

Label'Vie récolte les fruits de sa stratégie

● **L'enseigne a fait progresser son bénéfice de près de la moitié tirant profit de l'élargissement de son réseau sur le territoire marocain et contrecarrant ainsi la décélération de la croissance de la consommation.**

La stratégie de développement adoptée par le spécialiste de la grande distribution a donné ses fruits. L'ouverture de 18.200 m² de surface additionnelle, avec 5 supermarchés totalisant 7.300 m², 2 hypermarchés totalisant 7.400 m² et 1 Atacadao avec une surface de 3.500 m², a permis de générer 247MDH de ventes en 2014. Quant à l'augmentation des ventes à périmètre constant, elle se chiffre à 204 MDH. Au final, le chiffre d'affaires consolidé s'élève à 6.324,6MDH en hausse de 9,3%. Cette amélioration intervient dans un contexte traversé par «une conjoncture économique marquée par un ralentissement de la consommation des ménages, en hausse de 3%, estimée en 2014, contre une progression de 3,7% en 2013 et une



concurrence sectorielle acharnée», renseignent les analystes d'Upline Securities. Dans la lignée de ces performances, le résultat d'exploitation s'est établi à 170,2MDH, «malgré la hausse de 17,1% des dotations d'exploita-

tions liées aux nouvelles implantations, capitalisant sur l'augmentation des reprises d'exploitation de plus de 49 MDH», soulignent les analystes d'Upline. Dans ces conditions, la marge opérationnelle s'est si-

tuée à 2,7%, contre 2,3% une année auparavant. Parallèlement, le groupe Label'Vie a réussi à alléger le déficit de son résultat financier en le ramenant de -91,8MDH à -88,4 MDH. Cet allègement est obtenu grâce à l'augmentation de 35,7MDH des produits financiers. In fine, le résultat net part du groupe s'est amélioré de 44,8% à 81MDH, dégageant une marge nette de 1,3%, contre 1% une année auparavant. Pour ce qui est des comptes sociaux, il en ressort un affermissement de 6,2% des revenus à 2.998,3MDH, 6,1% du résultat d'exploitation à 145,8MDH et 45% du résultat net à 73,7MDH. Du côté des perspectives, le management table sur la continuité de sa stratégie. Le groupe compte ainsi ouvrir courant 2015, 5 Carrefour Market, 2 Carrefour et 1 Atacadao. Des ouvertures qui, selon le management, «permettront au groupe Label'Vie de renforcer son réseau sur les villes de Casablanca, Marrakech et Rabat et d'élargir la couverture du territoire national avec l'arrivée dans de nouvelles villes, notamment à Larache».

● ● ●
L'ouverture de 18.200 m² de surface additionnelle a permis de générer 247MDH de ventes en 2014.

PAR **SARA BAR-RHOUT**
s.barrhout@leseco.ma