

Le Maroc est devenu la destination de grandes marques étrangères

Le royaume des franchises

CONSOMMATION. Après la réussite de Carrefour au Maroc, d'autres enseignes étrangères de grande distribution s'appêtent à s'implanter dans le Royaume, dont la chaîne de supermarchés Lulu.



La franchise n'a jamais été aussi prospère au Maroc. Malgré quelques cas de marques de grand luxe comme Prada et Louis Vuitton qui ont annoncé leur départ du Royaume, les rues de Casablanca, Rabat, Marrakech et Agadir foisonnent d'enseignes étrangères principalement dans la grande distribution, la restauration et le prêt-à-porter moyen gamme. C'est que le Maroc est devenu une véritable destination pour la shopping et les loisirs dans la région. Le célèbre centre commercial, Morocco Mall de Casablanca, tient le haut du pavé des lieux de shopping les plus prisés dans le Royaume.

Abritant 300 magasins sur 250.000m² de surface, le Morocco Mall a accueilli 17 millions de clients en 2014. De même, Almazar, à Marrakech; et Mega Mall, à Rabat, deux autres

grands centres commerciaux, ont reçu l'an dernier, respectivement 5 et 4 millions de visiteurs. L'ensemble des locaux commerciaux de ces trois centres sont presque totalement occupés par des franchises.

Prospérité croissante

Carrefour, par exemple, devenue une célèbre marque de grande distribution au Maroc, compte encore investir environ 70 millions d'euros afin d'élargir son réseau sur une nouvelle surface de 8.500m². Zouheir Bennani, président du groupe Carrefour Label 'Vie, se montre très optimiste. «*Nous avons atteint tous nos objectifs et nous en avons fixé d'autres pour les années à venir. Carrefour est aujourd'hui l'une des marques les plus fortes du paysage commercial marocain*», explique-t-il. Mais Carrefour ne sera pas la seule marque étrangère franchisée au Maroc

dans ce secteur. La concurrence promet d'être rude pendant les toutes prochaines années.

La chaîne de supermarchés Lulu, dont le siège est à Abu Dhabi et qui possède des magasins en Égypte, dans plusieurs États du Golfe et en Inde, cherche également à s'implanter au Maroc dans le cadre d'un projet d'expansion de 200 millions de dollars dans le pays.

Côté restauration, c'est le grand boom. Après McDonald's, qui connaît un développement considérable dans le Royaume, son concurrent Burger King semble plutôt réussir son retour dans le Royaume. Plusieurs restaurants de l'enseigne américaine ont été ouverts à Casablanca, le premier à Morocco Mall puis le deuxième à Anfaplace et le troisième dans Ain Diab.

Mais, en vue d'une prospérité croissante, l'Etat travaille à moderniser le commerce de détail et en fait une priorité majeure. Dans son programme national, baptisé Rawaj vision 2020, l'Etat propose de financer activement ce secteur. Parmi les objectifs de Rawaj 2020 on cite la création de 450.000 nouveaux emplois et le passage du pourcentage de la contribution de ce secteur au PIB à 15%. Le projet Rawaj vision 2020 devra pourtant surmonter d'autres défis pour atteindre ses objectifs: une infrastructure défaillante et un faible niveau de vie des habitants des zones rurales ■

A. AMOURAG