

Grande et moyenne distributions

Un secteur en ébullition

● La croissance du volume des ventes de la distribution moderne est importante malgré la continuité de la domination de la distribution traditionnelle, qui, elle, perd en vitesse de croissance.

En dépit de l'ascension fulgurante du secteur de la grande distribution, celui-ci ne se taille qu'une partie infime du secteur du commerce marocain. Le réseau traditionnel continue à grappiller 92% du chiffre d'affaires du secteur selon les données d'une étude d'Euromonitor International «Euromonitor 2015: Grocery Retailers in Morocco». D'ailleurs, le total des ventes du secteur de la distribution traditionnelle est passé de 256,7 MDH en 2010 à 289 MDH en 2015, soit une hausse annuelle moyenne de 2,4%. La distribution moderne pour sa part avance de 6,4% en moyenne annuellement sur la même période, pour un niveau de ventes qui passe de 18,3 MDH en 2010 à 25 MDH en 2015. Une progression tirée, entre autres, par la croissance démographique (25,1% entre 1995 et 2015) et l'urbanisation soutenue (passant de 51,9% en 1995 à 59,7% en 2014). Dans le détail des ventes des grande et moyenne distributions (GMS), c'est le segment des hypermarchés qui se taille la part du lion. Il représente en moyenne 65% des ventes de la GMS entre 2010 et 2015, suivi du segment des supermarchés avec une moyenne de 33% sur la même période.

Les ouvertures continuent

Face à cette croissance, les différentes enseignes que compte le marché marocain n'ont cessé d'accroître leurs superficies. Celles-ci représentaient à fin 2016 plus de 552.550 m² pour 497 magasins, toutes enseignes confondues contre 525.470 m² pour 431 magasins l'an dernier. La hausse est ainsi de 5,15% en superficie et de 15,31% en nombre de magasins. Dans le détail, le Groupe Label'Ve a ouvert courant 2016 l'équivalent de 16.700 m² pour finir l'année avec

une surface de vente de 165.998 m², soit + 30% de parts de marché en m². Cette surface se partage à hauteur de 59.564 m² d'hyper-cash, de 66.134 m² de supermarchés et de 40.300 m² d'hypermarchés Carrefour. Label'Ve compte ainsi 69 magasins dont 7 hypermarchés Carrefour, 51 supermarchés Carrefour Market et 11 magasins hyper cash Atacadao. Par enseigne, Carrefour Market (supermarché) s'est vu renforcer par l'ouverture

face de vente de 4.200 m². Du côté du Groupe Marjane Holding, l'enseigne Marjane continue d'occuper la position de leader en termes de parts de marché en m² avec une superficie de 236.688 m², soit 42,83% de parts de marché à fin 2016 contre une superficie de 231.688 m² et une part de 44,09%. L'enseigne Marjane s'est dotée d'un magasin additionnel courant 2016, soit un total de 38 magasins à fin 2016. L'enseigne Acima - supermarché de proximité du même groupe - comptait au terme de l'année dernière 42 magasins suite à une ouverture courant 2016, portant la superficie totale à 54.074 m² contre 57.375 m² une année plus tôt. Le rapport de gestion de Label'Ve souligne aussi l'ouverture par la Holding Marjane d'un supermarché baptisé Otop d'une superficie de 200 m². Le seul opérateur de Hard Discount que compte le marché, BIM Maroc - filiale marocaine de BIM Birleşik Mağazalar - comptait 335 magasins à travers tout le pays au 31 décembre 2016 contre 277 magasins l'année dernière, ce qui correspond à l'ouverture de 58 magasins en 2016. La superficie de vente de l'enseigne est passée ainsi de 41.550 m² en 2015 à 50.098 m²

Ce business séduit de nouveaux opérateurs sur le marché marocain.

