

Produits pétroliers

Bonnes performances pour Afrikaia Gaz au 1^{er} semestre



La maîtrise des charges d'exploitation couplée à la vitalité des ventes impacte positivement le résultat d'exploitation d'Afrikaia Gaz.

La société a franchi le cap des 490.000 tonnes écoulées. Son résultat net s'est amélioré de 7,8% sur un an, ressortant à 210,7 millions de dirhams.

Afrikaia Gaz affiche de bonnes performances au premier semestre 2015. La filiale du groupe Akwa affirme avoir franchi le cap des 490.000 tonnes écoulées suite à un effort commercial soutenu. S'appuyant sur un bilan financier positif, le résultat net s'améliore de 7,8% sur un an. Il s'affiche, ainsi, à 210,7 millions de dirhams. «Dans un secteur marqué par la compétitivité, Afrikaia Gaz entend soutenir cette cadence et maintenir son leadership, en cultivant son souci de l'excellence continue et de l'innovation», fait valoir le top management. Par ailleurs, indique l'entreprise, la maîtrise des charges d'exploitation couplée à la vitalité des ventes impacte positivement le résultat d'exploitation. Il ressort à 277,5 millions de dirhams enregistrant une progression de 5,5%. La publication des résultats semestriels de l'entreprise intervient quelques jours après la déclinaison par sa maison mère Afrikaia SMDC d'une nouvelle stratégie de marque. Objectifs : relever les défis de la libéralisation et consolider sa position de «leader» marocain du secteur. «Nous sommes aujourd'hui à un tournant

historique du marché des hydrocarbures au Maroc. D'une part, dès décembre prochain, le secteur sera totalement libéralisé. D'autre part, la mutation du mode de consommation s'accélère, passant de la demande pour des produits et services classiques à la recherche d'une expérience authentique sur tous les points de contact avec la marque», affirme le top management. Comme nous l'annonçons dans une précédente édition, le programme de modernisation porte sur un renouvellement de l'identité visuelle et une refonte des stations-service. Concrètement, quelque 500 stations du réseau Afrikaia sont concernées par cette opération qui durera trois ans, soit un rythme d'environ trois stations par semaine. L'objectif, étant de communiquer et de faire ressentir aux visiteurs les valeurs de la marque à tous les points de contact. «Nous avons travaillé pendant plus de deux ans sur la refonte de notre marque, pour la rendre encore plus proche des consommateurs et mieux exprimer les valeurs et les ambitions qu'elle porte. Mais ce travail ne s'arrête pas aux aspects esthétiques», précise le top management. Notons qu'Afrikaia SMDC revendique le plus grand réseau de stations-service au Maroc et également le plus grand stock de sécurité du Maroc ainsi que 38% du marché. ■

S.N.

La publication des résultats semestriels de l'entreprise intervient quelques jours après la déclinaison par sa maison mère Afrikaia SMDC d'une nouvelle stratégie de marque.