

Première édition du «Franchise Expo Maroc»

La franchise fait son show à Casablanca

Margem L'Aftouty
(journaliste stagiaire)

Les marques étrangères sont visiblement très séduites par le marché marocain. En effet, après l'ouverture de la dernière enseigne de prêt-à-porter «Tati», en début du mois de septembre, Casablanca accueille la première édition du salon de la franchise, «Franchise Expo Maroc», prévu du 30 septembre au 1er octobre prochains. Selon les organisateurs, le rendez-vous serait une opportunité unique, qui permettrait la rencontre entre les commerçants marocains qui ambitionnent de devenir créateurs d'entreprises et les grandes enseignes nationales et internationales. En d'autres termes, tous les acteurs du secteur qui souhaitent développer leur réseau de franchise sur le marché marocain.

La franchise française au sommet du podium

Le Maroc connaît un fort développement de la franchise. Ce mode de commerce a connu une progression constante au cours des quinze dernières années, avec un taux de croissance annuel moyen de 24%. Le secteur, en pleine expansion grâce à la diversité des niches marketing qui ne demandent



qu'à être exploitées, semble attirer particulièrement les marques françaises. A noter qu'en 2010, le marché marocain comptait déjà plus de 400 enseignes, dont plus de 160 sont représentées par des enseignes françaises, selon les dernières données disponibles. Il faut dire que l'engouement des franchises françaises pour venir s'implanter au Maroc ne relève pas du simple hasard. Durant les 15 dernières années, le gouvernement a érigé en priorité le développement du modèle de la franchise au Maroc, sans parler de l'augmentation du pouvoir d'achat, ce qui a généré une forte demande en évolution maintenue, dépassant par-

fois l'offre présente sur le marché. A noter aussi que pour certains services, l'offre demeure encore inexistante. Par ailleurs, le positionnement géographique se concentre sur les grandes villes du Royaume. Presque 70% des franchises sont implantées dans les grandes villes, à savoir Casablanca, Rabat et Marrakech.

Le prêt-à-porter vient en tête

Quand il s'agit du prêt-à-porter, le consommateur marocain ne manque pas de références. En effet, Zara, Mango, Etam, la Senza, Okaïdi et bien d'autres, sont des marques étrangères, qui occupent de plus en plus de

place dans son quotidien. Ce secteur qui compte actuellement le plus d'enseignes sur le territoire marocain (27% de l'ensemble des franchises implantées) est suivi de près par la restauration (10%). La coiffure et l'esthétique viennent en 3ème position avec une part de marché qui avoisine les 8%. Un rapprochement de ces résultats avec ceux de 1997 permet de constater un regain d'intérêt pour le secteur de l'habillement dont la croissance est pratiquement de 500%.

