

Commerce: Le secteur asphyxié par le laisser-aller

• Informel, contrebande, trafics, iniquité fiscale...

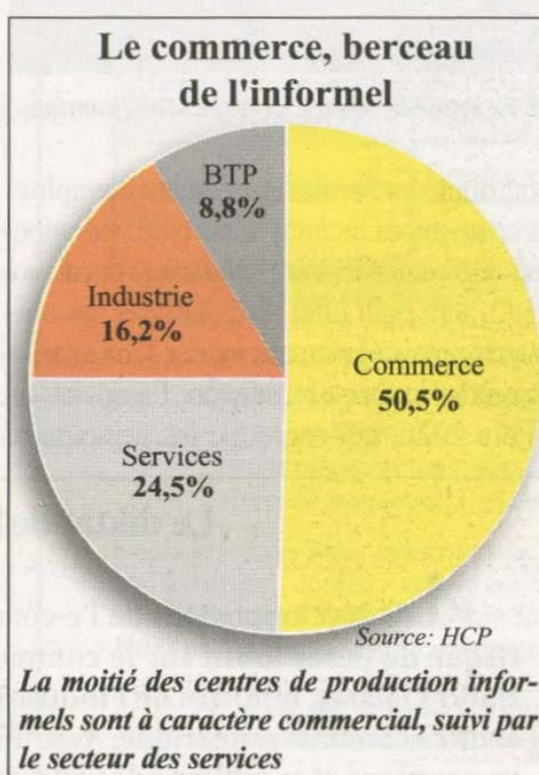
• A quand un traitement de choc?

LE commerce informel prolifère dans toutes les villes du Royaume! La concurrence déloyale de l'informel et de la contrebande a pris beaucoup d'ampleur au cours des dernières années. En 2018, plus de 772.000 articles contrefaits ont été saisis par l'Administration des douanes. Les considérations sociales ont jusque-là été avancées pour justifier le laisser-aller face à cette gangrène. «Jusqu'à quand va-t-on continuer à fermer les yeux?» s'interroge un opérateur. Le commerce est un secteur dont les ministres de tutelle successifs ne se sont pas suffisamment occupés à l'inverse de l'industrie ou du digital. S'y ajoute le manque d'équité fiscale, l'absence de dispositif de veille et de statistiques favorisant la transparence du secteur, des procédures administratives complexes, ou encore une absence de cadre organisant les métiers et activités commerciales, la faiblesse logistique... Au lendemain des assises du commerce, qui ont donné lieu à des recommandations prises en compte dans l'élaboration de la stratégie de développement du secteur, en cours de préparation. Rappelons que le secteur du commerce a déjà une stratégie: Rawaj, vision 2020, dont les résultats sont peu visibles, d'où la nouvelle feuille de route en cours de préparation par le ministère de tutelle.

Stratégie de développement du secteur en cours

L'enjeu est de mettre en œuvre plus d'équité fiscale vis-à-vis des commerçants structurés, installer un commerce équitable et établir les mêmes droits et obligations, en matière de libre concurrence... L'objectif étant d'augmenter la contribution de la valeur ajoutée au PIB. Le secteur du commerce et de la distribution emploie actuellement 1,5 million de personnes, soit 13,8% de la population active, et contribue au PIB à hauteur de 8% avec une valeur ajoutée de 84 milliards de DH. Dominé par l'informel, peu diversifié et caractérisé par son atomisme, le secteur est essentiellement constitué de micro-entreprises. La majorité des commerçants indépendants exercent dans le secteur informel, «avec 2, voire 3 employés parfois pas déclarés, à part le patron». Près de 80% de la distribution dans le Royaume est assurée par le commerce dit traditionnel: grossistes, détaillants (environ 120.000), souks hebdomadaires (environ 800). Ce

qui montre que le détaillant marocain fait preuve de résistance et de capacité d'adaptation tant au niveau du prix que du service... face au commerce moderne (grandes et moyennes surfaces, centres commerciaux, franchises...) qui n'a jamais dépassé 20% du marché. Toutefois, il faut moderniser le commerce de proximité, améliorer le niveau de vie des commerçants, structurer leur activité, pousser les commerçants de gros vers la transparence...



