Total Passif	1 983 695	3 055 747	3 794 101	4 609 179	5 432 474

Source: LabelVie SA

Evolution prévisionnelle de l'actif immobilisé

En Kdh	2009	2010p	2011p	2012p	2013p	TCAM
Actifs immobilisés bruts n-1	679 099	1 092 448 ⁵⁶	1 797 826	2 464 685	2 955 968	
Acquisitions et augmentation d'immobilisations	360 777 ⁵⁷	705 378	666 859	491 283	445 874	
Actifs immobilisés bruts	1 039 876	1 797 826	2 464 685	2 955 968	3 401 842	
Amortissements cumulés	110 177	171 746	257 017	374 444	512 770	
Immobilisations nettes	929 698	1 626 080	2 207 666	2 581 523	2 889 071	32,8%
<i>Variation</i>		<i>74,9%</i>	<i>35,8%</i>	<i>16,9%</i>	<i>11,9%</i>	

Source: LabelVie SA

Les immobilisations nettes de la Société augmentent d'un TCAM de 32,8% durant la période 2009-2013p. Cette augmentation est expliquée par :

- Le programme d'ouverture de 40 supermarchés entre 2010p et 2013p, à raison de 10 superettes et supermarchés en 2010p et de 10 supermarchés par an entre 2011 et 2013 ;
- L'ouverture de 3 nouveaux hypermarchés en 2011p (Casablanca, Taza et Oujda) et 4 autres hypermarchés en 2012p et 2013p ;
- L'acquisition du foncier relatif aux nouvelles ouvertures ;
- Les investissements de renouvellement des sites déjà existants.

Evolution prévisionnelle de l'actif circulant

En Kdh	2009	2010p	2011p	2012p	2013p	TCAM
Stocks	211 427	306 333	422 649	508 965	595 280	
Clients	335 678	384 494	631 312	879 669	1 186 802	
Autres créances de l'actif circulant	335 328	724 066	499 214	590 658	701 228	
Actif Circulant	882 434	1 414 894	1 553 175	1 979 292	2 483 310	29,5%

Source: LabelVie SA

L'actif circulant de la Société augmente d'un TCAM de 29,5% entre 2009 et 2013p, suite à l'augmentation des postes « Stocks », « Clients » ainsi que des « autres créances de l'actif circulant ». La ventilation de ces Autres créances se présente comme suit :

⁵⁶ Egal à l'actif immobilisé brut en 2009, incluant un investissement relatif à HLV d'un montant de 52 572 Kdh.

⁵⁷ = Acquisition et augmentation d'immobilisation (404 279 Kdh) + Emplois en non valeur (31 664 Kdh) – Cessions d'immobilisations financières (35 000 Kdh) – Cessions d'immobilisations corporelles hors plus-value (40 164 Kdh)

En Kdh	2009	2010p	2011p	2012p	2013p	TCAM
Avances fournisseurs	8 149	13 109	21 573	29 576	35 471	
Personnel	4 313	5 841	8 389	11 812	15 372	
Etat	117 994	170 466	249 184	351 786	445 560	
Autres créances et comptes de régularisation	30 910	10 687	16 105	23 522	30 862	
Titres de placement	173 962	523 962	203 962	173 962	173 962	
Autres créances de l'actif Circulant	335 328	724 066	499 214	590 658	701 228	20,3%

Source: Label'Vie SA

Les autres créances de l'actif circulant augmentent de 20,3% sur la période 2009-2013p.

Ils se composent d'avances fournisseurs, de créances envers le personnel, créances envers l'état, d'autres créances et comptes de régularisation, ainsi que de titres de placement.

En 2010p, et suite à la levée de fonds obligataire, la société procède au placement à court terme des 350 Mdh non encore utilisé pour financer le plan de développement de la société en 2010p, et faisant ainsi passer le poste « Titres de placement » de 173 962 Kdh à 523 962 Kdh.

En 2011p, le poste « Titres de placement » passe de 523 962 Kdh à 203 962 Kdh. Ainsi, 91% des placements des 350 Mdh en court terme arrive à maturité. Les 30 Mdh restantes arriveront à maturité en 2012p.

Evolution prévisionnelle du financement permanent

En Kdh	2009	2010p	2011p	2012p	2013p	TCAM
Capital social	229 075	229 075	229 075	229 075	229 075	
Capital Social HLV	-	70 000	70 000	70 000	70 000	
Réserves	484 644	494 940	515 138	545 305	585 394	
Résultat net	79 018	100 992	150 833	200 452	309 873	
Capitaux propres	792 736	895 006	965 046	1 044 831	1 194 342	
Emprunts et dettes financières	391 343	999 388	1 115 915	1 144 585	1 154 115	
Financement permanent	1 184 079	1 894 394	2 080 961	2 189 416	2 348 457	18,7%

Source: Label'Vie SA

Le financement permanent augmente de 18.7% en moyenne annuelle entre 2009 et 2013p. Cette progression s'explique d'une part, par le renforcement des fonds propres grâce à l'amélioration du résultat net, et d'autre part, par la hausse de l'endettement financier exigé pour financer le programme d'investissement de la société.

Fonds propres

L'évolution des fonds propres de la société se présente comme suit sur la période prévisionnelle :

En Kdh	2009	2010p	2011p	2012p	2013p	TCAM
Capital social	229 075	229 075	229 075	229 075	229 075	
Capital Social HLV	-	70 000	70 000	70 000	70 000	
Réserves	484 644	494 940	515 138	545 305	585 394	
Résultat net	79 018	100 992	150 833	200 452	309 873	
Capitaux propres	792 736	895 006	965 046	1 044 831	1 194 342	10,8%

Source: Label'Vie SA

Les capitaux propres connaîtront une progression annuelle moyenne de 10,8%, expliquée principalement par l'amélioration continue des bénéfices.

Il est à noter que la société prévoit une distribution de dividendes de 80% des bénéfices durant la période 2009-2013p.

Endettement financier

L'évolution des dettes de financement de la société se présente comme suit sur la période prévisionnelle :

En Kdh	2009	2010p	2011p	2012p	2013p	TCAM
Dettes existantes	391 343	333 388	278 629	223 871	169 258	
Nouveaux CMT à partir de 2010		166 000	337 286	420 714	484 857	
Emission obligataire		500 000	500 000	500 000	500 000	
Total des dettes de financement	391 343	999 388	1 115 915	1 144 585	1 154 115	31%
Ratio d'autonomie financière ⁵⁸	49%	112%	116%	110%	97%	

Source: Label'Vie SA

Les dettes de financement consolidées connaîtront une progression importante sur la période 2009-2013p avec un TCAM de 31%, expliquée globalement par le besoin de financement du programme d'investissement de la société et ce, par le recours aux emprunts bancaires et au marché obligataire à travers l'émission d'obligations d'un montant de 500 Mdh, objet de la présente note d'information.

Ratio d'autonomie financière

Le calcul du ratio d'autonomie financière révèle un niveau d'endettement comparable au niveau de financement en fonds propres de la société sur la période 2010p-2013p. En effet, et suite aux différentes sources de financement contractés par la société afin de poursuivre son programme d'investissement sur cette période, le ratio d'autonomie financière de Label'Vie SA se stabilise autour de 100%.

Evolution prévisionnelle du BFR

L'évolution du besoin en fonds de roulement prévisionnel se présente comme suit sur la période 2009-2013p :

En Kdh	2009	2010p	2011p	2012p	2013p
BFR	102 818	253 541	-159 966	-440 470	-600 706
Var BFR		150 724	-413 506	-280 505	-160 236
BFR en jours de CA TTC	17	28	-12	-22	-23
Stocks en jours de ventes ⁵⁹	41	42	38	32	28
Clients en jours de CA TTC ⁶⁰	55	43	46	45	46
Fournisseurs en jours d'achats TTC ⁶¹	131	130	125	121	117

Source: Label'Vie SA

Le besoin en fonds de roulement de la Société est négatif à partir de 2011p, caractéristique propre aux sociétés opérant dans le secteur de la grande distribution, puisque bénéficiant d'un délai de règlement des fournisseurs, contre un règlement à l'achat des clients. Cette caractéristique est bénéfique à Label'Vie SA lui permettant de financer en partie son activité sans recours supplémentaire aux financements extérieurs.

⁵⁸ Dettes de financement / Capitaux propres

⁵⁹ (Stocks x 360) / (Achats revendus de marchandise TTC + Achats consommés de matières et fournitures TTC)

⁶⁰ (Clients et comptes rattachés x 360) / Chiffre d'affaires TTC

⁶¹ (Dettes fournisseurs nettes x 360) / (Achats de marchandises TTC + achats consommés de matières TTC + Autres charges externes TTC)

En 2013p, le BFR de la société devrait arriver à -775 Mdh.

Le stock en jours de ventes de la Société est en constante diminution entre 2010p et 2013p, reflétant une amélioration importante du turnover du stock de Label'Vie SA. En 2013p, le stock représente moins d'un mois des achats de l'année.

Les créances clients de Label'Vie SA passent de 43 jours de CA en 2010p à 46 jours en 2013p, accompagnant l'accroissement de la marge arrière suite aux nouvelles ouvertures de magasins (supermarchés et hypermarchés) programmées sur la période 2010p-2013p.

Enfin, les dettes fournisseurs représentent près de 130 jours d'achats en 2010p. Ce poste est en baisse progressive sur la période d'étude pour atteindre 117 jours en 2013p, soit environ 3 mois d'achats, reflétant la bonne capacité de la société à négocier ses contrats d'approvisionnement avec ses fournisseurs.

VI.4.3 Tableau de flux Prévisionnel consolidé 2009-2013p :

Le tableau suivant présente l'évolution des emplois et ressources de la société sur la période 2009-2013p :

En Kdh	2009	2010p	2011p	2012p	2013p
Ressources					
Augmentation des dettes de financement	271 987	666 000	195 000	135 000	135 000
Capacité d'autofinancement	90 195	162 561	236 105	317 878	448 199
Titres de placement	-	-	320 000	30 000	-
Variation du BFR		146 706	93 506	250 504	160 236
Total Ressources	362 182	975 267	844 611	733 382	743 435
Emplois					
Investissements	338 189	705 378	666 859	491 283	445 874
Titres de placement	-	350 000	-	-	-
Remboursement d'emprunts CMLT	21 862	57 955	78 473	106 330	125 470
Distribution de dividendes	33 215	68 722	80 794	120 666	160 362
Variation du BFR	97 220	-	-	-	-
Total emplois	490 486	1 182 055	826 125	718 280	731 705
Variation de la trésorerie	-128 304	-206 789	18 486	15 103	11 729
Trésorerie nette d'ouverture	279 867	221 563 ⁶²	14 775	33 261	48 364
Trésorerie nette de clôture	151 563	14 775	33 261	48 364	60 093

Source: Label'Vie SA

Les ressources consolidées de la société connaîtront une progression importante à partir de 2010p passant à 975,3Mdh contre 362,2Mdh à fin 2009. Cette progression est expliquée par :

- la hausse des dettes de financement de la société: Afin de financer les investissements programmés dans le cadre des nouvelles ouvertures de supermarchés et hypermarchés, Label Vie SA envisage de contracter des financements bancaires et obligataires notamment à travers la présente émission obligataire de 500 Mdh prévue en 2010;
- la hausse de la capacité d'autofinancement entre 2010p et 2013p qui reflète l'amélioration continue des bénéfices de la société sur la période d'analyse ;

⁶² Égale à la trésorerie nette de clôture de l'exercice 2009 + un montant de 70 Mdh relatif au capital social de HLV créée en 2009.

- L'arrivée à échéance des placements à court terme de la société en 2011p et 2012p (respectivement 320 Mdh et 30 Mdh).

Les emplois de la société sont essentiellement constitués :

- des investissements engagés dans le cadre de la réalisation du programme des nouvelles ouvertures ;
- des remboursements des emprunts bancaires ;
- Des placements à court terme de la société en 2010p ;
- et enfin des dividendes distribués aux actionnaires.

La trésorerie nette demeure positive sur toute la période d'analyse et indique un niveau raisonnable entre 33Mdh et 60 Mdh entre 2011p et 2013p.

VII. FACTEURS DE RISQUES

La société LABEL'VIE S.A. exerce son activité dans un environnement en évolution induisant des risques dont certains échappent à son contrôle, et qui s'ajoutent aux risques inhérents à l'exercice de ses métiers. La société LABEL'VIE S.A. a présenté ci-dessous des risques significatifs auxquels elle estime être exposée.

VII.1 RISQUE ECONOMIQUE

Les revenus futurs et les résultats de Label'Vie SA dépendent de manière significative de l'évolution de l'économie marocaine.

L'activité principale de Label'Vie SA est la vente de produits de grande consommation. En conséquence, le chiffre d'affaires et la rentabilité de Label'Vie SA dépendent de manière significative de l'évolution des dépenses de consommation des marocains. L'évolution de la consommation au Maroc s'inscrit notamment dans le contexte d'évolution de la situation économique du pays et, plus particulièrement, des revenus disponibles de la population. Une contraction ou une croissance future plus faible de l'économie marocaine pourrait avoir un impact négatif sur la progression du nombre de consommateurs et du panier moyen, ce qui pourrait avoir une incidence défavorable sur la croissance et la rentabilité des activités de Label'Vie SA ou même entraîner une diminution de ses revenus et de ses résultats.

Le risque économique est réduit en premier lieu grâce aux perspectives émanant des organismes internationaux en matière d'évolution du PIB et de l'inflation. En deuxième lieu, le risque économique est atténué, dans le cas de Label'Vie SA, grâce à la structure du chiffre d'affaire, essentiellement constitué par les ventes de produits alimentaires, donc de première nécessité.

VII.2 RISQUE CONCURRENTIEL

Le risque concurrentiel recouvre à la fois le risque d'apparition d'un nouveau concurrent organisé, et le risque de perdre du terrain par rapport aux concurrents existants. LABEL'VIE SA pourrait ainsi faire face à une intensification de la concurrence sur le marché marocain de la grande distribution avec le développement des enseignes concurrentes, ce qui entraînerait une perte de parts de marché et une réduction des revenus de Label'Vie SA.

VII.3 RISQUE D'INVESTISSEMENT

Le risque d'investissement recouvre le risque de ne pas réaliser les projets dans le budget et dans les délais prévus initialement, avec un impact négatif sur le taux de rendement des projets. Toutefois, LABEL'VIE SA a accumulé une riche expérience dans la réalisation de projets d'ouvertures de magasins, appuyée par des experts dépêchés par Best Real Estate. Le risque d'investissement est également réduit à ce jour grâce à la décision de créer une équipe dédiée entièrement à la gestion du développement et qui jouirait de l'expérience des différentes directions opérationnelles de Label'Vie SA

Par ailleurs, le risque d'investissement englobe aussi certains risques liés aux évolutions du prix de l'immobilier au Maroc. La demande sur l'immobilier dans les zones urbaines ne cesse d'augmenter, du fait de la croissance démographique, de l'augmentation du taux d'urbanisation et de la facilitation de l'accès au crédit. Les prix du foncier ont donc de fortes chances de poursuivre la tendance ascendante enregistrée depuis quelques années. Cette situation représente un facteur de risque pour LABEL'VIE SA, si cette dernière n'arrive pas à limiter l'impact du renchérissement de l'immobilier commercial dans son programme d'investissement.

Ce risque est néanmoins atténué par la volonté de l'état de créer 15 nouvelles villes à l'horizon 2020. Ces villes satellites constitueraient une offre de terrains supplémentaire dans les zones urbaines, ce qui aurait tendance à atténuer l'envolée des prix.

VII.4 RISQUE DE GESTION

Dans le cadre de son activité, la société LABEL'VIE SA est soumise à plusieurs risques de gestion dont notamment : les risques liés aux denrées alimentaires, les risques relatifs au vol et à la fraude, ainsi que les risques liés aux ressources humaines.

Les produits alimentaires sont susceptibles par définition de causer des risques réels pour la santé. Malgré les assurances en responsabilité civile contractées par la société, un consommateur affecté par un produit alimentaire acheté auprès des magasins LABEL'VIE pourrait causer un préjudice en termes d'image et de réputation pour LABEL'VIE SA ; cette situation pourrait se traduire notamment par une perte de clients et avoir des répercussions sur les revenus de la société.

La performance de Label'Vie SA dépend de manière significative de son équipe de direction, qui a une grande expérience et une grande connaissance de la grande distribution. La perte de membres clés de la direction pourrait avoir un impact négatif significatif sur la capacité de Label'Vie SA à mettre en oeuvre sa stratégie. LABEL'VIE SA dépend également d'un personnel qualifié ayant l'expérience et les capacités nécessaires au développement de son activité. L'éventuelle difficulté de Label'Vie SA à recruter et à former des équipes compétentes et qualifiées pourrait se traduire notamment par une dégradation des services offerts et un sérieux obstacle au développement de la société.

VII.5 RISQUE JURIDIQUE

Risque juridique lié au secteur de la grande distribution

Les activités de la société LABEL'VIE SA sont soumises à de nombreuses réglementations liées à la nature des produits qu'elle commercialise. Le cadre réglementaire est susceptible d'évolutions futures qui pourraient être favorables ou défavorables à LABEL'VIE SA. Ces évolutions pourraient entraîner des coûts supplémentaires, ne pas être en adéquation avec le modèle de développement de la société LABEL'VIE SA ou modifier le contexte concurrentiel dans lequel pourrait évoluer la société.

