



Dossier: **La grande distribution au Maroc**

La grande distribution au Maroc :

La grande distribution est celle qui regroupe les grandes et moyennes surfaces. Ce sont de grands établissements commerciaux (grands magasins, libres services situés dans les quartiers résidentiels) structurés de façon organisée et rationnelle. La grande distribution est caractérisée par deux types de magasins: l'hypermarché et le supermarché.

L'activité commerciale au Maroc est principalement assurée par le commerce traditionnel. Ce fait n'empêche pas la grande distribution de grandir petit à petit en gagnant progressivement des parts de marché, prenant ainsi de l'importance en tant qu'acteur de l'activité commerciale. En effet, presque inexistante il y a dix ans, la grande distribution représente, aujourd'hui au Maroc, plus de 10% du commerce en détail, et couvre principalement les grandes villes mais également les petites.

Cette croissance rapide est principalement due au succès connu par les grandes surfaces auprès des consommateurs marocains ; succès qui est du aux facteurs suivants :

- Proposition de prix très attractifs en comparaison avec les petits commerçants, notamment sur les produits agroalimentaires et les conserves, particulièrement pour les produits importés.
- Affichage du prix sur les produits.
- Offre diverse et variée des produits.
- Les enseignes de la grande distribution arrivent à réduire leurs coûts en s'approvisionnant en grande quantité chez les producteurs et en ayant recours aux centrales d'achat. Ce qui n'est pas le cas des petits commerçants.
- Pour certains ménages, aller au supermarché constitue une occasion de sortir en famille.

Au Maroc, la grande distribution est principalement représentée par les 4 acteurs suivants :

- **Marjane Holding** : filiale du groupe ONA créée en 1990, cette enseigne agit sur 3 secteurs de la distribution : les hypermarchés sous le nom Marjane, les supermarchés sous le nom Acima, et Electro Planet pour l'électroménager. Marjane holding est considéré comme étant le leader de la grande distribution au Maroc avec 22 grandes surfaces étalées sur tout le royaume et 18 millions de clients par an. Marjane holding emploi plus de 5500 personnes et a réalisé en 2008 un chiffre d'affaires de 7.73 milliards de MAD.

- **Acima** : Apparue en 2002, et appartenant également au groupe ONA, Acima a été créée en partenariat avec Auchan. En deux ans, Acima a pu ouvrir 11 supermarchés en maintenant un rythme de croissance de 6 grandes surfaces par an. Aujourd'hui, Acima est présente sur 14 villes marocaines avec plus de 30 magasins. Acima emploie plus de 1200 salariés et a réalisé en 2008 un chiffre d'affaires de 1.88 milliards de MAD.
- **Hyper S.A** : Plus connue sous le nom Label'Vie, Hyper S.A a été fondée en 1985 et a ouvert son premier point de vente en 1986 à Rabat. En 2008, Hyper S.A fait son entrée en bourse et devient Label'Vie S.A. Elle est aujourd'hui présente sur 12 villes marocaines, notamment sur l'axe Casablanca-Rabat, avec environ 30 magasins. Label'Vie S.A est signataire d'un contrat d'exclusivité pour le Maroc avec Carrefour et a racheté METRO Maroc (un autre grand distributeur) en 2010. Label'Vie S.A emploie plus de 2800 personnes et a réalisé en 2010 un chiffre d'affaires de 2.5 milliards de MAD.
- **Aswak Assalam** : enseigne marocaine appartenant au groupe Ynna Holding, qui est plus connu sous le nom groupe Chaâbi. Aswak Assalam est présente sur 8 villes marocaines avec 9 hypermarchés dont la surface varie entre 1600 m² et 6200 m². Aswak Assalam emploie 1800 personnes.

En addition aux enseignes citées, d'autres petits acteurs agissent sur le marché de la grande distribution mais ne détiennent qu'une faible part de marché. On peut notamment citer : Hanouty (une enseigne marocaine) et BIM (une enseigne turque).

