

Résultats S1 2026

Octobre 2026



LabelVie
— GROUPE —

SOMMAIRE

01

Contexte
macroéconomique

02

Faits marquants
S1 2026

03

Réalisations
opérationnelles
et financières
S1 2026



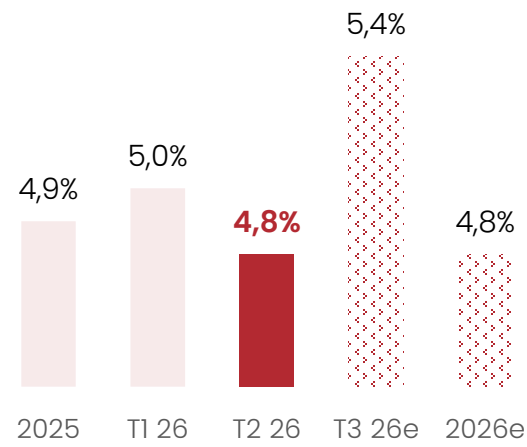
01

Contexte macro- économique



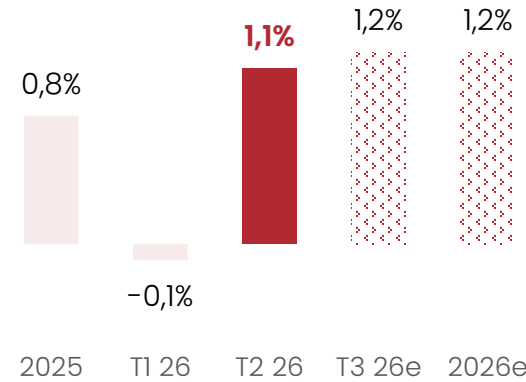
PRINCIPAUX INDICATEURS MACROÉCONOMIQUES

ÉVOLUTION DU PIB

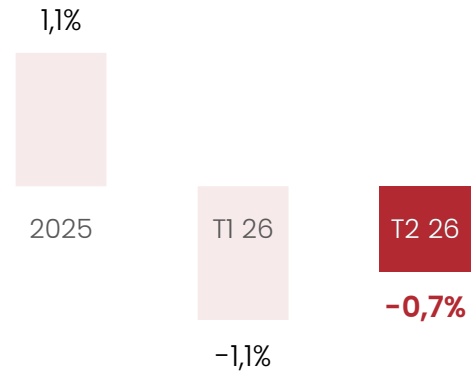


- Croissance nationale de 4,8 % au T2 2026, portée par l'agriculture, les services et la demande intérieure
- Accélération attendue à 5,4 % au T3 2026, soutenue par la reprise des activités secondaires

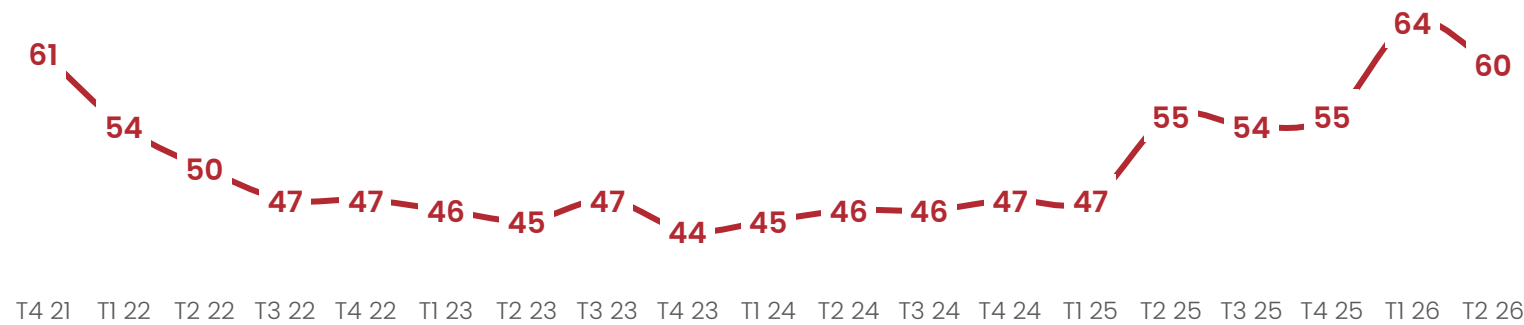
ÉVOLUTION DE L'INFLATION



ÉVOLUTION DE L'INDICE DES PRODUITS ALIMENTAIRES



INDICE DE CONFIANCE DES MÉNAGES



02

Faits
marquants
S1 2026





Accélérer l'expansion
multiformat,
omnicanale et multi
marchés

Niveau record des ouvertures avec
72 nouveaux magasins et une
surface additionnelle de 19 303 m²

Renforcement de proximité avec
l'implantation dans la région Tanger-
Tétouan-Al Hoceïma.