Risque juridique lié aux investissements

Les demandes d'autorisation pour la construction des grands magasins dans les grandes villes sont instruites par les communes qui les soumettent aux services et organismes concernés pour les aspects techniques spécifiques, à savoir l'Agence Urbaine et la Division Economique de la Préfecture. Ces demandes sont ensuite traitées par une commission tripartite présidée par le directeur de l'Agence Urbaine et regroupant les représentants de la commune et de la Wilaya qui se prononce sur le projet conformément aux prescriptions légales et réglementaires et notamment à celles des documents d'urbanisme en vigueur (Schéma Directeur d'Aménagement Urbain, Plan d'Aménagement, ...etc.).

En ce qui concerne les demandes d'autorisations d'exploitation, cette attribution est du ressort du président de la commune en vertu de l'article 44 de la charte communale. Concernant la procédure d'instruction de cette demande, elle diffère d'une commune à une autre.

VIII. FAITS EXCEPTIONNELS ET LITIGES

VIII.1 LITIGES ET AFFAIRES CONTENTIEUSES

A la date d'établissement de la présente note d'information, la société est sujette aux litiges suivants :

- un litige avec la société Elimadis, fournisseurs des produits « Leader Price ». Ledit fournisseur a engagé une saisie conservatoire pour un montant de 6 Mdh. Aujourd'hui une expertise est toujours en cours et le risque maximum lié à cette affaire a été provisionné à hauteur de 5,8 Mdh à fin 2009.
- Neuf litiges sociaux en cours de traitement, le plus significatif concernant un employé ayant une ancienneté de 8 ans, licencié pour comportement non professionnel, et qui réclame une indemnité de 80 Kdh.
La totalité des litiges sociaux de la société a été provisionné à hauteur de 100 Kdh.

VIII.2 FAITS EXCEPTIONNELS

Suite à l'acquisition des sociétés Supermarché Souissi, Bab Zaër et Les Alcools Réunis, un contrôle fiscal est en cours, pour lequel la société a doté un montant de 1,3 Mdh en provision.

IX. ANNEXES

IX.1 Bilans des exercices 2007, 2008 et 2009 :

Nom ou raison sociale : HYPER 2007

Exercice du 01/01/2007 Au 31/12/2007

Tableau N° 1

BILAN - ACTIF (Modèle normal)

ACTIF	EXERCICE			EXERC. PRECED
	BRUT	AMORT. - PROV.	NET	NET
IMMOBILISATIONS EN NON VALEURS (A)	23 124 927,19	10 346 591,08	12 778 336,11	7 279 370,89
- FRAIS PRELIMINAIRES	1332 452,84	1179 884,76	152 568,08	251 255,84
- CHARGES A REPARTIR SUR PLUSIEURS EXERCICES	21792 474,35	9 166 706,32	12 625 768,03	7 028 115,05
- PRIMES DE REMBOURSEMENT DES OBLIGATIONS				
IMMOBILISATIONS INCORPORELLES (B)	96 265 773,91	2 881 581,17	93 384 192,74	84 432 897,61
- IMMOBILISATIONS EN RECHERCHE ET DEVELOP.				
. BREVETS, MARQUES, DROITS & VAL. SIMILAIRES	4 215 773,91	2 881 581,17	1 334 192,74	1 382 897,61
. FONDS COMMERCIAL	92 050 000,00	0,00	92 050 000,00	83 050 000,00
. AUTRES IMMOBILISATIONS INCORPORELLES				
IMMOBILISATIONS CORPORELLES (C)	208 148 583,39	43 041 148,20	165 107 435,19	58 181 907,17
. TERRAINS	33 337 800,00	0,00	33 337 800,00	10 281 157,00
. CONSTRUCTIONS	52 938 849,99	1576 657,95	51 362 192,04	8 911 643,25
. INSTAL. TECHNIQUES, MATERIEL ET OUTILLAGE	31 695 760,65	8 673 972,07	23 021 788,58	10 321 766,60
. MATERIEL DE TRANSPORT	1 121 816,75	628 105,10	493 711,65	241 988,37
. MOBILIER, MAT. DE BUREAU ET AMENAG. DIVERS	62 120 666,07	32 162 413,08	29 958 252,99	27 025 351,95
. AUTRES IMMOBILISATIONS CORPORELLES			0,00	0,00
. IMMOBILISATIONS CORPORELLES EN COURS	26 933 689,93	0,00	26 933 689,93	1 400 000,00
IMMOBILISATIONS FINANCIERES (D)	2 500 290,48	0,00	2 500 290,48	2 126 034,48
. PRETS IMMOBILISES		0,00	0,00	0,00
. AUTRES CREANCES FINANCIERES	2 500 290,48	0,00	2 500 290,48	2 126 034,48
. TITRES DE PARTICIPATION		0,00	0,00	0,00
. AUTRES TITRES IMMOBILISES			0,00	0,00
ECART DE CONVERSION - ACTIF (E)	0,00	0,00	0,00	0,00
. DIMINUTION DES CREANCES IMMOBILISEES				
. AUGMENTATION DES DETTES DE FINANCEMENT				
TOTAL I = (A+B+C+D+E)	330 039 574,97	56 269 320,45	273 770 254,52	152 020 210,15
TOTAL I = (A+B+C+D+E)	330 039 574,97	56 269 320,45	273 770 254,52	152 020 210,15
STOCKS (F)	78 265 434,98	0,00	78 265 434,98	59 883 982,98
. MARCHANDISES	78 265 434,98		78 265 434,98	59 883 982,98
. MATIERES ET FOURNITURES CONSOMMABLES				
. PRODUITS EN COURS				
. PROD. INTERMEDIAIRES & PROD. RESIDUELS				
. PRODUITS FINIS				
CREANCES DE L'ACTIF CIRCULANT (G)	137 896 172,55	1 500 000,00	136 396 172,55	118 182 793,75
. FOURNISSEURS DEBITEURS, AVANCES ET ACOMPTES	1 005 790,80		1 005 790,80	0,00
. CLIENTS ET COMPTES RATACHES	80 204 422,46	1 500 000,00	78 704 422,46	78 097 683,24
. PERSONNEL	2 509 012,44		2 509 012,44	276 405,01
. ETAT	49 884 631,64		49 884 631,64	36 166 752,25
. COMPTES D'ASSOCIES	75 274,59		75 274,59	75 274,59
. AUTRES DEBITEURS	4 199 129,54		4 199 129,54	3 510 000,07
. COMPTES DE REGULARISATION ACTIF	17 911,08		17 911,08	56 678,59
TITRES & VALEURS DE PLACEMENT (H)	104 696,82	0,00	104 696,82	0,00
ECARTS DE CONVERSION - ACTIF (I)			0,00	0,00
(ELEMENTS CIRCULANTS)				
TOTAL II (F + G + H + I)	216 266 304,35	1 500 000,00	214 766 304,35	178 066 776,73
TRESORERIE - ACTIF				
. CHEQUES ET VALEURS A ENCAISSER	11 937 568,61	0,00	11 937 568,61	1 301 839,94
. BANQUES, T.G.E.C.P	69 090 351,85	400 000,00	68 690 351,85	9 850 503,85
. CAISSES, REGIES ET ACCREDITIFS	7 151 949,33	0,00	7 151 949,33	6 618 306,21
TOTAL III	88 179 870,39	400 000,00	87 779 870,39	17 770 650,00
TOTAL GENERAL (I + II + III)	634 485 749,71	58 169 320,45	576 316 429,26	347 857 636,88

BILAN - PASSIF (Modèle normal)

PASSIF	EXERCICE	EXERC. PRECED
CAPITAUX PROPRES		
. CAPITAL SOCIAL OU PERSONNEL (1)	183 260 000,00	125 600 000,00
. MOINS : ACTIONNAIRES, CAPITAL SOUSCRIT NON APPELE		
CAPITAL APPELE DONT VERSE :		
. PRIME D'EMISSION, DE FUSION, D'APPORT	949 149,19	912 470,85
. ECARTS DE REEVALUATION		
. RESERVE LEGALE	63 330,60	63 330,60
. AUTRES RESERVES		
. REPORT A NOUVEAU (2)	-12 642 296,89	-13 644 875,86
. RESULTATS NETS EN INSTANCE D'AFFECTATION (2)		
. RESULTAT NET DE L'EXERCICE (2)	8 393 245,72	1 002 578,97
TOTAL DES CAPITAUX PROPRES (A)	180 023 428,62	113 933 504,56
CAPITAUX PROPRES ASSIMILES (B)		
. SUBVENTIONS D'INVESTISSEMENT		
. PROVISIONS REGLEMENTEES		
DETTES DE FINANCEMENT (C)	96 080 143,91	27 174 369,38
. EMPRUNTS OBLIGATAIRES		
. AUTRES DETTES DE FINANCEMENT	96 080 143,91	27 174 369,38
PROV. DURABLES / RISQUES ET CHARGES (D)		
. PROVISIONS POUR RISQUES		
. PROVISIONS POUR CHARGES		
ECARTS DE CONVERSION - PASSIF (E)		
. AUGMENTATION DES CREANCES IMMOBILISES		
. DIMINUTION DES DETTES DE FINANCEMENT		
TOTAL I (A + B + C + D + E)	276 103 572,53	141 107 873,94
DETTES DU PASSIF CIRCULANT (F)	296 415 594,79	194 414 638,17
. FOURNISSEURS ET COMPTES RATTACHES	264 319 497,60	172 022 422,91
. CLIENTS CREDITEURS, AVANCES ET ACOMPTES		
. PERSONNEL	25 562,50	104 028,24
. ORGANISMES SOCIAUX	1 133 958,11	409 123,61
. ETAT	30 456 638,59	21 584 025,57
. COMPTES D'ASSOCIES	222 972,68	219 755,47
. AUTRES CREANCES	187 505,69	
. COMPTES DE REGULARISATION PASSIF	69 459,62	75 282,37
AUTRES PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES (G)	383 471,81	400 000,00
ECARTS DE CONVERSION - PASSIF (H)		
TOTAL II (F + G + H)	296 799 066,60	194 814 638,17
TRESORERIE - PASSIF		
. CREDITS D'ESCOMPTE		
. CREDITS DE TRESORERIE		0,00
. BANQUES (SOLDES CREDITEURS)	3 413 790,13	11 935 124,77
TOTAL III	3 413 790,13	11 935 124,77
TOTAL GENERAL I + II + III	576 316 429,26	347 857 636,88

BILAN - ACTIF

(Modèle normal)

Exercice du 01/01/2008 Au 31/12/2008

ACTIF	EXERCICE			EXERCICE PRECED.
	BRUT	AMORT. - PROV.	NET	NET
IMMOBILISATIONS EN NON VALEURS (A)	51 760 454,53	16 096 270,73	35 664 183,80	12 778 336,11
- FRAIS PRELIMINAIRES	1 332 452,84	1 259 882,96	72 569,88	152 568,08
- CHARGES A REPARTIR SUR PLUSIEURS EXERCICES	50 428 001,69	14 836 387,77	35 591 613,92	12 625 768,03
- PRIMES DE REMBOURSEMENT DES OBLIGATIONS				
IMMOBILISATIONS INCORPORELLES (B)	100 401 583,99	3 463 898,09	96 937 685,90	93 384 192,74
- IMMOBILISATIONS EN RECHERCHE ET DEVELOP.				
- BREVETS, MARQUES, DROITS & VAL. SIMILAIRES	8 351 583,99	3 463 898,09	4 887 685,90	1 334 192,74
- FONDS COMMERCIAL	92 050 000,00		92 050 000,00	92 050 000,00
- AUTRES IMMOBILISATIONS INCORPORELLES				
IMMOBILISATIONS CORPORELLES (C)	487 215 757,32	56 851 049,27	430 364 708,05	165 107 435,19
- TERRAINS	141 731 600,00		141 731 600,00	33 337 800,00
- CONSTRUCTIONS	102 378 179,36	5 429 667,55	96 946 511,81	51 362 192,04
- INSTAL. TECHNIQUES, MATERIEL ET OUTILLAGE	60 978 420,35	12 959 495,33	48 018 925,02	23 021 788,58
- MATERIEL DE TRANSPORT	1 121 816,75	755 525,75	366 291,00	493 711,65
- MOBILIER, MAT. DE BUREAU ET AMENAG. DIVERS	73 317 900,55	37 706 360,64	35 611 539,91	29 958 252,99
- AUTRES IMMOBILISATIONS CORPORELLES				
- IMMOBILISATIONS CORPORELLES EN COURS	107 689 840,31		107 689 840,31	26 933 689,93
IMMOBILISATIONS FINANCIERES (D)	39 719 796,51	0,00	39 719 796,51	2 500 290,48
- PRETS IMMOBILISES				
- AUTRES CREANCES FINANCIERES	4 719 796,51		4 719 796,51	2 500 290,48
- TITRES DE PARTICIPATION	35 000 000,00		35 000 000,00	0,00
- AUTRES TITRES IMMOBILISES				
ECART DE CONVERSION - ACTIF (E)	0,00	0,00	0,00	0,00
- DIMINUTION DES CREANCES IMMOBILISEES				
- AUGMENTATION DES DETTES DE FINANCEMENT				
TOTAL I = (A+B+C+D+E)	679 097 592,35	76 411 218,09	602 686 374,26	273 770 254,52
STOCKS (F)	123 208 366,52	0,00	123 208 366,52	78 265 434,99
- MARCHANDISES	122 079 325,52		122 079 325,52	78 265 434,99
- MATIERES ET FOURNITURES CONSOMMABLES	1 129 041,00		1 129 041,00	
- PRODUITS EN COURS				
- PROD. INTERMEDIAIRES & PROD. RESIDUELS				
- PRODUITS FINIS				
CREANCES DE L'ACTIF CIRCULANT (G)	235 295 250,33	3 000 000,00	232 295 250,33	136 396 172,55
- FOURNISSEURS DEBITEURS, AVANCES ET ACOMPTE	7 101 579,22		7 101 579,22	1 005 790,80
- CLIENTS ET COMPTES RATACHES	151 973 114,22	3 000 000,00	148 973 114,22	78 704 422,46
- PERSONNEL	5 428 716,03		5 428 716,03	2 509 012,44
- ETAT	61 803 533,49		61 803 533,49	49 884 631,64
- COMPTES D'ASSOCIES				75 274,59
- AUTRES DEBITEURS	3 821 850,37		3 821 850,37	4 199 129,54
- COMPTES DE REGULARISATION ACTIF	5 166 457,00		5 166 457,00	17 911,08
TITRES & VALEURS DE PLACEMENT (H)	152 777 007,46	5 378 563,97	147 398 443,49	104 696,82
ECARTS DE CONVERSION - ACTIF (I)	64 863,91		64 863,91	0,00
(ELEMENTS CIRCULANTS)	64 863,91		64 863,91	0,00
TOTAL II (F + G + H + I)	511 345 488,22	8 378 563,97	502 966 924,25	214 766 304,35
TRESORERIE - ACTIF				
- CHEQUES ET VALEURS A ENCAISSER	36 813 118,65		36 813 118,65	11 937 568,61
- BANQUES, T.G.E.C.P.	241 625 598,56	1 400 000,00	240 225 598,56	68 690 351,85
- CAISSES, REGIES ET ACCREDITIFS	2 828 310,41		2 828 310,41	7 151 949,93
TOTAL III	281 267 027,62	1 400 000,00	279 867 027,62	87 779 870,39
TOTAL GENERAL (I + II + III)	1 471 710 108,19	86 189 782,06	1 385 520 326,13	576 316 429,26

BILAN - PASSIF (Modèle normal)

