Fiche signalétique de l'entreprise

Dénomination sociale	Label'Vie S.A (LV)
Secteur d'activité	Grande et moyenne distribution
Capital social en 2019	283 896 200 MAD
Filiales	♣ Hypermarché Label'Vie (HLV) ♣ Maxi Label'Vie (MLV) ♣ Silav Aradei Sud (SLV) ♣ Mobimarket
Enseignes	Label'Vie détient : ♣ Les supermarchés Carrefour Market ♣ Les hypermarchés Carrefour ♣ L'hyper-Cash Atacadao

Document 1 : Présentation de Label'Vie

Label'Vie est un groupe multi format spécialisé dans la distribution des produits alimentaires et non alimentaires. Fort de son expérience et de son expertise, le groupe réalise en 2018 un chiffre d'affaires de plus de 9 milliards de Dirhams et compte plus de 100 magasins à travers tout le Royaume. Label'Vie continue d'améliorer le quotidien de ses clients en leur offrant un large choix de produits à des prix concurrentiels et de nombreux services à valeur ajoutée. La plateforme centrale ainsi que les magasins du groupe Label'Vie sont dotés d'un certain nombre de moyens techniques. Ces moyens comprennent du matériel d'encaissement, du matériel de gestion du frais et du matériel de manutention de marchandises.

Source : Finances News du 30/11/2019

Document 2 : Faits marquants de Label'Vie

2008 : Label'Vie s'est introduit officiellement en bourse et a réussi une levée de fonds de 524 millions de Dirhams.

2009 : Label'Vie a conclu un accord de partenariat avec Carrefour Partenariat International. Cet accord s'est matérialisé par un contrat de franchise et prévoit le développement d'hypermarchés sous l'enseigne Carrefour.

2010 : Label'Vie a acquis 100% des actions de la société Metro Cash & Carry Morocco S.A qui deviendra Maxi LV SAS (MLV SAS). Cette société exploite des magasins sous l'enseigne Atacadao sur le territoire marocain.

2014 : Grâce à une prise de participation dans le capital de la Compagnie de distribution de Côte d'Ivoire (CDCI), acteur majeur de la distribution alimentaire en Côte d'Ivoire, Label Vie entend élargir son horizon africain. L'enjeu pour Label Vie est de multiplier ses relais de croissance sur le long terme.

2017 : Label'Vie a ouvert de nouveaux points de vente sous l'enseigne « Carrefour Market Gourmet ». Ce nouveau concept permet de répondre aux besoins d'une clientèle haut de gamme en termes de confort d'achat, d'offre et de services tout en maintenant la compétitivité des prix.

2018 : Label'Vie a renforcé la présence de ses enseignes «Carrefour Market» par l'ouverture de 16 nouveaux points de vente ainsi qu'un hypermarché «Carrefour» dans la région du Nord.

Source : www.challenge.ma du 02/04/2018

Document .3 : Performances de Label'Vie

Eléments (en Millions MAD)	2016	2017	2018
Chiffre d'affaires consolidé	7 557,4	8 274,6	9 033
Résultat d'exploitation	373	354,4	426,7

En 2018, le chiffre d'affaires de Label'Vie s'est établi à 9 033 millions de Dirhams, soit une augmentation de 9% par rapport à 2017. Cette évolution est portée par les performances réalisées par l'ensemble des segments d'activité : le segment hypermarché (Carrefour) a enregistré une hausse de 13%, le segment supermarché (Carrefour Market) est en forte progression de 11% et les ventes du segment Atacadao sont en hausse de 6,4%.

Source :

www.lavieeco.com du 01/04/2019

Questions

1-Ressortir pour LV :

a) Le métier ;

b) La mission

2-Compléter l'Annexe N°1

3-Relever deux forces de LV

4-a) Compléter l'Annexe N°2 ;

b) Montrer l'intérêt du diagnostic stratégique.

5-Compléter l'Annexe N°3

6-

a) Représenter graphiquement l'évolution du chiffre d'affaires de LV de 2016 à 2018 ;

b) Interpréter le graphique.

7-

a) Calculer le taux de variation du résultat d'exploitation de LV entre 2016 et 2018 ;

N.B : Retenir deux chiffres après la virgule.

b) Lire le résultat obtenu

8-Ressortir deux indicateurs quantitatifs de croissance de LV.

Annexe N°1 : Finalités de Label'Vie

Actions réalisées par LV	Nature de la finalité correspondante
Mise en place d'un dispositif de prévention des accidents de travail.	
Renforcement de son positionnement stratégique en développant de nouveaux points de vente	
Organisation d'une opération de	

collecte de déchets sur les plages de Rabat, Casablanca, Tanger et Nador	

Annexe N°2 : Diagnostic externe de Label'Vie

	Opportunité (*)	Menace (*)
Hausse du pouvoir d'achat induisant un changement du mode de vie des marocains		
Faiblesse du système logistique et de transport du secteur induisant la multiplication des intermédiaires.		
Emergence des sites de ventes en ligne		
Concurrence déloyale du secteur informel.		

(*) Répondre en mettant une croix dans la case appropriée.

Annexe N°3 : Stratégie et croissance de Label'Vie

Date	Stratégie adoptée (*)	Croissance réalisée	
		Mode (*)	Modalité
2009	θ Intégration horizontale θ Impartition θ Internationalisation	θ Interne θ Externe	
2010	θ Impartition θ Intégration verticale θ Intégration horizontale	θ Interne θ Externe	
2014	θ Intégration verticale θ Impartition θ	θ Interne θ Externe	

	Internationalisation		
2017	θ Développement de produit θ Diversification θ Créneau	θ Interne θ Externe	

*) Répondre en mettant une croix dans la case appropriée.