Montée en puissance du
e-commerce B2B et B2C



Innover et transformer les
métiers cœur

La transformation digital : levier
important de l'amélioration des
performances

Renforcement du concept Carrefour
Express



Renforcer notre
position d'acteur
citoyen et responsable

Un axe stratégique porté sur
l'environnement

ACCÉLÉRATION DES OUVERTURES DE LABELVIE AU S1 2026

+5,2%

Surface additionnelle
(S1 2026 vs 2025)

— 2025 — — Évolution magasins —> — S1 2026 —

	Réseau Net #	Surfaces Nettes m²	Ouvertures #	Surfaces m²	Réseau Net* #	Surfaces Nettes* m²	Parts %
	16	84 586	+0	+0	16	84 586	22%
	107	117 656	+6	+4 158	112	121 814	32%
	57	22 483	+7	+2 145	64	24 628	6%
	208	32 296	+59	+8 850	267	41 146	11%
	23	105 888	+1	+3 600	24	109 488	29%
	411	362 909	+73	+18 753	483	381 662	100%

* Incluant un magasin fermé

► Renforcement du concept — 9 leviers stratégiques



Nouveau circuit client

Marché & snacking regroupés à l'entrée : snacking, glaces, fraîcheur (F&L), coupe libre-service.



Marge & fréquentation

Cross-merch maximisé : têtes de gondole, meubles sorties de caisse, arrière-caisses standardisés.



Pesée F&L en caisse

1er retailer au Maroc à intégrer la pesée fruits & légumes en caisse, pour un passage plus fluide.



Pricing et assortiment

Politique de prix et assortiment adaptés à la proximité



Concept "Prêt à Manger"

Sandwichs, salades, café, boissons fraîches — ~25 magasins, 3 formats selon la zone de chalandise.



Clustérisation magasins

2 clusters — Premium & Standard — définis selon la zone de chalandise de chaque magasin.



E-commerce

Partenariats Glovo et Bringo pour la livraison rapide de proximité.



Polyvalence & digital

GSM2 déployé sur 100% du parc ; e-learning SharePoint pour formation et communication.



Gouvernance réseau

Feuille de route digitalisée pour un meilleur suivi des opportunités — objectif : ouvertures 2026.

03

Réalisations opérationnelles et financières S1 2026



VENTES GRANDE DISTRIBUTION*

					
Ventes 2 162 MDH	Ventes 2 504 MDH	Ventes 332 MDH	Ventes 321 MDH	Ventes 3 475 MDH	Ventes 8 794 MDH
Périmètre Global +20,3%	Périmètre Global +6,9%	Périmètre Global +19,8%	Périmètre Global +115%	Périmètre Global +18,2%	Périmètre Global +17,2%
Périmètre Constant +9,8%	Périmètre Constant +3,6%	Périmètre Constant +17,0%	Périmètre Constant -7,3%	Périmètre Constant +4,7%	Périmètre Constant +5,4%
En % Des Ventes 25% (+1pt)	En % Des Ventes 28% (-3pts)	En % Des Ventes 4% (+0pt)	En % Des Ventes 4% (+1pt)	En % Des Ventes 40% (+0pt)	En % Des Ventes 100%
Réseau Magasins 16	Réseau Magasins 112	Réseau Magasins 64	Réseau Magasins 267	Réseau Magasins 24	Réseau Magasins 483

* Hors Stations de Services

En MDH	Historique	Réalisé	Ecart vs. Historique	
	S1 2025	S1 2026	Valeur	%
Périmètre Constant	1 797	1 973	+176	+9,8%
Ouvertures	0	189	+189	-
Total Ventes	1 797	2 162	+365	+20,3%

- › Bonne performance du périmètre constant, +9,8 % vs historique malgré la déflation
- › Croissance soutenue de la fréquentation (+7,0 %) à périmètre constant
- › Surperformance des produits frais, portée par la boucherie et les fruits et légumes