Exercice du 01/01/2008 Au 31/12/2008

PASSIF	EXERCICE	EXERC. PRECED
CAPITAUX PROPRES		
..CAPITAL SOCIAL OU PERSONNEL (1)	229 075 000,00	183 260 000,00
..MOINS : ACTIONNAIRES, CAPITAL SOUSCRIT NON APPELE		
CAPITAL APPELE DONT VERSE :		
..PRIME D'EMISSION, DE FUSION, D'APPORT	479 257 749,19	949 149,19
..ECARTS DE REEVALUATION		
..RESERVE LEGALE	63 330,60	63 330,60
..AUTRES RESERVES		
..REPORT A NOUVEAU (2)	-4 249 051,17	-12 642 296,89
..RESULTATS NETS EN INSTANCE D'AFFECTATION (2)		
..RESULTAT NET DE L'EXERCICE (2)	42 786 879,77	8 393 245,72
TOTAL DES CAPITAUX PROPRES (A)	746 933 908,39	180 023 428,62
CAPITAUX PROPRES ASSIMILES (B)		
..SUBVENTIONS D'INVESTISSEMENT		
..PROVISIONS REGLEMENTEES		
DETTES DE FINANCEMENT (C)	141 217 315,50	96 080 143,91
..EMPRUNTS OBLIGATAIRES		
..AUTRES DETTES DE FINANCEMENT	141 217 315,50	96 080 143,91
PROV. DURABLES / RISQUES ET CHARGES (D)		
..PROVISIONS POUR RISQUES		
..PROVISIONS POUR CHARGES		
ECARTS DE CONVERSION - PASSIF (E)		
..AUGMENTATION DES CREANCES IMMOBILISEES		
..DIMINUTION DES DETTES DE FINANCEMENT		
TOTAL I (A + B + C + D + E)	888 151 223,89	276 103 572,53
DETTES DU PASSIF CIRCULANT (F)	496 693 919,90	296 415 594,79
..FOURNISSEURS ET COMPTES RATTACHES	430 616 401,95	264 319 497,60
..CLIENTS CREDITEURS, AVANCES ET ACOMPTES	33 314,65	0,00
..PERSONNEL	318 508,58	25 562,50
..ORGANISMES SOCIAUX	1 872 861,40	1 133 958,11
..ETAT	37 189 471,26	30 456 638,59
..COMPTES D'ASSOCIES	0,00	222 972,68
..AUTRES CREANCIERS	26 265 110,42	187 505,69
..COMPTES DE REGULARISATION PASSIF	398 251,64	69 459,62
AUTRES PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES (G)	664 863,91	383 471,81
ECARTS DE CONVERSION - PASSIF (H)	10 318,43	0,00
TOTAL II (F + G + H)	497 369 102,24	296 799 066,60
TRESORERIE - PASSIF		
..CREDITS D'ESCOMPTE		
..CREDITS DE TRESORERIE		
..BANQUES (SOLDES CREDITEURS)	0,00	3 413 790,13
TOTAL III	0,00	3 413 790,13
TOTAL GENERAL I + II + III	1 385 520 326,13	576 316 429,26

BILAN - ACTIF CONSOLIDE

ACTIF	EXERCICE			NET
	BRUT	AMORT.-PROV.	NET	
IMMOBILISATIONS EN NON VALEURS (A)	51 854 954,68	16 145 640,57	35 709 314,11	12 778 336,11
. FRAIS PRELIMINAIRES	1 356 214,68	1 283 644,80	72 569,88	152 568,08
. CHARGES A REPARTIR SUR PLUSIEURS EXERCICES	50 498 740,00	14 861 995,77	35 636 744,23	12 625 768,03
. PRIMES DE REMBOURSEMENT DES OBLIGATIONS				
IMMOBILISATIONS INCORPORELLES (B)	134 170 187,82	3 463 898,09	130 706 289,73	93 384 192,74
. ECART D'ACQUISITION	33 768 603,83		33 768 603,83	
. IMMOBILISATIONS EN RECHERCHE ET DEVELOP.				
. BREVETS, MARQUES, DROITS & VAL. SIMILAIRES	8 351 583,99	3 463 898,09	4 887 685,90	1 334 192,74
. FONDS COMMERCIAL	92 050 000,00		92 050 000,00	92 050 000,00
. AUTRES IMMOBILISATIONS INCORPORELLES				
IMMOBILISATIONS CORPORELLES (C)	500 019 480,35	67 915 809,63	432 103 670,72	165 107 435,19
. TERRAINS	142 049 850,00		142 049 850,00	33 337 800,00
. CONSTRUCTIONS	104 202 861,97	7 256 350,16	96 946 511,81	51 362 192,04
. INSTAL. TECHNIQUES, MATERIEL ET OUTILLAGE	63 970 910,69	15 691 432,44	48 279 478,25	23 021 788,58
. MATERIEL DE TRANSPORT	1 405 696,58	968 076,98	437 619,60	493 711,65
. MOBILIER, MAT. DE BUREAU ET AMENAG. DIVERS	80 700 320,80	43 999 950,05	36 700 370,75	29 958 252,99
. AUTRES IMMOBILISATIONS CORPORELLES				
. IMMOBILISATIONS CORPORELLES EN COURS	107 689 840,31		107 689 840,31	26 933 689,93
IMMOBILISATIONS FINANCIERES (D)	4 729 786,97	0,00	4 729 786,97	2 500 290,48
. PRETS IMMOBILISES				
. AUTRES CREANCES FINANCIERES	4 729 786,97		4 729 786,97	2 500 290,48
. TITRES DE PARTICIPATION			0,00	0,00
. AUTRES TITRES IMMOBILISES				
ECART DE CONVERSION - ACTIF (E)				0,00
. DIMINUTION DES CREANCES IMMOBILISEES				
. AUGMENTATION DES DETTES DE FINANCEMENT				
TOTAL I = (A+B+C+D+E)	690 774 409,82	87 525 348,29	603 249 061,53	273 770 254,52
STOCKS (F)	127 081 234,52	0,00	127 081 234,52	78 265 434,98
. MARCHANDISES	125 938 434,52		125 938 434,52	78 265 434,98
. MATIERES ET FOURNITURES CONSOMMABLES	1 142 800,00		1 142 800,00	
. PRODUITS EN COURS				
. PROD. INTERMEDIAIRES & PROD. RESIDUELS				
. PRODUITS FINIS				
CREANCES DE L'ACTIF CIRCULANT (G)	241 919 669,65	3 000 000,00	238 919 669,65	136 396 172,55
. FOURNISSEURS DEBITEURS, AVANCES ET ACOMPTES	7 129 522,73		7 129 522,73	1 005 790,80
. CLIENTS ET COMPTES RATTACHES	152 250 513,00	3 000 000,00	149 250 513,00	78 704 422,46
. PERSONNEL	5 443 133,54		5 443 133,54	2 509 012,44
. ETAT	64 884 638,71		64 884 638,71	49 884 631,64
. COMPTES D'ASSOCIES				75 274,59
. AUTRES DEBITEURS	7 032 995,64		7 032 995,64	4 199 129,54
. COMPTES DE REGULARISATION ACTIF	5 178 866,03		5 178 866,03	17 911,08
TITRES & VALEURS DE PLACEMENT (H)	152 777 007,46	5 378 563,97	147 398 443,49	104 696,82
ECARTS DE CONVERSION - ACTIF (I)	64 863,91		64 863,91	0,00
(ELEMENTS CIRCULANTS)	64 863,91		64 863,91	
TOTAL II (F + G + H + I)	521 842 775,54	8 378 563,97	513 464 211,57	214 766 304,35
TRESORERIE - ACTIF				
. CHEQUES ET VALEURS A ENCAISSER	37 905 692,65		37 905 692,65	11 937 568,61
. BANQUES, T.G E C.P	242 266 215,68	1 400 000,00	240 866 215,68	68 690 351,85
. CAISSES, REGIES ET ACCREDITIFS	2 902 653,66		2 902 653,66	7 151 949,93
TOTAL III	283 074 561,99	1 400 000,00	281 674 561,99	87 779 870,39
TOTAL GENERAL (I + II + III)	1 495 691 747,35	97 303 912,26	1 398 387 835,09	576 316 429,26

BILAN - PASSIF CONSOLIDE

PASSIF	EXERCICE	EXERC.PRECED
CAPITAUX PROPRES		
. CAPITAL SOCIAL OU PERSONNEL (1)	229 075 000,00	183 260 000,00
. MOINS : ACTIONNAIRES, CAPITAL SOUSCRIT NON APPELE		
CAPITAL APPELE DONT VERSE :		
. PRIME D'EMISSION, DE FUSION, D'APPORT	479 290 725,71	949 149,19
. ECARTS DE REEVALUATION		
. RESERVE LEGALE	30 354,08	63 330,60
. AUTRES RESERVES		
. REPORT A NOUVEAU (2)	-4 249 051,17	-12 642 296,89
. RESULTATS NETS EN INSTANCE D'AFFECTATION (2)		
. RESULTAT NET DE L'EXERCICE (PART DU GROUPE)	41 764 959,71	8 393 245,72
. RESERVES CONSOLIDEES	0,00	0,00
. INTERETS DES MINORITAIRES	0,00	0,00
TOTAL DES CAPITAUX PROPRES (A)	745 911 988,33	180 023 428,62
CAPITAUX PROPRES ASSIMILES (B)		
. SUBVENTIONS D'INVESTISSEMENT		
. PROVISIONS REGLEMENTEES		
DETTES DE FINANCEMENT (C)	141 423 419,24	96 080 143,91
. EMPRUNTS OBLIGATAIRES		
. AUTRES DETTES DE FINANCEMENT	141 423 419,24	96 080 143,91
PROV. DURABLES / RISQUES ET CHARGES (D)		
. PROVISIONS POUR RISQUES		
. PROVISIONS POUR CHARGES		
ECARTS DE CONVERSION - PASSIF (E)		
. AUGMENTATION DES CREANCES IMMOBILISES		
. DIMINUTION DES DETTES DE FINANCEMENT		
TOTAL I (A + B + C + D + E)	887 335 407,57	276 103 572,53
DETTES DU PASSIF CIRCULANT (F)	510 377 245,18	296 415 594,79
. FOURNISSEURS ET COMPTES RATTACHES	442 650 466,39	264 319 497,60
. CLIENTS CREDITEURS, AVANCES ET ACOMPTES	32 463,65	
. PERSONNEL	336 938,96	25 562,50
. ORGANISMES SOCIAUX	1 913 669,86	1 133 958,11
. ETAT	37 745 278,60	30 456 638,59
. COMPTES D'ASSOCIES		222 972,68
. AUTRES CREANCIERS	27 216 113,83	187 505,69
. COMPTES DE REGULARISATION PASSIF	482 313,89	69 459,62
AUTRES PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES (G)	664 863,91	383 471,81
ECARTS DE CONVERSION - PASSIF (H)	10 318,43	
TOTAL II (F + G + H)	511 052 427,52	296 799 066,60
TRESORERIE - PASSIF		
. CREDITS D'ESCOMPTE		
. CREDITS DE TRESORERIE		
. BANQUES (SOLDES CREDITEURS)		3 413 790,13
TOTAL III		3 413 790,13
TOTAL GENERAL I + II + III	1 398 387 835,09	576 316 429,26

Nom ou raison sociale : LABEL VIE, S.A. 2009

Exercice du 01/01/2009 Au 31/12/2009

BILAN - ACTIF

ACTIF	EXERCICE			NET
	BRUT	AMORT. - PROV.	NET	
IMMOBILISATIONS EN NON VALEURS (A)	83 424 475,35	27 239 460,56	56 185 014,79	35 664 183,80
. FRAIS PRELIMINAIRES	1332 452,84	1295 112,96	37 339,88	72 569,88
. CHARGES A REPARTIR SUR PLUSIEURS EXERCICES	82 092 022,51	25 944 347,60	56 147 674,91	35 591 613,92
. PRIMES DE REMBOURSEMENT DES OBLIGATIONS				
IMMOBILISATIONS INCORPORELLES (B)	150 692 787,67	4 978 770,75	145 714 016,92	96 937 685,90
. IMMOBILISATIONS EN RECHERCHE ET DEVELOP.				
. BREVETS, MARQUES, DROITS & VAL. SIMILAIRES	13 176 772,53	4 978 770,75	8 198 001,78	4 887 685,90
. FONDS COMMERCIAL	137 516 015,14		137 516 015,14	92 050 000,00
. AUTRES IMMOBILISATIONS INCORPORELLES				
IMMOBILISATIONS CORPORELLES (C)	728 764 813,58	77 959 269,65	650 805 543,93	430 364 708,05
. TERRAINS	213 948 931,28		213 948 931,28	141 731 600,00
. CONSTRUCTIONS	239 677 149,99	13 145 700,78	226 531 449,21	96 946 511,81
. INSTAL. TECHNIQUES, MATERIEL ET OUTILLAGE	102 632 817,06	20 060 984,37	82 571 832,69	48 018 925,02
. MATERIEL DE TRANSPORT	1206 045,35	878 539,11	327 506,24	366 291,00
. MOBILIER, MAT. DE BUREAU ET AMENAG. DIVERS	90 594 602,62	43 874 045,39	46 720 557,23	35 611 539,91
. AUTRES IMMOBILISATIONS CORPORELLES				
. IMMOBILISATIONS CORPORELLES EN COURS	80 705 267,28		80 705 267,28	107 689 840,31
IMMOBILISATIONS FINANCIERES (D)	76 993 615,09	-	76 993 615,09	39 719 796,51
. PRETS IMMOBILISES				
. AUTRES CREANCES FINANCIERES	6 993 615,09		6 993 615,09	4 719 796,51
. TITRES DE PARTICIPATION	70 000 000,00		70 000 000,00	35 000 000,00
. AUTRES TITRES IMMOBILISES				
ECART DE CONVERSION - ACTIF (E)				
. DIMINUTION DES CREANCES IMMOBILISEES				
. AUGMENTATION DES DETTES DE FINANCEMENT				
TOTAL I = (A+B+C+D+E)	1 039 875 691,69	110 177 500,96	929 698 190,73	602 686 374,26
STOCKS (F)	211 427 195,93	-	211 427 195,93	123 208 366,52
. MARCHANDISES	209 848 126,79		209 848 126,79	122 079 325,52
. MATIERES ET FOURNITURES CONSOMMABLES	1579 069,14		1579 069,14	1129 041,00
. PRODUITS EN COURS				
. PROD. INTERMEDIAIRES & PROD. RESIDUELS				
. PRODUITS FINIS				
CREANCES DE L'ACTIF CIRCULANT (G)	502 443 506,59	5 400 000,00	497 043 506,59	232 295 250,33
. FOURNISSEURS DEBITEURS, AVANCES ET ACOMPTE	8 148 888,42		8 148 888,42	7 101 579,22
. CLIENTS ET COMPTES RATACHES	341 077 602,35	5 400 000,00	335 677 602,35	148 973 114,22
. PERSONNEL	4 313 325,50		4 313 325,50	5 428 716,03
. ETAT	117 993 548,17		117 993 548,17	61 803 533,49
. COMPTES D'ASSOCIES			0,00	
. AUTRES DEBITEURS	26 135 570,51		26 135 570,51	3 821 850,37
. COMPTES DE REGULARISATION ACTIF	4 774 571,64		4 774 571,64	5 166 457,00
TITRES & VALEURS DE PLACEMENT (H)	189 160 057,46	15 197 985,44	173 962 072,02	147 398 443,49
ECARTS DE CONVERSION - ACTIF (I)	1 096,10		1 096,10	64 863,91
(ELEMENTS CIRCULANTS)	1 096,10		1 096,10	64 863,91
TOTAL II (F + G + H + I)	903 031 856,08	20 597 985,44	882 433 870,64	502 966 924,25
TRESORERIE - ACTIF				
. CHEQUES ET VALEURS A ENCAISSER	11 744 180,47		11 744 180,47	36 813 118,65
. BANQUES, T.G.E.C.P	156 751 217,56		156 751 217,56	240 225 598,56
. CAISSES, REGIES ET ACCREDITIFS	3 067 237,65		3 067 237,65	2 828 310,41
TOTAL III	171 562 635,68	0,00	171 562 635,68	279 867 027,62
TOTAL GENERAL (I + II + III)	2 114 470 183,45	130 775 486,40	1 983 694 697,05	1 385 520 326,13

BILAN - PASSIF

PASSIF	EXERCICE	EXERC. PRECED
CAPITAUX PROPRES		
. CAPITAL SOCIAL OU PERSONNEL (1)	229 075 000,00	229 075 000,00
. MOINS : ACTIONNAIRES, CAPITAL SOUSCRIT NON APPELE		
CAPITAL APPELE DONT VERSE :		
. PRIME D'EMISSION, DE FUSION, D'APPORT	479 257 749,19	479 257 749,19
. ECARTS DE REEVALUATION		
. RESERVE LEGALE	2 202 674,59	63 330,60
. AUTRES RESERVES		
. REPORT A NOUVEAU (2)	3 182 609,61	-4 249 051,17
. RESULTATS NETS EN INSTANCE D'AFFECTATION (2)		
. RESULTAT NET DE L'EXERCICE (2)	79 017 955,17	42 786 879,77
TOTAL DES CAPITAUX PROPRES (A)	792 735 988,56	746 933 908,39
CAPITAUX PROPRES ASSIMILES (B)		
. SUBVENTIONS D'INVESTISSEMENT		
. PROVISIONS REGLEMENTEES		
DETTES DE FINANCEMENT (C)	391 342 836,47	141 217 315,50
. EMPRUNTS OBLIGATAIRES		
. AUTRES DETTES DE FINANCEMENT	391 342 836,47	141 217 315,50
PROV. DURABLES / RISQUES ET CHARGES (D)		
. PROVISIONS POUR RISQUES		
. PROVISIONS POUR CHARGES		
ECARTS DE CONVERSION - PASSIF (E)		
. AUGMENTATION DES CREANCES IMMOBILISEES		
. DIMINUTION DES DETTES DE FINANCEMENT		
TOTAL I (A + B + C + D + E)	1 184 078 825,03	888 151 223,89
DETTES DU PASSIF CIRCULANT (F)	777 674 569,68	496 693 919,90
. FOURNISSEURS ET COMPTES RATTACHES	720 963 099,64	430 616 401,95
. CLIENTS CREDITEURS, AVANCES ET ACOMPTES	1 218 628,18	33 314,65
. PERSONNEL	52 419,56	318 508,58
. ORGANISMES SOCIAUX	3 435 662,71	1 872 861,40
. ETAT	48 096 195,05	37 189 471,26
. COMPTES D'ASSOCIES	883 253,00	
. AUTRES CREANCIERS	14 272,23	26 265 110,42
. COMPTES DE REGULARISATION PASSIF	3 011 039,31	398 251,64
AUTRES PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES (G)	1 901 096,10	664 863,91
ECARTS DE CONVERSION - PASSIF (H)	40 206,24	10 318,43
TOTAL II (F + G + H)	779 615 872,02	497 369 102,24
TRESORERIE - PASSIF		
. CREDITS D'ESCOMPTE		
. CREDITS DE TRESORERIE	20 000 000,00	
. BANQUES (SOLDES CREDITEURS)		
TOTAL III	20 000 000,00	
TOTAL GENERAL I + II + III	1 983 694 697,05	1 385 520 326,13