de 5 nouveaux magasins soit 6.000 m² de surfaces de ventes dans les villes de Casablanca (Abdelmoumen et Bourgogne), Fès Ain Chkef, Meknès Moulay Ismail et Tanger Malabata. Carrefour Hypermarché, pour sa part, a porté le nombre de ses magasins à 7 avec l'ouverture d'un 7e Carrefour, d'une surface de vente de 6.500 m² au centre commercial «Tanger Socco Alto». Enfin, Atacadao comptait à fin 2016 11 magasins avec l'ouverture du premier Atacadao dans la ville de Meknès pour une sur-

face de vente de 4.200 m². Du côté du Groupe Marjane Holding, l'enseigne Marjane continue d'occuper la position de leader en termes de parts de marché en m² avec une superficie de 236.688 m², soit 42,83% de parts de marché à fin 2016 contre une superficie de 231.688 m² et une part de 44,09%. L'enseigne Marjane s'est dotée d'un magasin additionnel courant 2016, soit un total de 38 magasins à fin 2016. L'enseigne Acima - supermarché de proximité du même groupe - comptait au terme de l'année dernière 42 magasins suite à une ouverture courant 2016, portant la superficie totale à 54.074 m² contre 57.375 m² une année plus tôt. Le rapport de gestion de Label'Ve souligne aussi l'ouverture par la Holding Marjane d'un supermarché baptisé Otop d'une superficie de 200 m². Le seul opérateur de Hard Discount que compte le marché, BIM Maroc - filiale marocaine de BIM Birleşik Mağazalar - comptait 335 magasins à travers tout le pays au 31 décembre 2016 contre 277 magasins l'année dernière, ce qui correspond à l'ouverture de 58 magasins en 2016. La superficie de vente de l'enseigne est passée ainsi de 41.550 m² en 2015 à 50.098 m²

Qui fait quoi ?

- Les hypermarchés sont dotés d'une grande superficie (à partir de 4.000 m²) et proposent une gamme étendue de références alimentaires et non alimentaires ainsi que des services (plus de 50.000 références) à des prix concurrentiels.
- Les hyper cash sont aussi des magasins d'une grande superficie (à partir de 4.000 m²). Contrairement aux hypermarchés, ils proposent un choix limité de produits à des prix très bas.
- Les supermarchés disposent d'une surface moyenne (800 à 3.999 m²). Ils proposent des références élevées sur l'alimentaire et sont limités sur le non alimentaire.
- Les hard-discount ont une taille réduite (entre 200 et 1.000m²) et proposent un nombre de références limité (moins de 3.000 références) et des prix très bas.
- Les supérettes ont de petites tailles (120 à 799 m²). Ce sont des magasins de proximité avec des horaires étendus et des prix plus élevés que les autres formats de magasins.

PARTS DE MARCHÉ DES ENSEIGNES DE GRANDE ET MOYENNE DISTRIBUTION À FIN 2016



SOURCE : RAPPORT DE GESTION LABEL'VE 2016

en 2016. Si l'ensemble des acteurs ont fait accroître leurs réseaux de magasins, seul Aswak Assalam (Filiale de Ynna Holding) a fait du statu quo à fin 2016. L'enseigne compte le même nombre d'unités et la même superficie qu'en 2015, soit 12 hypermarchés totalisant une superficie de 44.700 m².

Une nouvelle enseigne voit le jour

Hormis la progression de la superficie de vente du secteur, l'année 2016 a été également marquée par l'ouverture de magasins Leader Price, enseigne du groupe Casino. En effet, en juin 2016, Casino avait annoncé l'ouverture du premier magasin Leader Price au Maroc à Casablanca en partenariat avec le groupe OCS. Avant même la fin de l'année, un deuxième magasin a été ouvert. Ainsi à fin 2016, le nombre de magasins Leader Price était de 2 pour une superficie totale de 800 m². L'objectif de l'enseigne est d'ouvrir 50 magasins en 5 ans.

PAR SARA BAR-RHOUT
s.barrhout@leseco.ma