En MDH	Historique	Réalisé	Ecart vs. Historique	
	S1 2025	S1 2026	Valeur	%
Périmètre Constant	2 343	2 427	+85	+3,6%
Ouvertures	-	78	+77	-
Total Ventes	2 343	2 504	+162	+6,9%

- › Progression du périmètre constant de +3,6% vs historique
- › Surperformance des ouvertures 2026
- › Bonne tenue des produits frais, notamment les fruits et légumes et la boucherie
- › Amélioration de la Fréquentation (+2,5%) à périmètre constant



	Historique	Réalisé	Ecart vs. Historique	
En MDH	S1 2025	S1 2026	Valeur	%
Périmètre Constant	271	317	+46	+17,0%
Ouvertures	5	15	+9	-
Total Ventes	277	332	+55	+19,8%

- › Forte progression des ventes à périmètre constant, à +17% vs historique
- › Redressement confirmé du format 350 et la bonne performance du e-commerce
- › Croissance soutenue de la Fréq (+8,5%) à périmètre constant

En MDH	Historique	Réalisé	Ecart vs. Historique	
	S1 2025	S1 2026	Valeur	%
Périmètre Constant	125	116	-9	-7,3%
Ouvertures	24	205	+181	+7,4x
Total Ventes	149	321	+172	+1,2x

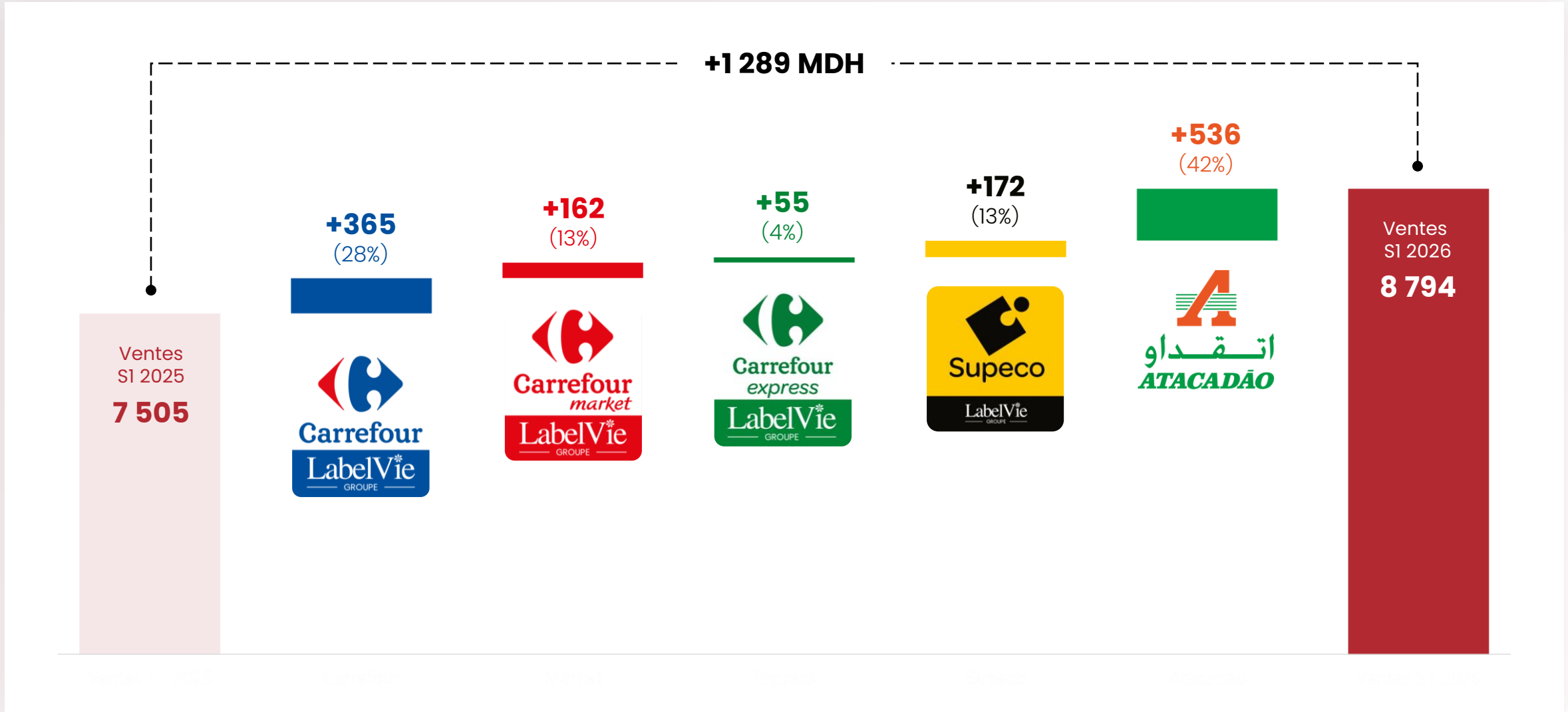
- › Poursuite soutenue de l'expansion du réseau, avec l'ouverture de 59 magasins dans 3 régions
- › Mise en service d'une plateforme logistique dédiée pour accompagner la croissance du parc
- › Renforcement de l'offre alimentaire
- › Déploiement de la nouvelle charte marketing et de la signalétique en magasin

