

Groupe LabelVie sur 18 ouvertures cette année



Le groupe, qui a engrangé l'année dernière 10,39 milliards de DH de chiffre d'affaires (+15%) et un résultat net de 318 millions (+10%), prévoit de renforcer son positionnement d'acteur stratégique multi-formats.

Ph. SEDDIK

Le spécialiste marocain de la grande distribution LabelVie compte introduire en Bourse sa foncière, Aradei Capital. «Le processus est actuellement en préparation. Nous étudions les différentes options : soit opérer l'introduction sous le statut d'OPCI, soit de société immobilière, sachant que pour les OPCIs, un amendement de la loi les régissant est programmé», déclare Zouhair Bennani, président directeur général du groupe, lors de la présentation des résultats annuels, le 3 mars à Casablanca. Le groupe, qui a engrangé l'année dernière 10,39 milliards de DH de chiffre d'affaires (+15%) et un résultat net de 318 millions (+10%), prévoit de renforcer son positionnement d'acteur stratégique multi formats. Concrètement, le groupe programme pour cette année l'ouverture de 18 nouveaux points de vente, soit près de 28.000 m² de surface de vente additionnelle couvrant les 3 segments d'activité : Carrefour Market, Carrefour et Atacadao. À ce jour, le réseau compte 104 points de vente dans 26 villes et a reçu 54 millions de visiteurs en 2019.

À la veille de ses 35 ans d'existence, LabelVie opère un changement d'iden-

tité en devenant Groupe LabelVie. «Le management a réalisé la nécessité de faire évoluer son identité visuelle pour qu'elle soit plus cohérente avec sa vision et son positionnement dans la grande distribution. Ses couleurs tout d'abord, le bordeaux qui caractérise l'intention, la force et la maturité, a été retenu comme dominante. En plus du vert qui représente le naturel, l'équilibre et l'énergie», explique Chrystèle Ronceray, directrice générale adjointe en charge du marketing, de la communication et du développement.

Pour optimiser ses coûts liés à l'énergie, le groupe affirme avoir entrepris une initiative qui consiste à couvrir les structures des magasins par une toiture photovoltaïque permettant de bénéficier d'une quasi-autosuffisance énergétique.

L'expérience, réalisée sur le site d'Atacadao Meknès et qui a nécessité plus de 6 mois de travaux, est opérationnelle depuis octobre 2019. Elle a permis de baisser les coûts en énergie de près de 23%. Un autre projet «ambitieux» de parking couvert sur la plateforme de Skhirate est à l'étude et sera mis à l'essai vers la fin de l'année. ■

Saïd Naoumi

LabelVie
devient
Groupe
LabelVie.