IX.2 Comptes de produits et charges au titre des exercices 2007, 2008 et 2009 :

Nom ou raison sociale : HYPER 2007

Exercice du 01/01/2007 Au 31/12/2007

Tableau N° 2

COMPTE DE PRODUITS ET CHARGES (Hors taxes)

	OPERATIONS		TOTAUX	TOT. EXERC. PRECED.
	EXERCICE (1)	EXERC.ant (2)	EXERCICE (1+2)	
PRODUITS D'EXPLOITATION				
. VENTE DE MARCHANDISES EN L'ETAT	813 419 355,27	0,00	813 419 355,27	659 767 002,58
. VENTES DE BIENS ET SERVICES PRODUITS	56 242 357,05	0,00	56 242 357,05	44 001 835,59
CHIFFRE D'AFFAIRES	869 661 712,32		869 661 712,32	703 768 838,17
. VARIATION DE STOCKS DE PRODUITS (+. -)				
. IMMOB. PROD. PAR L' ESE PR ELLE MEME				
. SUBVENTION D'EXPLOITATION				
. AUTRES PRODUITS D'EXPLOITATION				
. REPRISES D'EXPLOIT. ; TRANSFERTS DE CHARGES	400 000,00	0,00	400 000,00	
TOTAL I	870 061 712,32	0,00	870 061 712,32	703 768 838,17
CHARGES D'EXPLOITATION				
- ACHATS REVENDUS DE MARCHANDISE	714 486 859,50	0,00	714 486 859,50	572 208 291,00
- ACHATS CONSOMMES DE MATIERES ET FOURNITURES	21 320 798,01	0,00	21 320 798,01	15 662 045,87
- AUTRES CHARGES EXTERNES	57 707 621,11	0,00	57 707 621,11	57 426 896,72
- IMPOTS ET TAXES	1 566 228,40	243 327,41	1 809 555,81	1 625 671,28
- CHARGES DE PERSONNEL	45 212 058,54	0,00	45 212 058,54	39 098 820,82
- AUTRES CHARGES D'EXPLOITATION		0,00	0,00	
- DOTATION D'EXPLOITATION	12 841 408,84	0,00	12 841 408,84	9 638 792,06
TOTAL II	853 134 974,40	243 327,41	853 378 301,81	695 660 517,75
RESULTATS D'EXPLOITATION III (I-II)	16 926 737,92	-243 327,41	16 683 410,51	8 108 320,42
PRODUITS FINANCIERS				
. PROD. TITRES PARTICIP. & AUTRES PROD. IMM.				0,00
. GAINS DE CHANGE	6 072,84	0,00	6 072,84	35 057,81
. INTERETS ET AUTRES PRODUITS FINANCIERS	1 237 568,90	0,00	1 237 568,90	1 755,00
. REPRISE FINANCIERES TRANSFERTS DE CHARGES				
TOTAL IV	1 243 641,74		1 243 641,74	36 812,81
CHARGES FINANCIERES				
- CHARGES D'INTERETS	4 566 562,82	0,00	4 566 562,82	4 323 034,14
- PERTES DE CHANGE	222 969,57	0,00	222 969,57	0,00
- AUTRES CHARGES FINANCIERES				
- DOTATIONS FINANCIERES				
TOTAL V	4 789 532,39		4 789 532,39	4 323 034,14
RESULTAT FINANCIER VI (IV - V)	-3 545 890,65		-3 545 890,65	-4 286 221,33
RESULTAT COURANT (III+VI)	13 380 847,27	-243 327,41	13 137 519,86	3 822 099,09

COMPTE DE PRODUITS ET CHARGES (Hors taxes) (Suite)

(Modèle normal)

	OPERATIONS		TOTAUX	TOT. EXERC. PRECED.
	EXERCICE (1)	EXERC.ant (2)	EXERCICE (1+2)	
RESULTAT COURANT (REPORTS)	13 380 847,27	-243 327,41	13 137 519,86	3 822 099,09
PRODUITS NON COURANTS				
- PRODUITS DE CESSION D'IMMOBILISATION	10 542 359,77	6 456,82	10 548 816,59	13 220 680,63
- SUBVENTION D'EQUILIBRE				
- REPRISES SUR SUBVENTION D'INVESTISSEMENT				
- AUTRES PRODUITS NON COURANTS	0,00		0,00	201 847,19
- REPRISES NON COURANTES TRANSFERTS CHARGES				55 672,39
TOTAL VIII	10 542 359,77	6 456,82	10 548 816,59	13 478 200,21
CHARGES NON COURANTES				
- VALEURS NETTES D'AMORT. IMMOB. CEDEES	9 006 297,84	0,00	9 006 297,84	12 694 654,63
- SUBVENTIONS ACCORDEES				
- AUTRES CHARGES	947 346,89	0,00	947 346,89	84 036,70
- DOTATIONS NON COURANTES AUX AMORT. & PROV.				0,00
TOTAL IX	9 953 644,73	0,00	9 953 644,73	12 778 691,33
RESULTAT NON COURANT (VIII - IX)	588 715,04	6 456,82	595 171,86	699 508,88
RESULTAT AYANT IMPOT (VII+X)	13 969 562,31	-236 870,59	13 732 691,72	4 521 607,97
IMPOTS SUR LES RESULTATS	5 339 446,00	0,00	5 339 446,00	3 519 029,00
RESULTAT NET (XI - XII)			8 393 245,72	1 002 578,97
TOTAL DES PRODUITS (I-IV+VIII)			881 854 170,65	717 283 851,19
TOTAL DES CHARGES (II+V+IX+XIII)			873 460 924,93	716 281 272,22
RESULTAT NET (TOT. PROD. - TOT. CHARGES)			8 393 245,72	1 002 578,97

COMPTE DE PRODUITS ET CHARGES (Hors taxes)

Exercice du 01/01/2008 Au 31/12/2008

	OPERATIONS		TOTAUX	TOT. EXERC.
	EXERCICE (1)	EXERC.ant (2)	EXERCICE (1+2)	PRECED.
PRODUITS D'EXPLOITATION				
. VENTE DE MARCHANDISES EN L'ETAT	1 023 701 952,72		1 023 701 952,72	813 419 355,27
. VENTES DE BIENS ET SERVICES PRODUITS	117 181 195,37		117 181 195,37	56 242 357,05
CHIFFRE D'AFFAIRES	1 140 883 148,09		1 140 883 148,09	869 661 712,32
. VARIATION DE STOCKS DE PRODUITS (+ -)				
. IMMOB. PROD. PAR L' ESE PR ELLE MEME				
. SUBVENTION D'EXPLOITATION				
. AUTRES PRODUITS D'EXPLOITATION				
. REPRISES D'EXPLOIT. ; TRANSFERTS DE CHARGES				400 000,00
TOTAL I	1 140 883 148,09		1 140 883 148,09	870 061 712,32
CHARGES D'EXPLOITATION				
- ACHATS REVENDUS DE MARCHANDISE	902 648 746,54		902 648 746,54	714 486 859,50
- ACHATS CONSOMMES DE MATIERES ET FOURNITURES	25 450 034,39		25 450 034,39	21 320 798,01
- AUTRES CHARGES EXTERNES	64 935 082,84		64 935 082,84	57 707 621,11
- IMPOTS ET TAXES	2 408 378,24		2 408 378,24	1 809 555,81
- CHARGES DE PERSONNEL	58 968 769,51		58 968 769,51	45 212 058,54
- AUTRES CHARGES D'EXPLOITATION	33 963,72		33 963,72	0,00
- DOTATION D'EXPLOITATION	22 641 897,64		22 641 897,64	12 841 408,84
TOTAL II	1 077 086 872,88		1 077 086 872,88	853 378 301,81
RESULTATS D'EXPLOITATION III (I-II)	63 796 275,21		63 796 275,21	16 683 410,51
PRODUITS FINANCIERS				
- PROD. TITRES PARTICIP. & AUTRES PROD. IMM.				
- GAINS DE CHANGE	112 661,01		112 661,01	6 072,84
- INTERETS ET AUTRES PRODUITS FINANCIERS	6 131 412,96		6 131 412,96	1 237 568,90
- REPRISE FINANCIERES TRANSFERTS DE CHARGES				
TOTAL IV	6 244 073,97		6 244 073,97	1 243 641,74
CHARGES FINANCIERES				
- CHARGES D'INTERETS	6 306 256,65		6 306 256,65	4 566 562,82
- PERTES DE CHANGE	20 300,69		20 300,69	222 969,57
- AUTRES CHARGES FINANCIERES	13 616,06		13 616,06	
- DOTATIONS FINANCIERES	5 443 427,88		5 443 427,88	
TOTAL V	11 783 601,28		11 783 601,28	4 789 532,39
RESULTAT FINANCIER VI (IV - V)	-5 539 527,31		-5 539 527,31	-3 545 890,65
RESULTAT COURANT (III+VI)	58 256 747,90		58 256 747,90	13 137 519,86

COMPTE DE PRODUITS ET CHARGES (Hors taxes) (Suite)

(Modèle normal)

Exercice du 01/01/2008 Au 31/12/2008

	OPERATIONS		TOTAUX	TOT. EXERC.
	EXERCICE (1)	EXERC.ant (2)	EXERCICE (1+2)	PRECED.
RESULTAT COURANT (REPORTS)	58 256 747,90		58 256 747,90	13 137 519,86
PRODUITS NON COURANTS				
- PRODUITS DE CESSION D'IMMOBILISATION				10 548 816,59
- SUBVENTION D'EQUILIBRE				
- REPRISES SUR SUBVENTION D'INVESTISSEMENT				
- AUTRES PRODUITS NON COURANTS		195 577,85	195 577,85	0,00
- REPRISES NON COURANTES TRANSFERTS CHARGES				
TOTAL VIII	0,00	195 577,85	195 577,85	10 548 816,59
CHARGES NON COURANTES				
- VALEURS NETTES D'AMORT. IMMOB. CEDEES				9 006 297,84
- SUBVENTIONS ACCORDEES				
- AUTRES CHARGES	84 550,00		84 550,00	947 346,89
- DOTATIONS NON COURANTES AUX AMORT. & PROV.	600 000,00		600 000,00	
TOTAL IX	684 550,00	0,00	684 550,00	9 953 644,73
RESULTAT NON COURANT (VIII - IX)	-684 550,00	195 577,85	-488 972,15	595 171,86
RESULTAT AYANT IMPOT (VII+X)	57 572 197,90	195 577,85	57 767 775,75	13 732 691,72
IMPOTS SUR LES RESULTATS			14 980 895,98	5 339 446,00
RESULTAT NET (XI - XII)			42 786 879,77	8 393 245,72
TOTAL DES PRODUITS (I-IV+VIII)			1 147 322 799,91	881 854 170,65
TOTAL DES CHARGES (II+V+IX+XIII)			1 104 535 920,14	873 460 924,93
RESULTAT NET (TOT. PROD. - TOT. CHARGES)			42 786 879,77	8 393 245,72

COMPTE DE PRODUITS ET CHARGES CONSOLIDE (Hors taxes)

	OPERATIONS		TOTAUX	TOT. EXERC. PRECED.
	EXERCICE (1)	EXERC.ant (2)	EXERCICE (1+2)	
PRODUITS D'EXPLOITATION				
. VENTE DE MARCHANDISES EN L'ETAT	1 060 412 572,89		1 060 412 572,89	813 419 355,27
. VENTES DE BIENS ET SERVICES PRODUITS	118 387 586,82		118 387 586,82	56 242 357,05
CHIFFRE D'AFFAIRES	1 178 800 159,71		1 178 800 159,71	869 661 712,32
. VARIATION DE STOCKS DE PRODUITS (+ -)				
. IMMOB. PROD. PAR L' ESE PR ELLE MEME				
. SUBVENTION D'EXPLOITATION				
. AUTRES PRODUITS D'EXPLOITATION				
. REPRISES D'EXPLOIT. ; TRANSFERTS DE CHARGES				400 000,00
TOTAL I	1 178 800 159,71		1 178 800 159,71	870 061 712,32
CHARGES D'EXPLOITATION				
- ACHATS REVENDUS DE MARCHANDISE	935 928 157,98		935 928 157,98	714 486 859,50
- ACHATS CONSOMMES DE MATIERES ET FOURN	25 976 228,20		25 976 228,20	21 320 798,01
- AUTRES CHARGES EXTERNES	66 156 149,93		66 156 149,93	57 707 621,11
- IMPOTS ET TAXES	2 551 120,86		2 551 120,86	1 809 555,81
- CHARGES DE PERSONNEL	61 038 643,34		61 038 643,34	45 212 058,54
- AUTRES CHARGES D'EXPLOITATION	34 153,72		34 153,72	0,00
- DOTATION D'EXPLOITATION	23 153 963,60		23 153 963,60	12 841 408,84
TOTAL II	1 114 838 417,63		1 114 838 417,63	853 378 301,81
RESULTATS D'EXPLOITATION III (I-II)	63 961 742,08		63 961 742,08	16 683 410,51
PRODUITS FINANCIERS				
- PROD. TITRES PARTICIP. & AUTRES PROD. IMM.				
- GAINS DE CHANGE	112 661,01		112 661,01	6 072,84
- INTERETS ET AUTRES PRODUITS FINANCIERS	6 131 412,96		6 131 412,96	1 237 568,90
- REPRISE FINANCIERES TRANSFERTS DE CHARGES				
TOTAL IV	6 244 073,97		6 244 073,97	1 243 641,74
CHARGES FINANCIERES				
- CHARGES D'INTERETS	6 460 130,80		6 460 130,80	4 566 562,82
- PERTES DE CHANGE	20 300,69		20 300,69	222 969,57
- AUTRES CHARGES FINANCIERES	13 616,06		13 616,06	
- DOTATIONS FINANCIERES	5 528 073,79		5 528 073,79	
TOTAL V	12 022 121,34		12 022 121,34	4 789 532,39
RESULTAT FINANCIER VI (IV - V)	-5 778 047,37		-5 778 047,37	-3 545 890,65
RESULTAT COURANT (III+VI)	58 183 694,71		58 183 694,71	13 137 519,86

COMPTE DE PRODUITS ET CHARGES CONSOLIDE (Hors taxes) (Suite)

	OPERATIONS		TOTAUX	TOT. EXERC. PRECED.
	EXERCICE (1)	EXERC.ant (2)	EXERCICE (1+2)	
RESULTAT COURANT (REPORTS)	58 183 694,71		58 183 694,71	13 137 519,86
PRODUITS NON COURANTS				
- PRODUITS DE CESSION D'IMMOBILISATION				10 548 816,59
- SUBVENTION D'EQUILIBRE				
- REPRISES SUR SUBVENTION D'INVESTISSEMENT				
- AUTRES PRODUITS NON COURANTS		225 725,52	225 725,52	0,00
- REPRISES NON COURANTES TRANSFERTS CHARGES				
TOTAL VIII	0,00	225 725,52	225 725,52	10 548 816,59
CHARGES NON COURANTES				
- VALEURS NETTES D'AMORT. IMMOB. CEDEES				9 006 297,84
- SUBVENTIONS ACCORDEES				
- AUTRES CHARGES	543 916,36		543 916,36	947 346,89
- DOTATIONS NON COURANTES AUX AMORT. & PROV.	700 380,85		700 380,85	
TOTAL IX	1 244 297,21	0,00	1 244 297,21	9 953 644,73
RESULTAT NON COURANT (VIII - IX)	-1 244 297,21	225 725,52	-1 018 571,69	595 171,86
RESULTAT AVANT IMPOT (VII+X)	56 939 397,50	225 725,52	57 165 123,02	13 732 691,72
IMPOTS SUR LES RESULTATS			15 400 163,31	5 339 446,00
RESULTAT NET (XI - XII)			41 764 959,71	8 393 245,72
TOTAL DES PRODUITS (I+IV+VIII)			1 185 269 959,20	881 854 170,65
TOTAL DES CHARGES (II+V+IX+XIII)			1 143 504 999,49	873 460 924,93
RESULTAT NET (TOT. PROD. - TOT. CHARGES)			41 764 959,71	8 393 245,72

COMPTE DE PRODUITS ET CHARGES (Hors taxes)