	Historique	Réalisé	Ecart vs. Historique	
En MDH	S1 2025	S1 2026	Valeur	%
Périmètre Constant	2 889	3 024	+135	+4,7%
Ouvertures	49	450	+401	+8,2x
Total Ventes	2 938	3 475	+536	+18,2%

- › Croissance du CA à périmètre constant de +4,7% vs historique
- › Forte progression de l'activité Épicier, portée par le B2B
- › Ouverture anticipée du magasin de Khénifra, permettant de générer un chiffre d'affaires additionnel
- › Impact déflation

Ventes Grande Distribution*

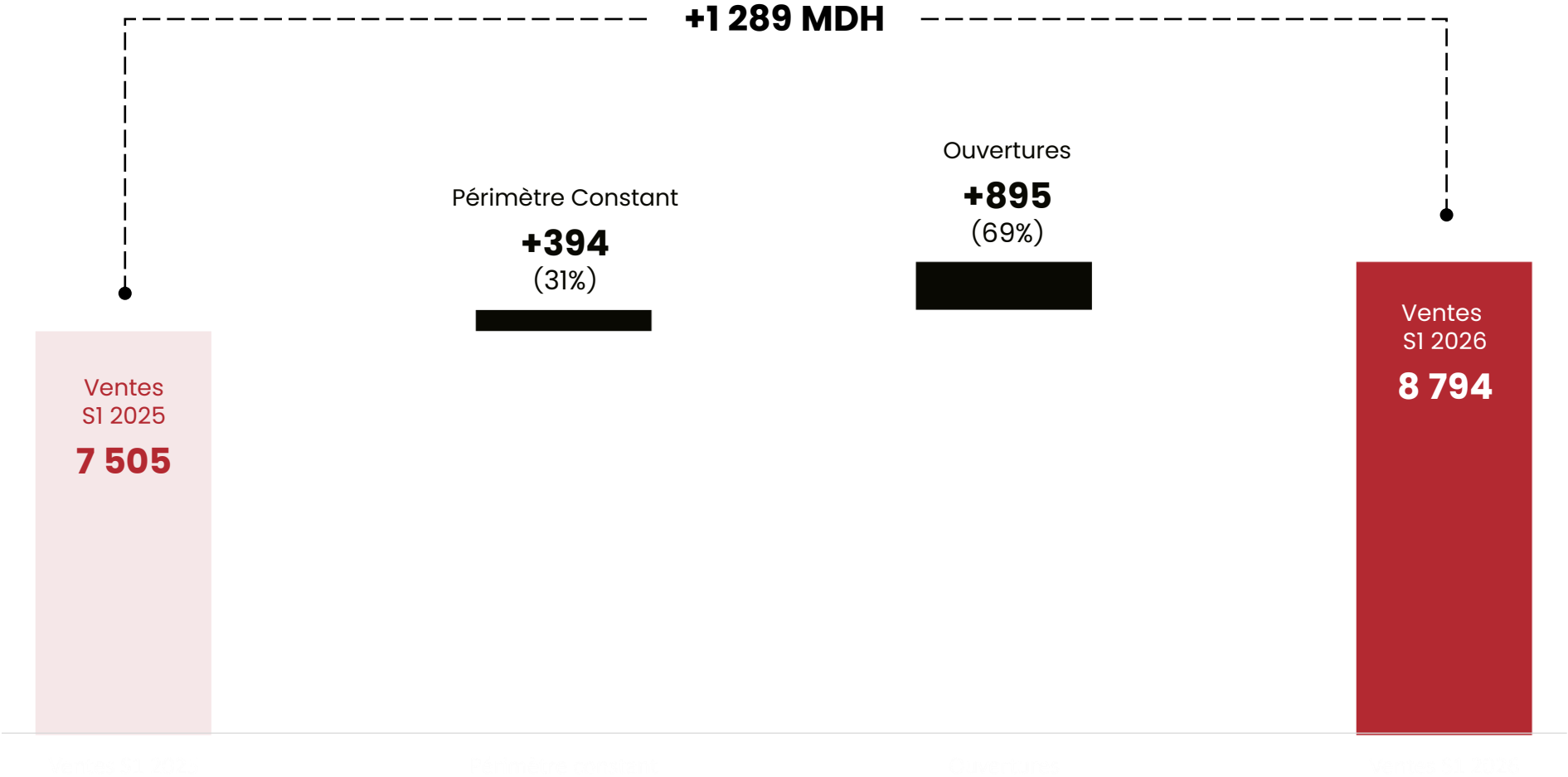
► Contribution par format



* Hors Stations de Services & Foncières

Ventes Grande Distribution*

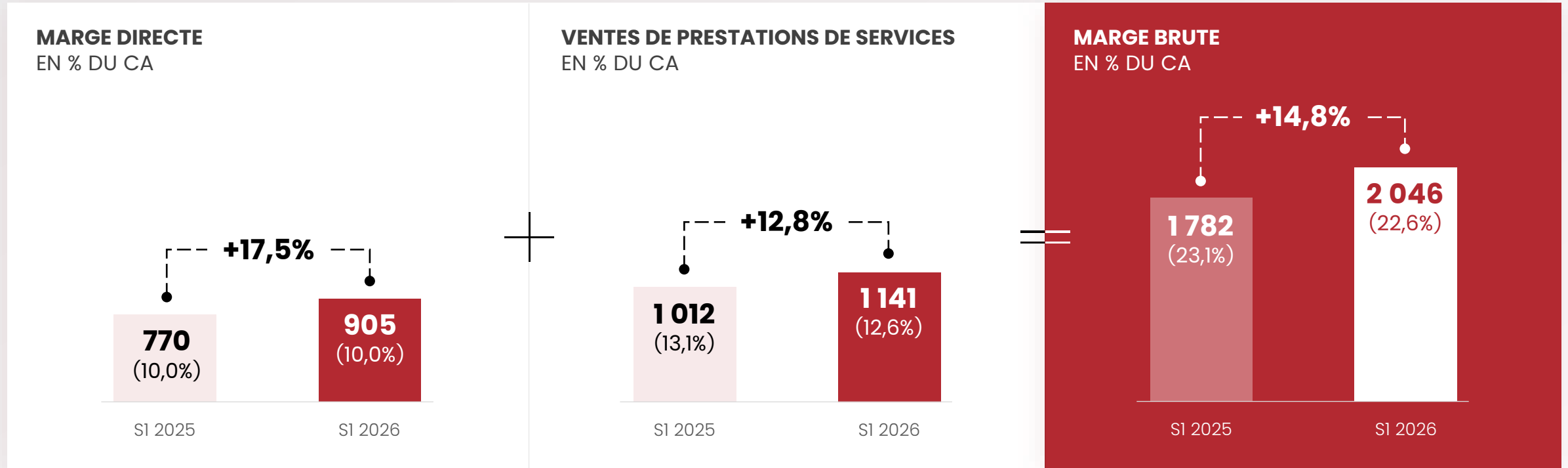
► Contribution par périmètre



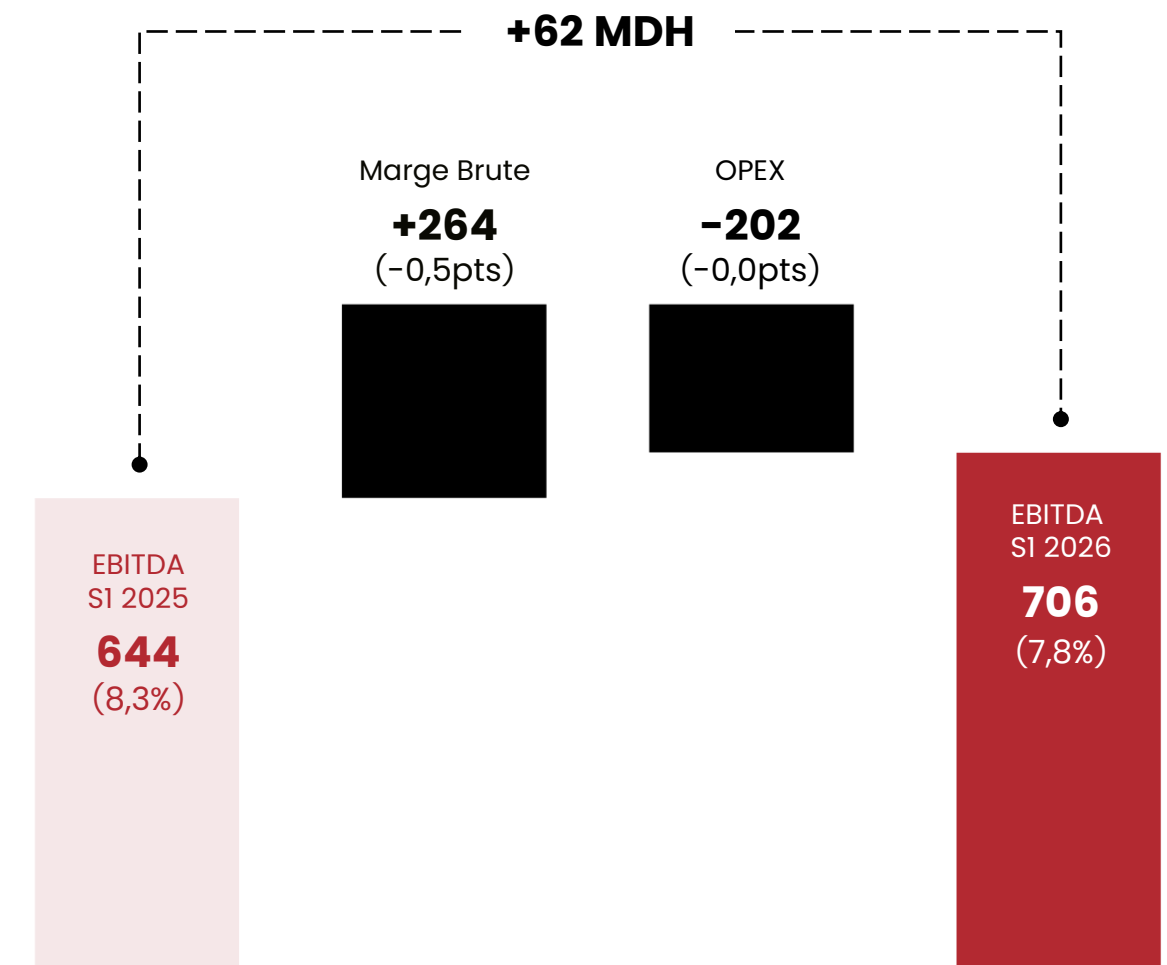
* Hors Stations de Services & Foncières

Marges

► Marge Directe / Ventes de prestations de services / Marge Brute



