

Label'Vie élargit son bassin de fournisseurs

- Un plan de développement 2020-2025 de 3 milliards de DH
- Réorganisation interne, création d'une direction d'achats non-marchands

LABEL'VIE élargit son bassin de fournisseurs. A cet effet, le spécialiste de la grande distribution examine de nouvelles opportunités de services. Il vient de lancer un appel à manifestation d'intérêt pour la sélection de fournisseurs et prestataires capables de l'accompagner dans son plan de développement 2020-2025, notamment dans la signalétique. Le plan de développement est doté d'une enveloppe de 3 milliards de DH. «Notre dispositif de communication est un volet très important dans notre modèle économique, car il impacte directement l'expérience client. Aussi, nous développons des concepts adaptés à chaque segment de clientèle, à chaque format de magasin et bien entendu déclinables sur le digital pour



Ouverture de magasin Carrefour Market par le groupe Label'Vie. Acteur majeur du secteur de la grande distribution au Maroc, le groupe Label'Vie adopte un plan de développement de 3 milliards de DH, pour la période 2020-2025 (Ph.L.V.)

être en phase avec les tendances actuelles», fait valoir Amine Bensouda, secrétaire général du groupe. Dans le cadre de sa réorganisation interne, une direction des achats non-marchands a été créée, rattachée au secrétariat général du groupe. «C'est dans cet esprit que nous avons jugé opportun

de lancer un appel à manifestation d'intérêt. Nous privilégions les fournisseurs qui aspirent à un partenariat à long terme, pour bâtir un réseau solide», explique le management. L'enjeu est d'appuyer la croissance. Positionné sur une activité fortement concurrentielle et dynamique, l'agilité et la souplesse sont de mise. L'enseigne rénove chaque année une partie de son parc de magasins pour rehausser les normes et standards. Objectif: optimiser et maximiser l'expérience client. Le programme de rénovation est appuyé par un plan d'expansion. «Notre programme d'ouverture est reconduit annuellement avec 2 hypermarchés Carrefour, 12 supermarchés Carrefour

de lancer un appel à manifestation d'intérêt. Nous privilégions les fournisseurs qui aspirent à un partenariat à long terme, pour bâtir un réseau solide», explique le management. L'enjeu est d'appuyer la croissance. Positionné sur une activité fortement concurrentielle et dynamique, l'agilité et la souplesse sont de mise. L'enseigne rénove chaque année une partie de son parc

Market et 2 hyper cash Atacadao pour un investissement de 500 millions de DH», précise Amine Bensouda. Au 3e trimestre, le groupe s'est renforcé sur le marché avec l'ouverture de deux nouveaux points de vente pour atteindre 9 magasins à fin septembre. Le réseau du groupe compte ainsi 101 magasins, tous formats confondus. Le montant de l'investissement au 3e trimestre s'élève à 176 millions de DH. Au 30 septembre, l'investissement global a atteint 400 millions de DH. Côté ventes, le chiffre d'affaires est monté à 2,9 milliards de DH au 3e trimestre, en hausse de 17% par rapport à la même période de l'exercice précédent. L'évolution a été réalisée grâce aux bonnes performances de l'ensemble des segments d'activité du groupe: supermarchés «Carrefour Market» en progression de 13,8% des ventes, hypermarchés «Carrefour», en progression de 6,9%. L'hyper cash «Atacadao» confirme une nette augmentation des volumes de ventes en enregistrant une progression de 27,3% comparé à la même période de l'exercice 2018. □

M.Ko