	OPERATIONS		TOTAUX	TOT. EXERC. PRECED.
	EXERCICE (1)	EXERC.ant (2)	EXERCICE (1+2)	
PRODUITS D'EXPLOITATION				
. VENTE DE MARCHANDISES EN L'ETAT	1 656 469 122,29		1 656 469 122,29	1 023 701 952,72
. VENTES DE BIENS ET SERVICES PRODUITS	179 923 493,78		179 923 493,78	117 181 195,37
CHIFFRE D'AFFAIRES	1 836 392 616,07		1 836 392 616,07	1 140 883 148,09
. VARIATION DE STOCKS DE PRODUITS (+ -)				
. IMMOB. PROD. PAR L' ESE PR ELLE MEME				
. SUBVENTION D'EXPLOITATION				
. AUTRES PRODUITS D'EXPLOITATION				
. REPRISES D'EXPLOIT. ; TRANSFERTS DE CHARGES	1 527 163,55		1 527 163,55	
TOTAL I	1 837 919 779,62		1 837 919 779,62	1 140 883 148,09
CHARGES D'EXPLOITATION				
- ACHATS REVENDUS DE MARCHANDISE	1 486 986 746,70		1 486 986 746,70	902 648 746,54
- ACHATS CONSOMMES DE MATIERES ET FOURNITURES	47 413 891,73		47 413 891,73	25 450 034,39
- AUTRES CHARGES EXTERNES	96 442 421,10		96 442 421,10	64 935 082,84
- IMPOTS ET TAXES	3 324 577,94		3 324 577,94	2 408 378,24
- CHARGES DE PERSONNEL	92 040 864,02		92 040 864,02	58 968 769,51
- AUTRES CHARGES D'EXPLOITATION			0,00	33 963,72
- DOTATION D'EXPLOITATION	37 242 207,50		37 242 207,50	22 641 897,64
TOTAL II	1 763 450 708,99		1 763 450 708,99	1 077 086 872,88
RESULTATS D'EXPLOITATION III (I-II)	74 469 070,63		74 469 070,63	63 796 275,21
PRODUITS FINANCIERS				
- PROD. TITRES PARTICIP. & AUTRES PROD. IMM.	8 923 332,53		8 923 332,53	
- GAINS DE CHANGE	152 352,16		152 352,16	112 661,01
- INTERETS ET AUTRES PRODUITS FINANCIERS	9 367 581,68		9 367 581,68	6 131 412,96
- REPRISE FINANCIERES TRANSFERTS DE CHARGES	64 863,91		64 863,91	
TOTAL IV	18 508 130,28		18 508 130,28	6 244 073,97
CHARGES FINANCIERS				
- CHARGES D'INTERETS	13 644 835,34		13 644 835,34	6 306 256,65
- PERTES DE CHANGE	256 206,87		256 206,87	20 300,69
- AUTRES CHARGES FINANCIERES			0,00	13 616,06
- DOTATIONS FINANCIERES	9 820 517,57		9 820 517,57	5 443 427,88
TOTAL V	23 721 559,78		23 721 559,78	11 783 601,28
RESULTAT FINANCIER VI (IV - V)	-5 213 429,50		-5 213 429,50	-5 539 527,31
RESULTAT COURANT (III+VI)	69 255 641,13		69 255 641,13	58 256 747,90

COMPTE DE PRODUITS ET CHARGES (Hors taxes) (Suite)

	OPERATIONS		TOTAUX	TOT. EXERC. PRECED.
	EXERCICE (1)	EXERC.ant (2)	EXERCICE (1+2)	
RESULTAT COURANT (REPORTS)	69 255 641,13	0,00	69 255 641,13	58 256 747,90
PRODUITS NON COURANTS				
- PRODUITS DE CESSION D'IMMOBILISATION	62 753 660,16		62 753 660,16	
- SUBVENTION D'EQUILIBRE			0,00	
- REPRISES SUR SUBVENTION D'INVESTISSEMENT			0,00	
- AUTRES PRODUITS NON COURANTS		597 853,00	597 853,00	195 577,85
- REPRISES NON COURANTES TRANSFERTS CHARGES				
TOTAL VIII	62 753 660,16	597 853,00	63 351 513,16	195 577,85
CHARGES NON COURANTES				
- VALEURS NETTES D'AMORT. IMMOB. CEDEES	37 688 783,10		37 688 783,10	
- SUBVENTIONS ACCORDEES			0,00	
- AUTRES CHARGES	409 480,02		409 480,02	84 550,00
- DOTATIONS NON COURANTES AUX AMORT. & PROV.	1 300 000,00		1 300 000,00	600 000,00
TOTAL IX	39 398 263,12	0,00	39 398 263,12	684 550,00
RESULTAT NON COURANT (VIII - IX)	23 355 397,04	597 853,00	23 953 250,04	-488 972,15
RESULTAT AYANT IMPOT (VII+X)	92 611 038,17		93 208 891,17	57 767 775,75
IMPOTS SUR LES RESULTATS			14 190 936,00	14 980 895,98
RESULTAT NET (XI - XII)			79 017 955,17	42 786 879,77
TOTAL DES PRODUITS (I-IV+VIII)			1 919 779 423,06	1 147 322 799,91
TOTAL DES CHARGES (II+V+IX+XIII)			1 840 761 467,89	1 104 535 920,14
RESULTAT NET (TOT. PROD. - TOT. CHARGES)			79 017 955,17	42 786 879,77

IX.3 Tableaux de financement des exercices 2007, 2008 et 2009 :

Nom ou raison sociale : HYPER 2007

Exercice du 01/01/2007 Au 31/12/2007

TABLEAU DE FINANCEMENT DE L'EXERCICE

I. SYNTHÈSE DES MASSES DU BILAN

MASSES	Exercices (a)	Exercice précédent (b)	Variation a-b	
			Emplois (c)	Ressources (d)
1 Financement permanent	276 103 572,53	141 107 873,94		134 995 698,59
2 Moins actif immobilisé	273 770 254,52	152 020 210,15	121 750 044,37	
3= FONDS DE ROULEMENT FONCTIONNEL (1-2) (A)	2 333 318,01	(10 912 336,21)		13 245 654,22
4 Actif circulant	214 766 304,35	178 066 776,73	36 699 527,62	
5 Moins passif circulant	296 799 066,60	194 814 638,17		101 984 428,43
6= BESOIN DE FINANCEMENT GLOBAL (4-5) (B)	(82 032 762,25)	(16 747 861,44)	0.00	65 284 900,81
7 TRESORERIE NETTE (ACTIF - PASSIF) = A-B	84 366 080,26	5 835 525,23	78 530 555,03	0.00

II. EMPLOIS ET RESSOURCES

	EXERCICE		EXERCICES PRECEDENT	
	EMPLOIS	RESSOURCES	EMPLOIS	RESSOURCES
I. RESSOURCES STABLES DE L'EXERCICE (FLUX)				
- AUTOFINANCEMENT (A)		19 366 192,48		9 815 345,03
. Capacité d'autofinancement		19 366 192,48		9 815 345,03
. Distribution de bénéfices				
- CESSIONS ET REDUCTIONS D'IMMOBILISATIONS (B)		10 548 816,59		13 220 680,63
. Cessions d'immobilisations incorporelles				
. Cessions d'immobilisations corporelles		10 548 816,59		13 220 680,63
. Cessions d'immobilisations financières				
. Récupération sur créances immobilisées				
- AUGMENTATION CAPITAUX PROPRES & ASSIMILES (C)		57 696 678,34		35 000 000,00
. Augmentation de capital, apports		57 696 678,34		35 000 000,00
. Subventions d'investissement				
- AUGMENTATION DES DETTES DE FINANCEMENT (D)		82 797 434,71		
(Nette de primes de remboursement)				
TOTAL I - RESSOURCES STABLES (A+B+C+D)		170 409 122,12		58 036 025,66
II. EMPLOIS STABLES DE L'EXERCICE (FLUX)				
- ACQUISITION & AUGMENTATION D'IMMOBILISATIONS (E)	134 620 844,88		11 888 663,30	
. Acquisition d'immobilisations incorporelles	9 437 280,00		1 227 727,61	
. Acquisition d'immobilisations corporelles	124 809 308,88		10 553 435,69	
. Acquisition d'immobilisations financières	374 256,00		107 500,00	
. Augmentation des créances immobilisées				
- REMBOURSEMENT DES CAPITAUX PROPRES (F)				
- REMBOURSEMENT DES DETTES DE FINANCEMENT (G)	13 891 660,18		6 000 894,80	
- EMPLOIS EN NON VALEURS (H)	8 650 962,84		3 591 167,91	
TOTAL II - EMPLOIS STABLES (E+F+G+H)	157 163 467,90		21 480 726,01	
III. VARIATION DU BESOIN DE FINANCEMENT GLOBAL	0.00	65 284 900,81		462 718,53
IV. VARIATION DE LA TRESORERIE	78 530 555,03	0.00	37 018 018,18	
TOTAL GENERAL	235 694 022,93	235 694 022,93	58 498 744,19	58 498 744,19

TABLEAU DE FINANCEMENT DE L'EXERCICE

Exercice du 01/01/2008 Au 31/12/2008

I. SYNTHÈSE DES MASSES DU BILAN

MASSES	Exercices (a)	Exercice précédent (b)	Variation a-b	
			Emplois (c)	Ressources (d)
1 Financement permanent	888 151 223,89	276 103 572,53		612 047 651,36
2 Moins actif immobilisé	602 686 374,26	273 770 254,52	328 916 119,74	
3= FONDS DE ROULEMENT FONCTIONNEL (1-2) (A)	285 464 849,63	2 333 318,01		283 131 531,62
4 Actif circulant	502 966 924,25	214 766 304,35	288 200 619,90	
5 Moins passif circulant	497 369 102,24	296 799 066,60		200 570 035,64
6= BESOIN DE FINANCEMENT GLOBAL (4-5) (B)	5 597 822,01	(82 032 762,25)	87 630 584,26	
7 TRESORERIE NETTE (ACTIF - PASSIF) = A-B	279 867 027,62	84 366 080,26	195 500 947,36	

II. EMPLOIS ET RESSOURCES

	EXERCICE		EXERCICES PRECEDENT	
	EMPLOIS	RESSOURCES	EMPLOIS	RESSOURCES
I. RESSOURCES STABLES DE L'EXERCICE (FLUX)				
. AUTOFINANCEMENT (A)		62 928 777,41		19 366 192,48
. Capacité d'autofinancement		62 928 777,41		19 366 192,48
.-Distribution de bénéfices				
. CESSIONS ET REDUCTIONS D'IMMOBILISATIONS (B)				10 548 816,59
. Cessions d'immobilisations incorporelles				
. Cessions d'immobilisations corporelles				10 548 816,59
. Cessions d'immobilisations financières				
. Récupération sur créances immobilisées				
. AUGMENTATION CAPITAUX PROPRES & ASSIMILES (C)		524 123 600,00		57 696 678,34
. Augmentation de capital, apports		524 123 600,00		57 696 678,34
. Subventions d'investissement				
. AUGMENTATION DES DETTES DE FINANCEMENT (D)		62 979 000,00		82 797 434,71
(Nette de primes de remboursement)				
TOTAL I - RESSOURCES STABLES (A+B+C+D)		650 031 377,41		170 409 122,12
II. EMPLOIS STABLES DE L'EXERCICE (FLUX)				
. ACQUISITION & AUGMENTATION D'IMMOBILISATION	320 422 490,04		134 620 844,88	
. Acquisition d'immobilisations incorporelles	4 135 810,08		9 437 280,00	
. Acquisition d'immobilisations corporelles	279 067 173,93		124 809 308,88	
. Acquisition d'immobilisations financières	37 219 506,03		374 256,00	
. Augmentation des créances immobilisées				
. REMBOURSEMENT DES CAPITAUX PROPRES (F)				
. REMBOURSEMENT DES DETTES DE FINANCEMENT	17 841 828,41		13 891 660,18	
. EMPLOIS EN NON VALEURS (H)	28 635 527,34		8 650 962,84	
TOTAL II - EMPLOIS STABLES (E+F+G+H)	366 899 845,79		157 163 467,90	
III. VARIATION DU BESOIN DE FINANCEMENT GLOBAL	87 630 584,26			65 284 900,81
IV. VARIATION DE LA TRESORERIE	195 500 947,36		78 530 555,03	
TOTAL GENERAL	650 031 377,41	650 031 377,41	235 694 022,93	235 694 022,93

TABLEAU DES FLUX DE TRESORERIE CONSOLIDE

Etabli à partir du résultat d'exploitation des entreprises intégrées

RUBRIQUES	2008	2007
RESULTAT D'EXPLOITATION CONSOLIDE	63 961 742,08	16 683 410,51
DOTATIONS D'EXPLOITATION CONSOLIDEES	31 256 027,84	12 515 465,51
CAPACITE D'AUTOFINANCEMENT DES SOCIETES INTEGREES	95 217 769,92	29 198 876,02
DIVIDENDES RECUS	0,00	0,00
VARIATION DU BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT D'EXPLOITATION	84 444 546,30	-65 284 900,81
- STOCK	48 815 799,54	18 381 452,00
- CREANCES D'EXPLOITATION	249 882 107,68	18 318 075,62
- DETTES D'EXPLOITATION	214 253 360,92	101 984 428,43
FLUX DE TRESORERIE D'EXPLOITATION	10 773 223,62	94 483 776,83
FRAIS FINANCIERS	12 022 121,34	4 789 532,39
PRODUITS FINANCIERS	6 244 073,97	1 243 641,74
DIVIDENDES RECUES DES SOCIETES MISES EN EQUIVALENCE	0,00	0,00
IMPOT SUR LES SOCIETES HORS IMPOT SUR LES PLUS-VALUE DE CESSION	15 400 163,31	5 339 446,00
CHARGES ET PRODUITS NON COURANTS	-1 018 571,63	-947 346,89
FLUX NET DE TRESORERIE GENERE PAR L'ACTIVITE	-11 423 558,75	84 651 093,29
ACQUISITION D'IMMOBILISATIONS	358 505 338,36	143 271 807,72
CESSION D'IMMOBILISATION	0,00	10 548 816,59
VARIATION DES IMMOBILISATIONS FINANCIERES	2 229 496,43	0,00
FLUX DE TRESORERIE LIE AUX OPERATIONS D'INVESTISSEMENT	-360 734 834,85	-132 722 991,13
DIVIDENDES VERSES AUX ACTIONNAIRES DE LA SOCIETE MERE	0,00	0,00
DIVIDENDES VERSES AUX MINORITAIRE DES SOCIETES INTEGREES	0,00	0,00
AUGMENTATION DE CAPITAL	524 123 600,00	57 696 678,34
AUGMENTATION DES DETTES DE FINANCEMENT	63 185 103,74	82 797 434,71
REMBOURSEMENT DES DETTES DE FINANCEMENT	-17 841 828,41	-13 891 660,18
FLUX DE TRESORERIE LIE AUX OPERATIONS DE FINANCEMENT	569 466 875,33	126 602 452,87
VARIATION DE LA TRESORERIE	197 308 481,73	78 530 555,03
TRESORERIE DE DEBUT D'EXERCICE	84 366 080,26	5 835 525,23
TRESORERIE DE FIN D'EXERCICE	281 674 561,99	84 366 080,26

Nom ou raison sociale : LABEL'VIE, S.A. 2009

TABLEAU DE FINANCEMENT DE L'EXERCICE

I. SYNTHÈSE DES MASSES DU BILAN

MASSES	Exercices (a)	Exercice précédent (b)	Variation a-b	
			Emplois (c)	Ressources (d)
1 Financement permanent	1 184 078 825,03	888 151 223,89		295 927 601,14
2 Moins actif immobilisé	929 698 190,73	602 686 374,26	327 011 816,47	
3= FONDS DE ROULEMENT FONCTIONNEL (1-2) (A)	254 380 634,30	285 464 849,63	31 084 215,33	
4 Actif circulant	882 433 870,64	502 966 924,25	379 466 946,39	
5 Moins passif circulant	779 615 872,02	497 369 102,24		282 246 769,78
6= BESOIN DE FINANCEMENT GLOBAL (4-5) (B)	102 817 998,62	5 597 822,01	97 220 176,61	
7 TRESORERIE NETTE (ACTIF - PASSIF) = A-B	151 562 635,68	279 867 027,62		128 304 391,94

II. EMPLOIS ET RESSOURCES

	EXERCICE		EXERCICES PRECEDENT	
	EMPLOIS	RESSOURCES	EMPLOIS	RESSOURCES
I. RESSOURCES STABLES DE L'EXERCICE (FLUX)				
- AUTOFINANCEMENT (A)		56 979 410,61		62 928 777,41
. Capacité d'autofinancement		90 195 285,61		62 928 777,41
. Distribution de bénéfices		33 215 875,00		
- CESSIONS ET REDUCTIONS D'IMMOBILISATIONS (B)		97 753 660,16		
. Cessions d'immobilisations incorporelles				
. Cessions d'immobilisations corporelles		62 753 660,16		
. Cessions d'immobilisations financières		35 000 000,00		
. Récupération sur créances immobilisées				
- AUGMENTATION CAPITAUX PROPRES & ASSIMILES (C)				524 123 600,00
. Augmentation de capital, apports				524 123 600,00
. Subventions d'investissement				
- AUGMENTATION DES DETTES DE FINANCEMENT (D)		271 987 220,19		62 979 000,00
(Nette de primes de remboursement)				
TOTAL I - RESSOURCES STABLES (A+B+C+D)		426 720 290,96		650 031 377,41
II. EMPLOIS STABLES DE L'EXERCICE (FLUX)				
- ACQUISITION & AUGMENTATION D'IMMOBILISATION	404 278 786,25		320 422 490,04	
. Acquisition d'immobilisations incorporelles	50 291 203,88		4 135 810,08	
. Acquisition d'immobilisations corporelles	281 713 763,99		279 067 173,93	
. Acquisition d'immobilisations financières	72 273 818,58		37 219 506,03	
. Augmentation des créances immobilisées				
- REMBOURSEMENT DES CAPITAUX PROPRES (F)				
- REMBOURSEMENT DES DETTES DE FINANCEMENT	21 861 699,22		17 841 828,41	
- EMPLOIS EN NON VALEURS (H)	31 664 020,82		28 635 527,34	
TOTAL II - EMPLOIS STABLES (E+F+G+H)	457 804 506,29		366 899 845,79	
III. VARIATION DU BESOIN DE FINANCEMENT GLOBAL	97 220 176,61		87 630 584,26	
IV. VARIATION DE LA TRESORERIE		128 304 391,94	195 500 947,36	
TOTAL GENERAL	555 024 682,90	555 024 682,90	650 031 377,41	650 031 377,41