Historique et évolution de la grande distribution au Maroc :

Avant les années 1990, l'activité commerciale au Maroc se cantonnait au commerce traditionnel. La distribution se faisait donc à travers, les souks, les marchés municipaux, les épiceries et les vendeurs ambulants. Les souks sont des lieux de distribution ruraux où sont offerts les produits principalement agricoles. Le caractère rural des souks n'empêche pas les citadins de s'y déplacer, et ce pour la fraîcheur des produits qui y sont proposés. Les souks sont généralement organisés hebdomadairement dans le même lieu.

Quant aux marchés municipaux, ce sont des structures où est offert un large choix de fruits, légumes, épices et viandes rouges et blanches. Ils sont ouverts quotidiennement et sont présents sur l'ensemble du territoire national.

Le tableau ci-dessous montre le nombre de souks et de marchés municipaux présents dans certaines villes marocaines:

Ville	Souks	Marchés municipaux
Agadir	5	48
Casablanca	43	05
Essaouira	03	32
Fès	08	13
Marrakech	03	55
Rabat	07	21
Tanger	06	10
Tétouan	07	11

Ce n'est qu'en 1991, avec l'ouverture du premier hypermarché Marjane à Rabat, que la grande distribution fit son entrée au Maroc. L'apparition de la grande distribution a été enclenchée par une européanisation du modèle de consommation marocain. Ce changement du modèle de consommation est, dans un premier temps, apparu chez la classe aisée puis s'est étendu à la classe moyenne. C'est ainsi que de nouvelles formes d'achat virent le jour et favorisèrent l'implantation des grandes surfaces au sein des grandes villes marocaines, dans un premier temps, puis sur l'ensemble du territoire marocain.

En addition au changement du modèle de consommation des marocains, d'autres facteurs encouragèrent l'émergence de la grande distribution au Maroc :

- Processus de privation lancé à la fin des années 1980
- Développement du réseau des franchisés

- Libéralisation progressif des systèmes de prix et des circuits de distribution.

Si ce n'est qu'en 1991 que la première grande surface marocaine a vu le jour, c'est à partir des années 1960 qu'a démarré le processus menant à ce résultat. Ce dernier a connu quatre principales étapes :

- Les années 1960 : Coexistence de la distribution traditionnelle et d'une distribution dite « moderne » à cette époque là, et qui a été introduite au Maroc avant l'indépendance (magasins populaires Monoprix présent à Casablanca et à Rabats). Durant cette période, il fallait, d'une part, maintenir la distribution traditionnelle sur laquelle reposait l'économie du pays, et d'autre part, encourager la distribution « moderne » qui connaissait un véritable succès à travers les magasins Monoprix.
- Les années 1970 : Plusieurs textes de loi réglementant l'activité commerciale au Maroc furent promulgués. Ils avaient pour principale finalité la protection du consommateur à travers la réglementation des pratiques anti-concurrentielles. Mais elles avaient également pour but la marocanisation du commerce marocain, ce qui a eu pour conséquence la fermeture des structures de distribution « moderne » citées précédemment.
- Les années 1980 : Cette décennie fut marquée par l'apparition du commerce en libre service dans les grandes villes du Maroc, à savoir : Agadir, Casablanca, Fès, Marrakech et Rabat. Cette apparition était due à la libéralisation progressive des systèmes de prix et des circuits de distribution.
- Les années 1990 : L'émergence des grandes surfaces va commencer à partir des années 1990 et va être inaugurée par l'ouverture du premier hypermarché Marjane à Rabat en 1991.

Aujourd'hui, suite aux accords de libre échange signés par le Maroc et aux avantages accordés par le gouvernement dans le cadre des conventions d'investissement, le nombre des grandes surfaces a augmenté de manière considérable pour couvrir une grande partie du territoire marocain.

