



## La grande distribution au Maroc



### Un essor récent

Le commerce intérieur représente au Maroc une valeur ajoutée de plus de **6,92 Mds EUR**, soit environ **11 % du PIB**. Il emploie 13,2 % de la population active. **L'apparition de la grande distribution au début des années 1990 a modifié les manières traditionnelles de consommer des Marocains**. Plusieurs facteurs, comme les prix avantageux et le désir de consommer autrement, ont accompagné cette transformation.

- ▶ La grande distribution est à dominante alimentaire et enregistre un chiffre d'affaires annuel moyen compris entre 1,5 et 1,9 Md EUR.
- ▶ Les GMS ont connu une croissance annuelle moyenne de 15 % durant ces 5 dernières années et de 600 % en 10 ans.
- ▶ Les GMS représentent 12 % des parts de marché, contre 88 % pour le commerce traditionnel.
- ▶ Le nombre d'hypermarchés et de supermarchés à prédominance alimentaire s'élève à plus de 370.

Depuis son avènement, la grande distribution a permis d'introduire des notions qui étaient jusque là inconnues ou peu pratiquées : le juste à temps dans les livraisons, la diversification des produits, mais aussi la mise en place de la chaîne du froid, indispensable aux produits frais périssables. Cette transformation explique sans doute l'intérêt des investisseurs pour ce secteur, notamment les enseignes étrangères.

### ■ Un secteur porteur

A travers le **plan RAWAJ**, le gouvernement encourage la promotion du commerce en réseau et la modernisation du tissu commercial. La surface dédiée aux grandes et moyennes surfaces est passée de 22 hectares en 2008, à 38 hectares en 2012.

**Cinq enseignes dominent la grande distribution alimentaire** : Marjane et Acima avec 65 % de PDM (groupe **SNI**), les hypermarchés Carrefour et supermarchés Carrefour Market avec 28 % de PDM (groupe **Hyper SA**), Aswak Assalam avec 8 % de PDM (groupe **Ynna Holding**).

Par ailleurs, **l'enseigne du Hard Discount turque BIM**, implantée au Maroc depuis 2009, dispose aujourd'hui de 100 magasins.

La répartition spatiale des points de vente montre que **l'axe Casablanca-Rabat concentre plus de 53 % du total des points de vente**. Toutefois, il est à noter une ferme volonté de la part des acteurs du secteur de conquérir les villes moyennes du Royaume.

Le chiffre d'affaires de ces enseignes connaît une croissance régulière, ce qui démontre que les clients ne se sont pas seulement adaptés à cette offre, mais l'ont également soutenue. En effet, cette évolution se fait sous l'impulsion de l'émergence d'une classe moyenne, du développement du travail des femmes, de la motorisation et de l'évolution des modes de consommation, qui tendent à se calquer sur les standards européens.

Canaux de la distribution organisée en 2014	
	Nombre d'unités
Coopératives	12 000
Grandes et moyennes surfaces	372
Grandes surfaces spécialisées	18
Boutiques	4 195
Centres commerciaux (Malls)	9

Source : CFCIM

## ■ Des opportunités réelles pour les entreprises françaises

Le plan Rawaj, stratégie de développement et de modernisation du secteur du commerce et de la distribution, a été lancé en 2008. Il a pour objectif d'assurer au consommateur l'accès à l'offre de produits et d'accompagner les acteurs du commerce dans leur développement. Le plan prévoit à l'horizon 2020 :

- ▶ L'amélioration de la *supply-chain* (fournisseur, distributeur, détaillant) ;
- ▶ Le développement de plateformes logistiques et la modernisation du commerce de proximité (labellisation, centrales d'achats, réseautage des commerçants...).
- ▶ La création de 600 grandes surfaces, dont 50 hypermarchés générant près de 80 000 emplois.
- ▶ La création de 15 grands centres commerciaux pouvant abriter jusque 3 000 magasins de franchise et de commerce moderne et générer ainsi près de 21 000 emplois.
- ▶ La création de 15 *outlets*, générant 5 000 emplois.
- ▶ L'augmentation de la part du commerce intérieur dans le PIB national qui devrait passer de 10 % actuellement, à 15 % en 2020.

Les besoins du secteur sont variés et portent essentiellement sur l'expertise en échanges de données informatisées, la traçabilité, la *supply-chain*, la formation, l'expertise en logistique et plateformes achat, ainsi que les produits alimentaires (marques de distributeurs).

Royaume du Maroc  
Ministère de l'Industrie,  
du Commerce et des  
Nouvelles Technologies



[www.mcinet.gov.ma](http://www.mcinet.gov.ma)

## Accompagnement

Etude de marché sur mesure, mission de prospection, sélection de contacts.

### Publication :

« [Le Guides des Affaires Maroc](#) ». Janvier 2015. 50 € HT

Pour toute information relative à ce secteur d'activité, contacter :  
Chambre Française de Commerce et d'Industrie du Maroc (CFCIM)  
Charafa CHEBANI, Directrice Pôle CFCIM-BUSINESS FRANCE  
Tél. : +212 (0) 522 43 96 33  
Fax : +212 (0) 522 20 01 30  
Email : [cchebani@cfcim.org](mailto:cchebani@cfcim.org)

Retrouvez le détail de nos prestations sur [www.ubifrance.fr](http://www.ubifrance.fr) et [www.cfcim.org](http://www.cfcim.org)

© 2014 – U BIFRANCE

Toute reproduction, représentation ou diffusion, intégrale ou partielle, par quelque procédé que ce soit, sur quelque support que ce soit, papier ou électronique, effectuée sans l'autorisation écrite expresse d'UBIFRANCE, est interdite et constitue un délit de contrefaçon sanctionné par les articles L. 335-2 et L. 335-3 du code de la propriété intellectuelle.

#### Clause de non-responsabilité

UBIFRANCE ne peut en aucun cas être tenu pour responsable de l'utilisation et de l'interprétation de l'information contenue dans cette publication dans un but autre que celui qui est le sien, à savoir informer et non délivrer des conseils personnalisés. Les coordonnées (nom des organismes, adresses, téléphones, télécopies et adresses électroniques) indiquées ainsi que les informations et données contenues dans ce document ont été vérifiées avec le plus grand soin. Toutefois, UBIFRANCE ne saurait en aucun cas être tenu pour responsable d'éventuels changements.

Prestation réalisée sous système de management de la performance  
certifiée BVC ISO 9001 : 2008

Auteur :

Chambre Française de Commerce et d'Industrie du Maroc (CFCIM)

Adresse :

15, avenue Mers Sultan  
20130 Casablanca  
Maroc

Rédigée par : Nadia AKOUDAD

Revue par : Raphaëlle Grouix-MONVOISIN

Version originelle de : Juin 2011

Version actuelle : Juin 2015



CHAMBRE FRANÇAISE  
DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE  
DU MAROC