IX.4 Etats des soldes de gestion des exercices 2007, 2008 et 2009 :

Nom ou raison sociale : HYPER 2007

Exercice du 01/01/2007 Au 31/12/2007

ETAT DES SOLDES DE GESTION (E.S.G)

I. TABLEAU DE FORMATION DES RESULTATS (T.F.R)

			EXERCICE	EXERC. PRECED
	1	. VENTES DE MARCHANDISE EN L'ETAT	813 419 355,27	659 767 002,58
	2	- . ACHATS REVENDUS DE MARCHANDISES	714 486 859,50	572 208 291,00
I	=	MARGE BRUTE SUR VENTES EN L'ETAT	98 932 495,77	87 558 711,58
II	+	PRODUCTION DE L'EXERCICE : (3 + 4 + 5)	56 242 357,05	44 001 835,59
	3	. VENTES DE BIENS ET SERVICES PRODUITS	56 242 357,05	44 001 835,59
	4	. VARIATIONS STOCKS DE PRODUITS		
	5	. IMMOB. PRODUITES PAR L'ENTREPRISE POUR ELLE MEME		
III	-	CONSOMMATION DE L'EXERCICE: (6+7)	79 028 419,12	73 088 942,59
	6	. ACHATS CONSOMMES DE MATIERES ET FOURNITURES	21 320 798,01	15 662 045,87
	7	. AUTRES CHARGES EXTERNES	57 707 621,11	57 426 896,72
IV	=	VALEUR AJOUTEE (I + II - III)	76 146 433,70	58 471 604,58
	8	+ . SUBVENTIONS D'EXPLOITATION		
	9	- . IMPOTS ET TAXES	1 809 555,81	1 625 671,28
	10	- . CHARGES DE PERSONNEL	45 212 058,54	39 098 820,82
V	=	EXCEDENT BRUT D'EXPLOITATION (EBE)	29 124 819,35	17 747 112,48
		= INSUFFISANCE BRUTE D'EXPLOITATION (IBE)		
	11	+ . AUTRES PRODUITS D'EXPLOITATION	0,00	0,00
	12	- . AUTRES CHARGES D'EXPLOITATION	0,00	0,00
	13	+ . REPRISES D'EXPLOITATION, TRANSFERTS DE CHARGES	400 000,00	(6 361,90)
	14	- . DOTATIONS D'EXPLOITATION	12 841 408,84	9 638 792,06
VI	=	RESULTAT D'EXPLOITATION (+ OU -)	16 683 410,51	8 108 320,42
VII	±	RESULTAT FINANCIER	(3 545 890,65)	(4 286 221,33)
VII	=	RESULTAT COURANT (+ OU -)	13 137 519,86	3 822 099,09
IX	±	RESULTAT NON COURANT	595 171,86	699 508,88
	15	- . IMPOTS SUR LES RESULTATS	5 339 446,00	3 519 029,00
X	=	RESULTAT NET DE L'EXERCICE (+ OU -)	8 393 245,72	1 002 578,97

II. CAPACITE D'AUTOFINANCEMENT (C.A.F) - AUTOFINANCEMENT

	1	. RESULTAT NET DE L'EXERCICE		
		- BENEFICE +	8 393 245,72	1 002 578,97
		- PERTE -		
	2	+ . DOTATIONS D'EXPLOITATION	12 515 465,51	9 338 792,06
	3	+ . DOTATIONS FINANCIERES		
	4	+ . DOTATIONS NON COURANTES		
	5	- . REPRISES NON COURANTES		
	8	- . PRODUITS DES CESSIONS D'IMMOBILISATION	10 548 816,59	13 220 680,63
	9	+ . VALEURS NETTES D'AMORTISSEMENT DES IMMOB CEDEES	9 006 297,84	12 694 654,63
I	=	CAPACITE D'AUTOFINANCEMENT (C.A.F)	19 366 192,48	9 815 345,03
	10	- . DISTRIBUTION DE BENEFICES	0,00	0,00
II	=	AUTOFINANCEMENT	19 366 192,48	9 815 345,03

ETAT DES SOLDES DE GESTION (E.S.G)					
I. TABLEAU DE FORMATION DES RESULTATS (T.F)					
Exercice du 01/01/2008 Au 31/12/2008					
			EXERCICE	EXERC. PRECED	
	1	.	VENTES DE MARCHANDISE EN L'ETAT	1 023 701 952,72	813 419 355,27
	2	-	. ACHATS REVENDUS DE MARCHANDISES	902 648 746,54	714 486 859,50
I		=	MARGE BRUTE SUR VENTES EN L'ETAT	121 053 206,18	98 932 495,77
II		+	PRODUCTION DE L'EXERCICE : (3 + 4 + 5)	117 181 195,37	56 242 357,05
	3	.	. VENTES DE BIENS ET SERVICES PRODUITS	117 181 195,37	56 242 357,05
	4	.	. VARIATIONS STOCKS DE PRODUITS		
	5	.	. IMMOB. PRODUITES PAR L'ENTREPRISE POUR ELLE MEME		
III		-	CONSOMMATION DE L'EXERCICE: (6+7)	90 385 117,23	79 028 419,12
	6	.	. ACHATS CONSOMMES DE MATIERES ET FOURNITURES	25 450 034,39	21 320 798,01
	7	.	. AUTRES CHARGES EXTERNES	64 935 082,84	57 707 621,11
IV		=	VALEUR AJOUTEE (I + II - III)	147 849 284,32	76 146 433,70
	8	+	. SUBVENTIONS D'EXPLOITATION		
	9	-	. IMPOTS ET TAXES	2 408 378,24	1 809 555,81
	10	-	. CHARGES DE PERSONNEL	58 968 769,51	45 212 058,54
V		=	EXCEDENT BRUT D'EXPLOITATION (EBE)	86 472 136,57	29 124 819,35
		=	INSUFFISANCE BRUTE D'EXPLOITATION (IBE)		
	11	+	. AUTRES PRODUITS D'EXPLOITATION		0,00
	12	-	. AUTRES CHARGES D'EXPLOITATION	33 963,72	0,00
	13	+	. REPRISES D'EXPLOITATION, TRANSFERTS DE CHARGES		400 000,00
	14	-	. DOTATIONS D'EXPLOITATION	22 641 897,64	12 841 408,84
VI		=	RESULTAT D'EXPLOITATION (+ OU -)	63 796 275,21	16 683 410,51
VII		±	RESULTAT FINANCIER	(5 539 527,31)	(3 545 890,65)
VII		=	RESULTAT COURANT (+ OU -)	58 256 747,90	13 137 519,86
IX		±	RESULTAT NON COURANT	(488 972,15)	595 171,86
	15	-	. IMPOTS SUR LES RESULTATS	14 980 895,98	5 339 446,00
X		=	RESULTAT NET DE L'EXERCICE (+ OU -)	42 786 879,77	8 393 245,72
II. CAPACITE D'AUTOFINANCEMENT (C.A.F) - AUTOFINANCEMENT					
	1	.	. RESULTAT NET DE L'EXERCICE	8 393 245,72	8 393 245,72
		.	. BENEFICE +	42 786 879,77	8 393 245,72
		.	. PERTE -		
	2	+	. DOTATIONS D'EXPLOITATION	20 141 897,64	12 515 465,51
	3	+	. DOTATIONS FINANCIERES		
	4	+	. DOTATIONS NON COURANTES		
	5	-	. REPRISES NON COURANTES		
	8	-	. PRODUITS DES CESSIONS D'IMMOBILISATION		10 548 816,59
	9	+	. VALEURS NETTES D'AMORTISSEMENT DES IMMOB CEDEES		9 006 297,84
I		=	CAPACITE D'AUTOFINANCEMENT (C.A.F)	62 928 777,41	19 366 192,48
	10	-	. DISTRIBUTION DE BENEFICES		0,00
II		=	AUTOFINANCEMENT	62 928 777,41	19 366 192,48

ETAT DES SOLDES DE GESTION (E.S.G)
I. TABLEAU DE FORMATION DES RESULTATS (T.F.R)

			EXERCICE	EXERC. PRECED
	1	. VENTES DE MARCHANDISE EN L'ETAT	1656 469 122,29	1023 701 952,72
	2	. ACHATS REVENDUS DE MARCHANDISES	1486 986 746,70	902 648 746,54
I	=	MARGE BRUTE SUR VENTES EN L'ETAT	169 482 375,59	121 053 206,18
II	+	PRODUCTION DE L'EXERCICE : (3 + 4 + 5)	179 923 493,78	117 181 195,37
	3	. VENTES DE BIENS ET SERVICES PRODUITS	179 923 493,78	117 181 195,37
	4	. VARIATIONS STOCKS DE PRODUITS		
	5	. IMMOB. PRODUITES PAR L'ENTREPRISE POUR ELLE MEME		
III	-	CONSOMMATION DE L'EXERCICE: (6+7)	143 856 312,83	90 385 117,23
	6	. ACHATS CONSOMMES DE MATIERES ET FOURNITURES	47 413 891,73	25 450 034,39
	7	. AUTRES CHARGES EXTERNES	96 442 421,10	64 935 082,84
IV	=	VALEUR AJOUTEE (I + II - III)	205 549 556,54	147 849 284,32
	8	. SUBVENTIONS D'EXPLOITATION		
	9	. IMPOTS ET TAXES	3 324 577,94	2 408 378,24
	10	. CHARGES DE PERSONNEL	92 040 864,02	58 968 769,51
V	=	EXCEDENT BRUT D'EXPLOITATION (EBE)	110 184 114,58	86 472 136,57
		= INSUFFISANCE BRUTE D'EXPLOITATION (IBE)		
	11	. AUTRES PRODUITS D'EXPLOITATION		
	12	. AUTRES CHARGES D'EXPLOITATION	0,00	33 963,72
	13	. REPRISES D'EXPLOITATION, TRANSFERTS DE CHARGES	1527 163,55	
	14	. DOTATIONS D'EXPLOITATION	37 242 207,50	22 641 897,64
VI	=	RESULTAT D'EXPLOITATION (+ OU -)	74 469 070,63	63 796 275,21
VII	±	RESULTAT FINANCIER	(5 213 429,50)	(5 539 527,31)
VII	=	RESULTAT COURANT (+ OU -)	69 255 641,13	58 256 747,90
IX	±	RESULTAT NON COURANT	23 953 250,04	(488 972,15)
	15	. IMPOTS SUR LES RESULTATS	14 190 936,00	14 980 895,98
X	=	RESULTAT NET DE L'EXERCICE (+ OU -)	79 017 955,17	42 786 879,77

II. CAPACITE D'AUTOFINANCEMENT (C.A.F) - AUTOFINANCEMENT

	1	. RESULTAT NET DE L'EXERCICE		
		- BENEFICE +	79 017 955,17	42 786 879,77
		- PERTE -		
	2	. DOTATIONS D'EXPLOITATION	36 242 207,50	20 141 897,64
	3	. DOTATIONS FINANCIERES		
	4	. DOTATIONS NON COURANTES		
	5	. REPRISES NON COURANTES		
	8	. PRODUITS DES CESSIONS D'IMMOBILISATION	62 753 660,16	
	9	. VALEURS NETTES D'AMORTISSEMENT DES IMMOB CEDEES	37 688 783,10	
I	=	CAPACITE D'AUTOFINANCEMENT (C.A.F)	90 195 285,61	62 928 777,41
	10	. DISTRIBUTION DE BENEFICES	33 215 875,00	
II	=	AUTOFINANCEMENT	56 979 410,61	62 928 777,41

IX.5 Informations complémentaires:

- Exercice 2008 (base consolidées)**

	TABLEAU DE VARIATION DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDÉS (PART DU GROUPE)							
	CAPITAL	PRIMES D'ÉMISSION ET DE FUSION	RESERVES CONSOLIDÉES	RÉSULTAT NET PART GROUPE	TOTAL GROUPE	CAPITAUX PROPRES PAR DES MINORITAIRES	CAPITAUX PROPRES PAR DU GROUPE	
SITUATION À LA CLÔTURE EXERCICE 2006	125 600 000,00	912 470,85	-13 581 545,26	1 002 578,97	113 933 504,56		113 933 504,56	
AFFECTATION DU RÉSULTAT			1 002 578,97	-1 002 578,97	0,00		0,00	
DIVIDENDES DISTRIBUÉS					0,00		0,00	
MOUVEMENT DU CAPITAL	57 660 000,00				57 660 000,00		57 660 000,00	
AUTRES MOUVEMENTS		36 678,34		8 393 246,72	8 429 924,06		8 429 924,06	
SITUATION À LA CLÔTURE EXERCICE 2007	183 260 000,00	949 149,19	-12 578 966,29	8 393 246,72	180 023 428,62		180 023 428,62	
AFFECTATION DU RÉSULTAT			8 393 246,72	-8 393 246,72	0,00		0,00	
DIVIDENDES DISTRIBUÉS					0,00		0,00	
MOUVEMENT DU CAPITAL	45 815 000,00			41 764 969,71	565 888 959,71		565 888 959,71	
AUTRES MOUVEMENTS							0,00	
SITUATION À LA CLÔTURE EXERCICE 2008	229 075 000,00	479 257 749,19	-4 185 720,57	41 764 969,71	745 911 988,33		745 911 988,33	

TABLEAU DES PROVISIONS

Exercice du 01/01/2008 Au 31/12/2008

NATURE	Montant début exercice	DOTATIONS			REPRISES			Montant fin exercice
		D'exploitation	Financières	Non courantes	Financières	Non courantes	D'exploitation	
1. Provisions pour dépréciation de l'actif immobilisé								
2. Provisions réglementées								
3. Provisions durables pour risques et charges								
SOUS TOTAL (A)								
4. Provisions pour dépréciation de l'actif circulant (hors trésorerie)	1 500 000,00	1 500 000,00	5 463 209,88					8 463 209,88
5. Autres provisions pour risques et charges	383 471,81		64 863,91	700 380,85	121 898,92	200 000,00	61 572,89	765 244,76
6. Provisions pour dépréciation des comptes de trésorerie	400 000,00	1 000 000,00						1 400 000,00
SOUS TOTAL (B)	2 283 471,81	2 500 000,00	5 528 073,79	700 380,85	121 898,92	200 000,00	61 572,89	10 628 454,64
TOTAL (A+B)	2 283 471,81	2 500 000,00	5 528 073,79	700 380,85	121 898,92	200 000,00	61 572,89	10 628 454,64

TABLEAU DES CREANCES

Exercice du 01/01/2008 Au 31/12/2008

	ANALYSE PAR ECHEANCE				AUTRES ANALYSES			
	TOTAL	PLUS D'UN AN	MOINS D'UN AN	ECHUES ET NON RECOURUES	MONTANT EN DEVOIRS	MONTANTS SUR ETAT ET ORGANISMES PUBLICS	MONTANTS SUR LES ENTREPRISES LIEES	MONTANTS REPRESENTES PAR EFFETS
DEL'ACTE								
IMMOBILISE	4 729 786,97	4 729 786,97						
• Prêts immobilisés								
• Autres créances financières	4 729 786,97	4 729 786,97						
DEL'ACTE CIRCULANT	241 919 669,65		241 919 669,65		64 884 638,71	1 041 180,29		
• Fournisseurs débiteurs, avances et acomptes rattachés	7 129 522,73		7 129 522,73					
• Clients et comptes rattachés	152 250 513,00		152 250 513,00			1 041 180,29		
• Personnel	5 443 133,54		5 443 133,54					
• Etat	64 884 638,71		64 884 638,71		64 884 638,71			
• Comptes d'associés								
• Autres débiteurs	7 032 995,64		7 032 995,64					
• Comptes de régularisation-Actif	5 178 866,03		5 178 866,03					