Par ailleurs, depuis son avènement, la grande distribution a permis d'introduire des notions qui étaient jusque là inconnues ou pas pratiquées : le juste à temps dans les livraisons, la diversification des produits, mais aussi la mise en place des chaînes de froid indispensables aux produits frais et périssables.

Le développement de la grande distribution a fait apparaître un grand nombre d'enseignes qui se partagent le marché. Le tableau ci-dessous est un comparatif, datant de Janvier 2006, des principaux acteurs :

Enseigne	Date de création	Chiffre d'affaires en million MAD (2004)	Superficie en m ²	Effectifs	Nombre de points de vente
Marjane	1991	4025	57485	2700	10
Acima	2002	2600	24000	832	21
Label'Ve	1985	971		600	18
Aswak		412	40000		3
Assalam					

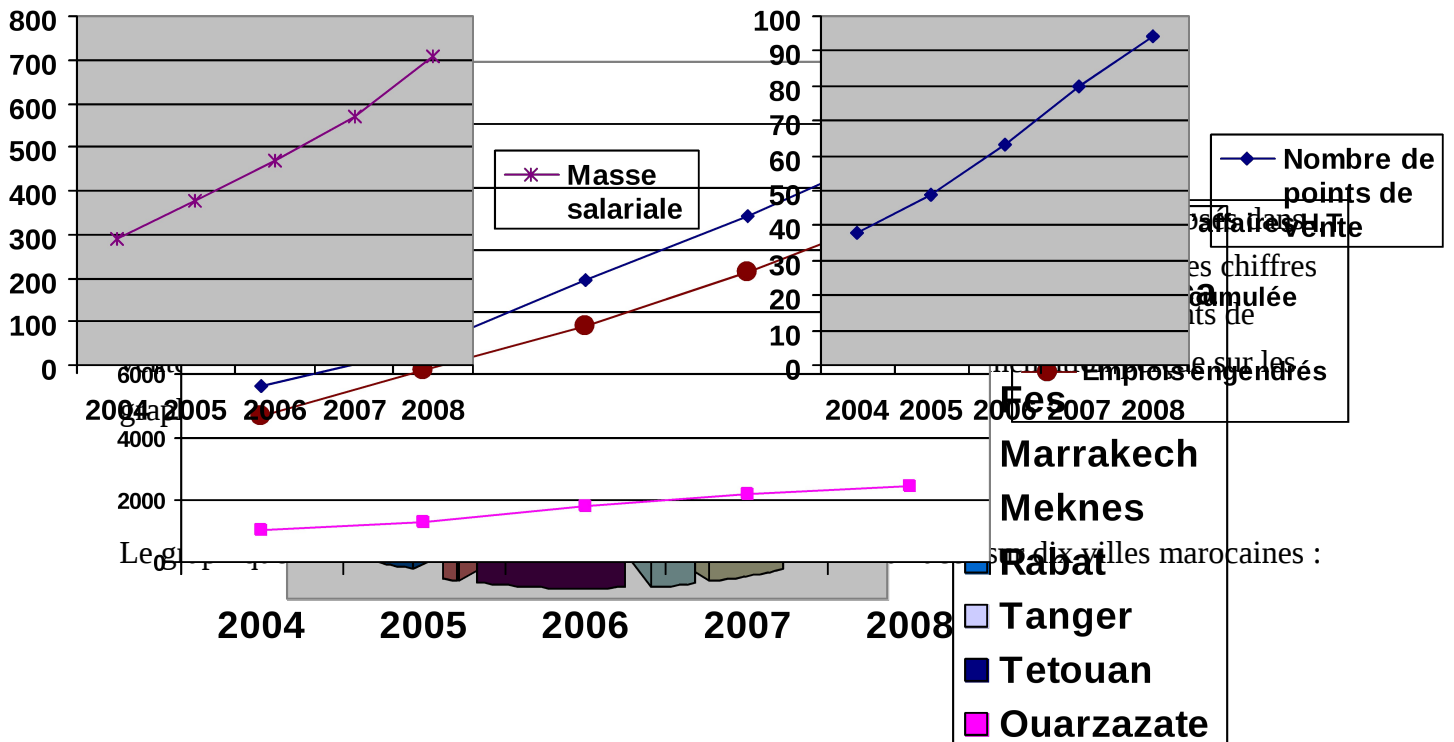
Le développement de la grande distribution au Maroc peut être mesuré en constatant l'évolution des indicateurs suivants :