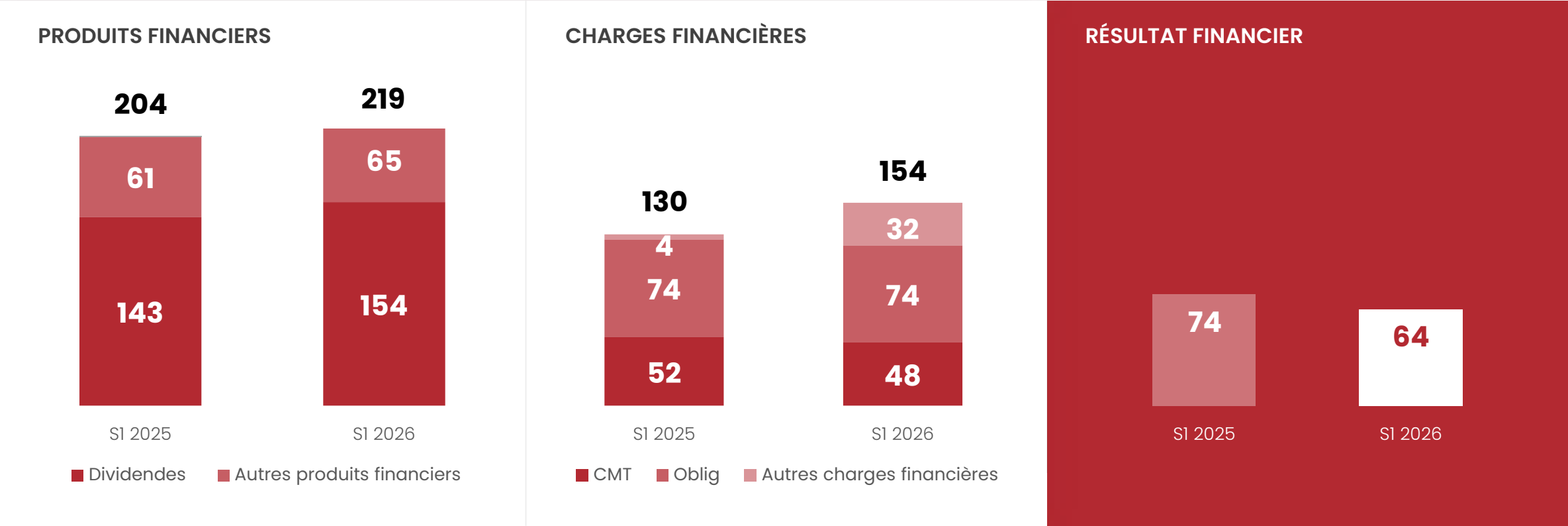
- Les ventes de biens et services ont progressé de 12,7% par rapport au S1 2025.
- À fin juin 2026, le ratio s'établit à 12,6% des ventes, contre 13,1 % un an auparavant, reflétant notamment des effets de calendrier et de mix d'ouvertures de magasins, ainsi qu'un élément exceptionnel ayant favorablement impacté la marge au S1 2025.



L'EBITDA du Groupe s'établit à 706 MDH, en hausse de 9,7%, soutenu par la progression de la marge brute et la maîtrise des charges :

- > La marge brute atteint 2 046 MDH, en hausse de 14,8%, portée par la croissance soutenue de l'activité, la hausse des volumes et l'optimisation continue des conditions d'achat ;
- > Les charges s'établissent à 1 340 MDH, leur évolution restant maîtrisée dans un contexte d'accélération du développement du réseau et de renforcement des moyens opérationnels nécessaires pour accompagner la croissance de l'activité.