TABLEAU DES DETTES

Exercice du 01/01/2008 Au 31/12/2008

DETTES	TOTAL	ANALYSE PAR ECHEANCE		ECHUES ET MOIS PAYEES	MONTANT EN DEVISES	AUTRES ANALYSES		
		PLUS D'UN AN	MOINS D'UN AN			MONTANTS VIS-A-VIS DE LETAT ET ORGANISMES PUBLICS	MONTANTS VIS-A-VIS DES ENTREPRISES LIEES	MONTANTS REPRESENTES PAR EFFETS
DE FINANCEMENT	141 217 315,50	127 234 306,89	14 189 112,35					
* Emprunts obligataires								
* Autres dettes de financement	141 423 419,24	127 234 306,89	14 189 112,35					
DU PASSIF	510 377 245,18	510 377 245,18	5 948 289,17	39 658 948,46	112 857 502,33			
CIRCULANT	442 650 466,39	442 650 466,39	5 948 289,17					
* Fournisseurs et comptes rattachés	32 463,65	32 463,65						
* Clients créditeurs, avances et acomptes	336 938,96	336 938,96						
* Personnel	1 913 669,86	1 913 669,86						
* Organismes sociaux	37 745 278,60	37 745 278,60						
* Etat	27 216 113,83	27 216 113,83						
* Comptes d'associés	482 313,89	482 313,89						
* Autres créances								
* Comptes de régularisation-Passif								

TABLEAU DES SURETES REELLES DONNEES OU RUCUES						
Exercice du 01/01/2008 Au 31/12/2008						
TIRES CREDITEURS OU DEBITEURS	MONTANT COUVERT PAR LA SURETE	NATURE	DATE ET LIEU D'INSCRIPTION	OBJET	(2)(3)	VALEUR COMPTABLE NETTE DE LA SURETE DONNEE A LA DATE DE CLOTURE
SURETES DONNEES	32 969 381,00	(2) (3)	RABAT	BANQUES		
SURETE RECUES			NEANT			

TABLEAU DES TITRES DE PARTICIPATION NON CONSOLIDES

Exercice du 01/01/2008 Au 31/12/2008

Raison sociale de la Société émettrice	Secteur d'activité	Capital social	Participation au capital en %	Prix d'acquisition global	Valeur comptable nette	Extrait des derniers états de synthèse de la société émettrice			Produits inscrits au C.P.C de l'exercice
						Date de clôture	Situation nette	Résultat net	
TOTAL				0,00	0,00		0,00	0,00	0,00

TABLEAU DES IMMOBILISATIONS

Exercice du 01/01/2008 Au 31/12/2008

NATURE	MONTANT BRUT		AUGMENTATION			DIMINUTION			MONTANT BRUT FIN EXERCICE	
	DEBUT EXERCICE	Acquisition	Produit de l'entreprise pour elle même	Virement	Cession	Retrait	Virement			
IMMOBILISATION EN NON-VALEURS	23 124 927,19	28 730 027,49	-	-	-	-	-	51 854 954,68		
*Frais préliminaires	1 332 452,84	23 761,84						1 356 214,68		
*Charges à répartir sur plusieurs exercices	21 792 474,35	28 706 265,65						50 498 740,00		
*Primes de remboursement obligations	-	-						-		
* IMMOBILISATIONS INCORPORELLES	96 265 773,91	37 904 413,91	-	-	-	-	-	134 170 187,82		
* ECART D'ACQUISITION	-	33 768 603,83						33 768 603,83		
* Immobilisation en recherche et développement	-	-						-		
* Brevets, marques, droits et valeurs similaires	4 215 773,91	4 135 810,08						8 351 583,99		
* Fonds commercial	92 050 000,00	-						92 050 000,00		
* Autres immobilisations incorporelles	-	-						-		
IMMOBILISATIONS CORPORELLES	208 148 583,39	291 870 896,96	-	-	-	-	-	500 019 480,35		
* Terrains	33 337 800,00	108 712 050,00						142 049 850,00		
* Constructions	52 938 849,99	51 264 011,98						104 202 861,97		
* Installat. techniques, matériel et outillage	31 695 760,65	32 275 150,04						63 970 910,69		
* Matériel de transport	1 121 816,75	283 879,83						1 405 696,58		
* Mobilier, matériel bureau et aménagement	62 120 666,07	18 579 654,73						80 700 320,80		
* Autres immobilisations corporelles	-	80 756 150,38						-		
* Immobilisations corporelles en cours	26 933 689,93	-						107 689 840,31		
IMMOBILISATIONS FINANCIERES	2 500 290,48	2 229 496,49	-	-	-	-	-	4 729 786,97		
* AUTRES CREANCES FINANCIERES	2 500 290,48	2 229 496,49						4 729 786,97		
TOTAL	330 039 574,97	360 734 834,85	-	-	-	-	-	690 774 409,82		

TABLEAU DES AMORTISSEMENTS

Exercice du 01/01/2008 Au 31/12/2008

NATURE	Cumul début exercice		Dotation de l'exercice		Amortissement sur immobilisations sorties	Cumul d'amortissement fin exercice
	1	2	3	4=1+2-3		
IMMOBILISATION EN NON-VALEURS	10 346 591,08	5 799 049,49	0,00	16 145 640,57		
* Frais préliminaires	1 214 981,16	68 663,64		1 283 644,80		
* Charges à répartir sur plusieurs exercices	9 131 609,92	5 730 385,85		14 861 995,77		
* Primes de remboursement des obligations	0,00	0,00				
IMMOBILISATIONS INCORPORELLES	2 881 581,17	582 316,92	0,00	3 463 898,09		
* Immobilisation en recherche et développement	0,00					
* Brevets, marques, droits et valeurs similaires	2 881 581,17	582 316,92		3 463 898,09		
* Fonds commercial	0,00					
* Autres immobilisations incorporelles	0,00					
IMMOBILISATIONS CORPORELLES	43 041 148,20	24 874 661,43	0,00	67 915 809,63		
* Terrains	0,00					
* Constructions	1 516 969,05	5 739 381,11		7 256 350,16		
* Installations techniques, matériel et outillage	8 733 660,97	6 957 771,47		15 691 432,44		
* Matériel de transport	628 105,10	339 971,88		968 076,98		
* Mobilier, matériel de bureau et aménagement	32 162 413,08	11 837 536,97		43 999 950,05		
TOTAL	56 269 320,45	31 256 027,84	0,00	87 525 348,29		

ENGAGEMENTS HORS BILAN

<p style="text-align: center;">ENGAGEMENTS DONNES</p>	<p>MONTANT EXERCICE</p>	<p>MONTANT EXERCICE PRECEDENT</p>
<ul style="list-style-type: none"> * Avals et cautions * Engagement en matière de pensions de retraites et obligations similaires * Autres engagements donnés 	<p>NEANT</p>	<p>NEANT</p>
<p style="text-align: center;">ENGAGEMENTS RECUS</p>	<p>MONTANT EXERCICE</p>	<p>MONTANT EXERCICE PRECEDENT</p>
<ul style="list-style-type: none"> * Avals et cautions * Autres engagements reçus 	<p>NEANT</p>	<p>NEANT</p>

- **Exercices 2009**

INDICATION DES METHODES D'EVALUATION APPLIQUEES PAR L'ENTREPRISE	
Ne sont reprises ci-dessous que les méthodes propres à la Société.	
<p><u>I - ACTIF IMMOBILISE</u></p> <p>A. EVALUATION A L'ENTREE</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 - Immobilisations en non valeurs 2 - Immobilisations incorporelles 3 - Immobilisations corporelles 4 - Immobilisations financières <p><u>B. CORRECTIONS DE VALEUR</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1 - Méthodes d'amortissements 2 - Méthodes d'évaluation des provisions pour dépréciation 3 - Méthodes de détermination des écarts de conversion - Actif <p><u>II - ACTIF CIRCULANT (Hors trésorerie)</u></p> <p>A. EVALUATION A L'ENTREE</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 - Stocks 2 - Créances 3 - Titres et valeurs de placement <p><u>B. CORRECTIONS DE VALEUR</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1 - Méthodes d'évaluation des provisions pour dépréciation 2 - Méthodes de détermination des écarts de conversion - Actif <p><u>III - FINANCEMENT PERMANENT</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1 - Méthodes de réévaluation 2 - Méthodes d'évaluation des provisions réglementées 3 - Dettes de financement permanent 4 - Méthodes d'évaluation des provisions durables pour risques et charges 5 - Méthodes de détermination des écarts de conversion - Passif <p><u>IV - PASSIF CIRCULANT (Hors trésorerie)</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1 - Dettes du passif circulant 2 - Méthodes d'évaluation des autres provisions pour risques et charges 3 - Méthodes de détermination des écarts de conversion - Passif <p><u>V - TRESORERIE</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1 - Trésorerie - Actif 2 - Trésorerie - Passif 3 - Méthodes d'évaluation des provisions pour dépréciation 	<p>PRINCIPES ET METHODES D'EVALUATION PRECONISES PAR LE CGNC</p>

**ETAT A2
ETAT DES DEROGATIONS**

INDICATION DES DEROGATIONS	JUSTIFICATION DES DEROGATIONS	INFLUENCE DES DEROGATIONS SUR LE PATRIMOINE, LA SITUATION FINANCIERE ET LES RESULTATS
I - DEROGATIONS AUX PRINCIPES COMPTABLES FONDAMENTAUX	NEANT	
II - DEROGATIONS AUX METHODES D'EVALUATION	NEANT	
III - DEROGATIONS AUX REGLES D'ETABLISSEMENT ET DE PRESENTATION DES ETATS DE SYNTHESE	NEANT	

ETAT A3
ETAT DES CHANGEMENTS DE METHODES

NATURE DES CHANGEMENTS	JUSTIFICATION DES CHANGEMENTS	INFLUENCE SUR LE PATRIMOINE, LA SITUATION FINANCIERE ET LES RESULTATS
Changements affectant les méthodes d'évaluation	NEANT	NEANT
Changements affectant les règles de présentation	NEANT	NEANT

TABEAU DES IMMOBILISATIONS AUTRES QUE FINANCIERES

NATURE	MONTANT BRUT DEBUT EXERCICE	AUGMENTATION			DIMINUTION		MONTANT BRUT FIN EXERCICE
		Acquisition	Produit de l'entreprise pour elle même	Virement	Cession	Retrait	
IMMOBILISATION EN NON-VALEURS	51 760 454,53	31 664 020,82	-	-	-	-	83 424 475,35
*Frais préliminaires	1 332 452,84	-	-	-	-	-	1 332 452,84
*Charges à répartir sur plusieurs exercices	50 428 001,69	31 664 020,82	-	-	-	-	82 092 022,51
*Primes de remboursement obligations	-	-	-	-	-	-	-
- IMMOBILISATIONS INCORPORABLES	100 401 583,99	50 291 203,68	-	-	-	-	150 692 787,67
* Immobilisation en recherche et développement	-	-	-	-	-	-	-
* Brevets, marques, droits et valeurs similaires	8 351 583,99	4 825 188,54	-	-	-	-	13 176 772,53
* Fonds commercial	32 060 000,00	45 466 016,14	-	-	-	-	137 516 016,14
* Autres immobilisations incorporelles	-	-	-	-	-	-	-
IMMOBILISATIONS CORPORELLES	487 215 757,32	308 698 337,02	-	-	40 164 707,73	-	728 764 813,58
* Terrains	141 731 600,00	72 217 331,28	-	-	-	-	213 948 931,28
* Constructions	102 376 179,36	142 196 071,35	-	-	4 895 100,72	-	239 677 149,39
* Installat. techniques, matériel et outillage	60 978 420,35	75 717 576,48	-	-	34 063 179,77	-	102 632 817,06
* Matériel de transport	1 121 816,75	140 595,43	-	-	56 386,83	-	1 206 045,35
* Mobilier, matériel bureau et aménagements	73 317 900,55	18 426 762,48	-	-	1 150 060,41	-	90 594 602,62
* Autres immobilisations corporelles	-	-	-	-	-	-	-
* Immobilisations corporelles en cours	107 689 840,31	-	-	-	-	26 984 573,03	80 705 267,28
	639 377 795,84	390 653 561,52	-	-	40 164 707,73	-	962 892 076,60

TABEAU DES AMORTISSEMENTS

NATURE	Cumul début exercice 1	Dotation de l'exercice 2	Amortissement sur immobilisations sorties 3	Cumul d'amortissement fin exercice 4=1-2-3
IMMOBILISATION EN NON-VALEURS	16 096 270,73	11 143 189,83	0,00	27 239 460,56
* Frais préliminaires	1 259 882,96	35 230,00		1 295 112,96
* Charges à répartir sur plusieurs exercices	14 836 387,77	11 107 959,83		25 944 347,60
* Primes de remboursement des obligations				
IMMOBILISATIONS INCORPORELLES	3 463 898,09	1 514 872,66	0,00	4 978 770,75
* Immobilisation en recherche et développement				
* Brevets, marques, droits et valeurs similaires	3 463 898,09	1 514 872,66		4 978 770,75
* Fonds commercial				
* Autres immobilisations incorporelles				
IMMOBILISATIONS CORPORELLES	56 851 049,27	23 584 145,01	2 475 924,63	77 959 269,65
* Terrains				
* Constructions	5 429 667,55	8 324 377,85	608 344,62	13 145 700,78
* Installations techniques, matériel et outillage	12 959 495,33	8 813 565,80	1 712 076,76	20 060 984,37
* Matériel de transport	755 525,75	123 013,36		878 539,11
* Mobilier, matériel de bureau et aménagement	37 706 360,64	6 323 188,00	155 503,25	43 874 045,39
TOTAL	76 411 218,09	36 242 207,50	2 475 924,63	110 177 500,96

Mom ou raison sociale : LABEL VIE, S.A. 2009
Etat B3

Exercice du 01/01/2009 Au 31/12/2009

**TABIEAU DES PLUS OU MOINS VALUES SUR CESSIIONS OU RETRAITS
D'IMMOBILISATIONS**

Date de cession ou de retrait	Compte principal	Montant brut	Amortissements cumulés	Valeur nette d'amortissement	Produits de cession	Plus values	Moins values
24/12/2009	23210000	4 895 100,72	608 344,62	4 286 756,10	19 250 000,00	14 963 243,90	
19/05/2009	23400000	56 366,83	0,00	56 366,83	82 000,00	25 633,17	
30/06/2009	23400000		0,00	0,00	48 000,00	48 000,00	
01/12/2009	23400000	0,00	0,00	0,00	28 000,00	28 000,00	
31/12/2009	23310000	34 063 179,77	1 712 076,76	32 351 103,01	32 351 103,00	0,00	
01/01/2010	23510000	319 603,20	20 225,27	299 377,93	299 377,93	0,00	
02/01/2010	23550000	830 457,21	135 277,98	695 179,23	695 179,23	0,00	
31/12/2009	22300000	0,00	0,00	0,00	10 000 000,00	10 000 000,00	
TOTAL		40 164 707,73	2 475 924,63	37 688 783,10	62 753 660,16	25 064 877,07	

Nom ou raison sociale : LABEL VIE, S.A. 2009
Etat B4

Exercice du 01/01/2009 Au 31/12/2009

TABIEAU DES TITRES DE PARTICIPATION

Raison sociale de la Société émettrice	Secteur d'activité	Capital social	Participation au capital en %	Prix d'acqui- sition global	Valeur comptable nette	Extrait des derniers états de synthèse de la société			Produits inscrits au C.P.C de l'exercice
						Date de clôture	Situation nette	Résultat net	
HYPERMARCHÉ LY SAS	GRANDE DISTRIBUTION	70 000 000,00	100%	70 000 000,00	70 000 000,00	31/12/2009	69 991 745,40	(1 650,92)	0,00
TOTAL				70 000 000,00	70 000 000,00	40 178,00	69 991 745,40	(1 650,92)	0,00

TABLEAU DES PROVISIONS

NATURE	Montant début exercice	DOTATIONS		REPRISES		Montant fin exercice
		D'exploitation	Financières	Non courantes	D'exploitation	
1. Provisions pour dépréciation de l'actif immobilisé						
2. Provisions réglementées						
3. Provisions durables pour risques et charges						
SOUS TOTAL (A)						
4. Provisions pour dépréciation de l'actif circulant (hors trésorerie)	8 378 563,97	2 400 000,00	9 819 421,47			20 597 985,44
5. Autres provisions pour risques et charges	664 863,91		1 096,10	1 300 000,00	64 863,91	1 901 096,10
6. Provisions pour dépréciation des comptes de trésorerie	1 400 000,00			1 400 000,00		0,00
SOUS TOTAL (B)	10 443 427,88	2 400 000,00	9 820 517,57	1 300 000,00	64 863,91	22 499 081,54
TOTAL (A+B)	10 443 427,88	2 400 000,00	9 820 517,57	1 300 000,00	64 863,91	22 499 081,54

TABLEAU DES CREANCES

CREANCES	TOTAL	ANALYSE PAR ECHANCE				AUTRES ANALYSES		
		PLUS D'UN AN	MOINS D'UN AN	ECHUES ET NON RECOURUES	MONTANT EN DEVISES	MONTANTS SUR ETAT ET ORGANISMES PUBLICS	MONTANTS SUR LES ENTREPRISES LIEES	MONTANTS REPRESENTES PAR EFFETS
DE L'ACTIF IMMOBILISE	6 993 615,09	6 993 615,09	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
* Prêts immobilisés								
* Autres créances financières	6 993 615,09	6 993 615,09						
DE L'ACTIF CIRCULANT	502 443 506,59	0,00	502 443 506,59	0,00	0,00	117 993 548,17	0,00	0,00
* Fournisseurs débiteurs, avances et comptes rattachés	8 148 888,42		8 148 888,42					
* Clients et comptes rattachés	341 077 602,35		341 077 602,35			75 443 375,65		
* Personnel	4 313 325,50		4 313 325,50					
* Btat	117 993 548,17		117 993 548,17			117 993 548,17		
* Comptes d'associés								
* Autres débiteurs	26 135 570,51		26 135 570,51					
* Comptes de régularisation-Actif	4 774 571,64		4 774 571,64					