- Chiffre d'affaires H.T annuel
- Surface cumulée (en m²)
- Nombre de points de vente
- Emplois engendrés
- Investissements cumulés
- Masse salariale annuelle

	2004	2005	2006	2007	2008
Chiffre d'affaires H.T annuel (en million MAD)	5625	6828	9009	11100	13345

Surface cumulée (en 1000 m²)	102	131	182.36	219.26	245.46
Nombre de points de vente	38	49	63	80	94
Emplois engendrés	4682	6162	7542	9282	11242
Masse salariale (en million MAD)	289	375	468	569	706

Le tableau et les graphiques ci-dessous indiquent les valeurs des indicateurs cités ci-dessus entre 2002 et 2008 :



Données datant de 2002

Comme le montre le graphique, l'axe Casablanca-Rabat regroupe 60% de l'ensemble des grandes surfaces présentes sur le territoire marocain. Cette disparité peut être justifiée par le niveau élevé du pouvoir d'achat des consommateurs de cette zone là, en comparaison avec le reste du territoire marocain.

Pronostics :

Le développement et la croissance soutenus que connaît le secteur de la grande distribution au Maroc permet de lui prédire un avenir prometteur. En effet, la part de la distribution traditionnelle, dans le tissu commercial marocain, baisse progressivement au profit de la distribution moderne. A l'avenir cette dernière arrivera probablement à dominer la distribution traditionnelle si les enseignes de la grande distribution se décident à adopter certaines mesures qui peuvent se résumer à ce qui suit :

- Octroi de facilités de paiements aux consommateurs
- Ouverture constante des magasins (24h/24h et 7j/7j)
- Possibilité d'achat à très faible quantité pour certains produits

L'avenir prometteur de ce secteur est également du au changement progressifs que connaissent les habitudes des consommateurs marocains qui se caractérisent de plus en plus par :

- une recherche croissante de diversité
- une préoccupation en matière de sécurité, d'hygiène et de qualité
- un penchant pour le rassemblement des achats en un même lieu
- la recherche de rapports qualité/prix intéressant

La croissance et l'évolution que connaîtra le secteur de la grande distribution au Maroc marquera le passage vers une ère nouvelle où la société marocaine se transformera en société de consommation. Les Marjanes, Acima, Label'Vie et autres continueront d'envahir le milieu urbain et finiront par s'étendre et s'installer en milieu rural lorsque les conditions socio-économiques le permettront.

Aussi, il est clair que le commerce moderne s'imposera avec force à la culture marocaine et participera à la transformation du tissu commercial marocain.

Webographie :

<http://www.jeuneafrique.com/Article/LIN29094lepotrefedt0/Actualite-Afrique--le-pot-de-terre-contre-le-pot-de-fer.html>

<http://africa.jeuneafrique.com/grande-distribution-maroc.html>

<http://fr.wikipedia.org/wiki/Label%27Vie>

<http://fr.wikipedia.org/wiki/Marjane>

http://fr.wikipedia.org/wiki/Aswak_Assalam

<http://fr.wikipedia.org/wiki/Acima>

<http://maghrebinfo.actu-monde.com/archives/article2599.html>

<http://www.distripedie.com/distripedie/spip.php?article273>

http://www.lepost.fr/article/2009/01/14/1386298_le-developpement-de-la-grande-distribution-au-maroc.html

http://www.memoireonline.com/02/08/932/m_developpement-relation-proximite-client-cas-acima1.html#_Toc171913033

http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PNADH519.pdf

<http://doc.abhatoo.net.ma/DOC/spip.php?article217>