RÉSULTAT FINANCIER



- > À fin juin 2026, les dividendes perçus s'établissent à 154 MDH, portés principalement par les distributions des foncières du Groupe et les revenus des placements.
- > Les charges financières liées aux CMT sont en lien avec les besoins de financement de l'activité.

ÉVOLUTION DE LA STRUCTURE FINANCIÈRE



Endettement net

4 650 MDH

Vs. 4 606 MDH FY 2025



Gearing

54,9%

Vs. 54,8% FY 2025



Capitaux Propres

3 827 MDH

Vs. 3 798 MDH FY 2025



Investissement Net

737 MDH

Vs. 751 MDH H1 2025



BFR Exploitation en jours de Ventes

23 jours

Vs. 21 jours FY 2025

Perspectives 2026

- Expansion de la surface de vente de +15% sur l'année, avec une croissance du chiffre d'affaires globalement similaire
- Marge d'EBITDA stable sur l'exercice, en ligne avec l'objectif de la Vision 2028

Une activité cœur de métier solide :

- › L'activité Retail du groupe LabelVie reste saine, portée par une bonne exécution opérationnelle.

Une croissance à deux chiffres du chiffre d'affaires :

- › La bonne dynamique du Retail et l'expansion du réseau, soutenues par un environnement économique favorable et une demande des consommateurs solide, devraient continuer à soutenir la croissance.
- › Les investissements supplémentaires liés à la Coupe du Monde constituent également un facteur favorable.

Un focus maintenu sur le cash :

- › La génération de cash et la discipline en matière d'investissement restent des priorités.

Avancement de la fusion avec Retail Holding :

- › Le calendrier du projet reste conforme au calendrier réglementaire.

LabelVie

— GROUPE —