TABLIÉAU DES DETTES

DETTES	TOTAL	ANALYSE PAR HOUCHEANCE			AUTRES ANALYSES			
		PLUS D'UN AN	MOINS D'UN AN	ECHUES ET NON PAYEES	MONTANT EN DEVISES	MONTANTS VIS-A-VIS DE L'ETAT ET ORGANISMES PUBLICS	MONTANTS VIS-A-VIS DES ENTREPRISES LIBRES	MONTANTS REPRESENTES PAR EFFETS
DE FINANCEMENT	391 342 836,47	344 933 992,80	46 408 843,67					
* Emprunts obligataires								
* Autres dettes de financement	391 342 836,47	344 933 992,80	46 408 843,67					
DU PASSIF CIRCULANT	777 615 848,15	0,00	777 615 848,15	0,00	9 585 427,29	49 701 469,64	0,00	199 200 846,00
* Fournisseurs et comptes rattachés	720 963 099,64		720 963 099,64		9 585 427,29			199 200 846,00
* Clients créditeurs, avances et comptes	1 218 628,18		1 218 628,18					
* Personnel	52 419,56		52 419,56					
* Organismes sociaux	3 435 662,71		3 435 662,71			1 605 274,59		
* Etat	48 096 195,05		48 096 195,05			48 096 195,05		
* Comptes d'associés	883 253,00		883 253,00					
* Autres créanciers	14 272,23		14 272,23					
* Comptes de régularisation-Passif	3 011 039,31		3 011 039,31					

TABLEAU DES SURETES REELLES DONNEES OU RECUES

Exercice du 01/01/2009 Au 31/12/2009

TITRES CREDITEURS OU DEBITEURS	MONTANT COUVERT PAR LA SURETE	NATURE	DATE ET LIEU D'INSCRIPTION	OBJET (2) (3)	VALEUR COMPTABLE NETTE DE LA SURETE DONNEE A LA DATE DE CLOTURE
SURETES DONNEES	41 919 381,00	(2) (3)	PAREAT	BANQUES	
SURETE RECUES			NEANT		

Etat B9

**ENGAGEMENTS FINANCIERS RECUS OU DONNES
HORS OPERATION DE CREDIT-BAIL**

ENGAGEMENTS DONNES	MONTANT EXERCICE	MONTANT EXERCICE PRECEDENT
* Avals et cautions		
* Engagement en matière de pensions de de retraites et obligations similaires		
* Autres engagements donnés		
-		
-		
-		
-		
TOTAL (1)	NEANT	NEANT
(1) Dont engagements à l'égard d'entreprises liées		
ENGAGEMENTS RECUS	MONTANT EXERCICE	MONTANT EXERCICE PRECEDENT
* Avals et cautions		
- Cautions reçues sur marché		
* Autres engagements reçus		
-		
-		
-		
-		
TOTAL	NEANT	NEANT

Etat C1

ETAT DE REPARTITION DU CAPITAL SOCIAL
Exercice du 01/01/2009 Au 31/12/2009
Montant du capital 229 075 000,00 DH

Nom, prénom ou raison sociale des principaux associés (1)	Adresse	NOMBRE DE TITRES		Valeur nominale de chaque action ou part sociale	MONTANT DU CAPITAL		
		Exercice précédent	Exercice actuel		Souscrit	Appelé	Libéré
1	2	3	4	5	6	7	8
RETAIL HOLDING	RABAT	1 334 073	1 349 665	100	134 966 500	134 966 500	134 966 500
CNTA SAADA	CASA	-	425 392	100	42 539 200	42 539 200	42 539 200
UMIMER	RABAT	1	1	100	100	100	100
FIRST COMMERCIEL ESTATE COMPANY	RABAT	94 403	-	100	-	-	-
SALARIES	RABAT	161 536	52 920	100	5 292 000	5 292 000	5 292 000
AUTRES PERSONNES PHYSIQUES	RABAT	242 587	36 832	100	3 683 200	3 683 200	3 683 200
PIOTTANT	CASA	458 150	425 940	100	42 594 000	42 594 000	42 594 000
		2 290 750	2 290 750		229 075 000	229 075 000	229 075 000

Nom ou raison sociale : LABEL'VIE, S.A. 2009

Exercice du 01/01/2009 Au 31/12/2009

Etat C2

ETAT D'AFFECTION DES RESULTATS INTERVENUS AU COURS DE L'EXERCICE

A. ORIGINE DES RESULTATS A AFFECTER		B. AFFECTATION DES RESULTATS	
(Décision de l'AGO du 23 juin 2008)			
* Report à nouveau	(4 249 051,17)	* Réserves légales	2 139 343,99
* Résultats nets en instance d'affectation		* Autres réserves	
* Résultats nets de l'exercice	42 786 879,77	* Tanctèmes	
* Prélèvements sur les réserves		* Dividendes	33 215 875,00
* Autres prélèvements		* Autres affectations	
		* Report à nouveau	3 182 609,61
TOTAL A	38 537 828,60	TOTAL B	38 537 828,60

Nom ou raison sociale : LABEL'VIE, S.A. 2009 Exercice du 01/01/2009 Au 31/12/2009
 Etat C5

DATATION ET EVENEMENTS POSTERIEURS

I. DATATION

* Date de clôture (1) : 31/12/2009

* Date d'établissement des états de synthèse (2) : 31/03/2010

(1) Justification en cas de changement de la date de clôture de l'exercice.

(2) Justification en cas de dépassement du délai réglementaire de trois mois prévus pour l'élaboration des états de synthèse.

II. EVENEMENTS POSTERIEUREMENT A LA CLOTURE DE L'EXERCICE

NON RATTACHABLES A CET EXERCICE ET CONNUS AVANT 1ère COMMUNICATION
 EXTERNE DES ETATS DE SYNTHESE.

DATES	INDICATION DES EVENEMENTS
	- Favorables - Défavorables

IX.6 Informations complémentaires relatives à l'exercice 2008 :

TABIEAU DES TITRES DE PARTICIPATION

Raison sociale de la Société émettrice	Secteur d'activité	Capital social	Participation au capital en %	Prix d'acqui- sition global	Valeur comptable nette	Extrait des derniers états de synthèse de la société		Produits inscrits au P.C. de l'exercice	
						Date de clôture	Situation nette émettrice		Résultat net
BAB ZAERS SUPER MARCHÉ SOUSSSI LES ALCOOLS HEUMIS	EXPLOITATION IMMOBILIERE COMMERCE SOUS FORME DE LIBRE SERVICE ACHAT ET VENTE DES BOISSON ALCOOLISEES	300 000,00 3 000 000,00 100 000,00	100% 100% 100%	16 000 000,00 15 000 000,00 4 000 000,00	16 000 000,00 15 000 000,00 4 000 000,00	31/12/2008 31/12/2008 31/12/2008	3 002 168,72 (3 176 704,97) 384 022,36	418 720,18 (1 681 883,84) 241 213,30	670 610,04 27 308 428,36 10 869 161,94
TOTAL		35 000 000,00		35 000 000,00			209 476,11	(1 021 920,06)	38 849 189,94

Exercice du 01/01/2008 Au 31/12/2008

TABLEAU DES PROVISIONS

Exercice du 01/01/2008 Au 31/12/2008

MATURE	MONTANT DÉBUT EXERCICE		DOTATIONS				REPRISES		MONTANT FIN EXERCICE	
	Montant début exercice	Dépréciation	Financières	Non courantes	Dépréciation	Financières	Non courantes	Montant fin exercice		
1. Provisions pour dépréciation de l'actif immobilisé										
2. Provisions réglementées										
3. Provisions durables pour risques et charges										
SOUS TOTAL (A)										
4. Provisions pour dépréciation de l'actif circulant (hors trésorerie)	1 500 000,00	1 500 000,00	5 378 563,97					8 378 563,97		
5. Autres provisions pour risques et charges	383 471,81		64 863,91	600 000,00	121 898,92	200 000,00	61 572,89	664 863,91		
6. Provisions pour dépréciation des comptes de trésorerie	400 000,00	1 000 000,00						1 400 000,00		
SOUS TOTAL (B)	2 283 471,81	2 500 000,00	5 443 427,88	600 000,00	121 898,92	200 000,00	61 572,89	10 443 427,88		
TOTAL (A+B)	2 283 471,81	2 500 000,00	5 443 427,88	600 000,00	121 898,92	200 000,00	61 572,89	10 443 427,88		

TABLEAU DES CREANCES

Exercice du 01/01/2008 Au 31/12/2008

CREANCES	TOTAL	ANALYSE PAR ECHEANCE		ECHUES ET RECOURVRES MON	MONTANT EN DEVISES	AUTRES ANALYSES		
		PLUS D'UN AN	MOINS D'UN AN			MONTANTS SUR ETAT ET ORGANISMES PUBLICS	MONTANTS SUR LES ENTREPRISES LIEES	MONTANTS REPRESENTES PAR EFFETS
DEL'ACTIF IMMOBILISE	4 719 796,51	4 719 796,51						
* Prêts immobilisés								
* Autres créances financières	4 719 796,51	4 719 796,51						
DEL'ACTIF CIRCULANT	235 295 250,33		235 295 250,33			61 803 533,49	1 041 180,29	
* Fournisseurs débiteurs, avances et acomptes	7 101 579,22		7 101 579,22					
* Clients et comptes rattachés	151 973 114,22		151 973 114,22				1 041 180,29	
* Personnel	5 428 716,03		5 428 716,03					
* Etat	61 803 533,49		61 803 533,49			61 803 533,49		
* Comptes d'associés								
* Autres débiteurs	3 821 850,37		3 821 850,37					
* Comptes de régularisation-Acif	5 166 457,00		5 166 457,00					

TABLEAU DES DETTES

Exercice du 01/01/2008 Au 31/12/2008

DETTES	TOTAL	ANALYSE PAR ECHEANCE		ECHUES ET NON PAYEES	MONTANT EN DEVISES	AUTRES ANALYSES		
		PLUS D'UN AN	MOINS D'UN AN			MONTANTS VIS-A-VIS DE L'ETAT ET ORGANISMES PUBLICS	MONTANTS VIS-A-VIS DES ENTREPRISES LIEES	MONTANTS REPRESENTES PAR EFFETS
DE FINANCEMENT	141 217 315,50	127 234 306,89	13 983 008,61					
* Emprunts obligataires								
* Autres dettes de financement	141 217 315,50	127 234 306,89	13 983 008,61					
DUPASSIF	481 713 023,92	481 713 023,92	481 713 023,92		5 948 289,17	39 062 332,66	112 857 502,33	
CIRCULANT								
* Fournisseurs et comptes rattachés	430 616 401,95		430 616 401,95		5 948 289,17			112 857 502,33
* Clients créditeurs, avances et acomptes	33 314,65		33 314,65					
* Personnel	318 508,58		318 508,58					
* Organismes sociaux	1 872 861,40		1 872 861,40					
* Etat	22 208 575,28		22 208 575,28			37 189 471,26		
* Comptes d'associés								
* Autres créances	26 265 110,42		26 265 110,42					
* Comptes de régularisation-Passif	398 251,64		398 251,64					

Nom ou raison sociale : **LABEL VIE, S.A. 2008**
 Etat C2

Exercice du 01/01/2008 Au 31/12/2008

ETAT D'AFFECTATION DES RESULTATS INTERVENUS AU COURS DE L'EXERCICE

A. ORIGINE DES RESULTATS A AFFECTER		
(Décision de l'AGO du 23 juin 2008)		
* Report à nouveau	(12 642 296,89)	
* Résultats nets en instance d'affectation	8 393 245,72	
* Résultats nets de l'exercice		
* Prélèvements sur les réserves		
* Autres prélèvements		
TOTAL A	(4 249 051,17)	
B. AFFECTATION DES RESULTATS		
* Réserves légales		
* Autres réserves		
* Tançnières		
* Dividendes		
* Autres affectations		
* Report à nouveau		
TOTAL B		(4 249 051,17)

IX.8 Informations complémentaires relatives à l'exercice 2007 :

Nom ou raison sociale : HYPER 2007
Etat B4

Exercice du 01/01/2007 au 31/12/2007

TABLEAU DES TITRES DE PARTICIPATION

Raison sociale de la Société émettrice	Secteur d'activité	Capital social	Participation au capital en %	Prix d'acqui- sition global	Valeur comptable nette	Extrait des derniers états de synthèse de la société			Produits inscrits au C.P.C de l'exercice
						Date de clôture	Situation nette émettrice	Résultat net	
TOTAL									

Nom ou raison sociale : HYPER 2007
Etat B5

Exercice du 01/01/2007 Au 31/12/2007

TABEAU DES PROVISIONS

NATURE	Montant début exercice	DOTATIONS				REPRISES		Montant fin exercice
		D'exploitation	Financières	Non courantes	D'exploitation	Financières	Non courantes	
1. Provisions pour dépréciation de l'actif immobilisé								
2. Provisions réglementées								
3. Provisions durables pour risques et charges								
SOUS TOTAL (A)								
4. Provisions pour dépréciation de l'actif circulant (hors trésorerie)	800 000,00	700 000,00					1 500 000,00	
5. Autres provisions pour risques et charges	400 000,00	183 471,81	200 000,00		400 000,00		383 471,81	
6. Provisions pour dépréciation des comptes de trésorerie								
SOUS TOTAL (B)	1 200 000,00	883 471,81	200 000,00		400 000,00		1 883 471,81	
TOTAL (A+B)	1 200 000,00	883 471,81	200 000,00		400 000,00		1 883 471,81	

TABLEAU DES CREANCES

CREANCES	TOTAL	ANALYSE PAR ECHEANCE				AUTRES ANALYSES		
		PLUS D'UN AN	MOINS D'UN AN	ECHUES ET NON RECOURVEES	MONTANT EN DEVISES	MONTANTS SUR ETAT ET ORGANISMES PUBLICS	MONTANTS SUR LES ENTREPRISES LIEES	MONTANTS REPRESENTES PAR EFFETS
DEL'ACTIF IMMOBILISE	2 500 290,48	2 500 290,48						
* Prêts immobilisés	0,00		0,00					
* Autres créances financières	2 500 290,48	2 500 290,48						
DEL'ACTIF CIRCULANT	137 896 172,55		137 896 172,55			49 884 631,64		
* Fournisseurs débiteurs, avances et acomptes	1 005 790,80		1 005 790,80					
* Clients et comptes rattachés	80 204 422,46		80 204 422,46					
* Personnel	2 509 012,44		2 509 012,44					
* Etat	49 884 631,64		49 884 631,64			49 884 631,64		
* Comptes d'associés	75 274,59		75 274,59					
* Autres débiteurs	4 199 129,54		4 199 129,54					
* Comptes de régularisation-Actif	17 911,08		17 911,08					

TABLEAU DES DETTES

DETTES	TOTAL	ANALYSE PAR ECHEANCE			AUTRES ANALYSES			
		PLUS D'UN AN	MOINS D'UN AN	ECHUES ET NON PAYEES	MONTANT EN DEVISES	MONTANTS VIS-A-VIS DE L'ETAT ET ORGANISMES PUBLICS	MONTANTS VIS-A-VIS DES ENTREPRISES LIEES	MONTANTS REPRESENTES PAR EFFETS
DEFINANCEMENT	96 080 143,91	96 080 143,91						
• Emprunts obligataires								
• Autres dettes de financement	96 080 143,91	96 080 143,91						
DU PASSIF CIRCULANT	296 415 594,79		296 415 594,79		30 456 638,59		80 328 098,02	
• Fournisseurs et comptes rattachés	264 319 497,60		264 319 497,60				80 328 098,02	
• Clients créditeurs, avances et acomptes	0,00		0,00					
• Personnel	25 562,50		25 562,50					
• Organismes sociaux	1 133 958,11		1 133 958,11					
• Etat	30 456 638,59		30 456 638,59		30 456 638,59			
• Comptes d'associés	222 972,68		222 972,68					
• Autres créances	187 505,69		187 505,69					
• Comptes de régularisation-Passif	69 459,62		69 459,62					

Nom ou raison sociale : HYPER 2007
Etat C2

Exercice du 01/01/2007 Au 31/12/2007

ETAT D'AFFECTATION DES RESULTATS INTERVENUS AU COURS DE L'EXERCICE

A. ORIGINE DES RESULTATS A AFFECTER		B. AFFECTATION DES RESULTATS	
(Décision de l'AGO du)			
* Report à nouveau	(13 644 875,86)	* Réserves légales	
* Résultats nets en instance d'affectation	1 002 578,97	* Autres réserves	
* Résultats net de l'exercice		* Tangibles	
* Prélèvements sur les réserves		* Dividendes	
* Autres prélèvements		* Autres affectations	
		* Report à nouveau	(12 642 296,89)
TOTAL A	(12 642 296,89)	TOTAL B	(12 642 296,89)