Les ventes du secteur traditionnel devraient baisser de 1,5% par an en moyenne entre 2017 et 2022, contre une progression de 1,9% prévue sur la même période pour la distribution moderne. Cependant, l'évolution des habitudes de consommation et l'expansion des grandes surfaces risquent de précariser davantage les détaillants. D'où la nécessité de prendre en compte la dimension sociale du commerce traditionnel (épicerie), qui joue un rôle clé dans la stabilité sociale et améliore la vie de centaines de ménages. En effet, un hypermarché qui ouvre peut conduire à la fermeture de 300 détaillants.

En dépit de la pénétration de la distribution moderne, des obstacles continuent d'entraver son développement. Ceux-ci sont liés à l'indisponibilité de personnel qualifié, due au manque de filières de formation adaptées aux besoins de la distribution moderne. La difficulté d'approvisionnement en produits frais (boucherie, fruits et légumes, poissons, etc.). Cet obstacle est lié au manque d'organisation des filières dans ce domaine et à l'obligation d'approvisionnement auprès des marchés communaux. Autre obstacle: la faiblesse du système logistique et de transport, qui conduit à la multiplication des intermédiaires, ou encore le déficit et la cherté de l'immobilier commercial et du foncier. □

M.Ko.
→→→

Une meilleure structuration s'impose

• **Sous-capitalisation, faible intégration du digital... les limites du secteur**

• **Anticiper les ruptures pour être plus percutant**

LE secteur du commerce et de la distribution est l'un des piliers de l'économie marocaine et participe fortement à la création de richesses et d'emplois. Il constitue aussi un levier essentiel de l'investissement et reste parmi les principaux animateurs de la ville à travers sa contribution à l'organisation, à la dynamisation de l'espace urbain et au développement socioéconomique. Cependant, il souffre de problèmes de structuration et de débouchés à l'export. Mieux structuré, le secteur du commerce serait pourvoyeur de beaucoup plus d'emplois. Dans l'agro-industrie, le vrac est un véritable problème sanitaire, ou encore la



Des porteuses de marchandises au poste-frontière entre le Maroc et Sebta (les hamalates) (Ph. AFP)

normalisation, qui pourrait être un levier de compétitivité. Parvenir à breveter les produits ferait gagner de la valeur, parce que gage de qualité. L'essentiel du commerce et la distribution n'étant pas dans les circuits structurés, le regroupement en association professionnelle permettrait de mieux repenser le modèle. «Faciliter l'activité des gros

contributeurs fiscaux et créateurs d'emplois avec un appui incitatif aussi bien opérationnel que réglementaire, douanier, fiscal, social... aura pour effet de dynamiser ces opérateurs, mais également inciter l'informel à rejoindre le formel», suggère l'association Tijara 2020, qui regroupe les principaux

En termes de normalisation, le Royaume devrait s'inspirer des modèles européens. La position stratégique de porte de l'Afrique en fait la plateforme idoine pour la réexportation vers le reste du continent. Avec plus de 54 accords de libre-échange (ALE) signés, le Royaume gagnerait à être plus percutant à l'international, sachant qu'il y a des produits de niche très prisés à l'export, notamment à destination de l'Arabie saoudite: les cadeaux artisanaux à caractère religieux: chapelets, tapis de prière, maroquinerie, tunique de prière... autant de niches que le Royaume n'exploite pas suffisamment. «Les marques nationales peuvent être le fer de lance d'une stratégie de commerce extérieur plus agressive et proactive», souligne la CGEM, dans ses recommandations pour une nouvelle dynamique du commerce d'avril dernier. Autres limites: la sous-capitalisation, liée aux difficultés d'accès aux financements. La distribution doit être développée et les modèles

Le diktat de l'e-commerce

«**L**E développement de l'e-commerce, surtout à partir de l'étranger, risque de peser lourd sur le commerce de proximité», soutient Moulay Hafid Elalamy, ministre de l'Industrie, du Commerce, de l'Investissement et de l'Economie numérique. Avec une augmentation de 50% en volume de transactions et 13 millions de consommateurs en 2018, l'e-commerce est en train de devenir une mode qui dicte les nouvelles tendances en matière de consommation. Pour ce dernier, l'e-commerce est en train de modifier de manière conséquente les modalités de consommation et de rompre l'équilibre des relations commerciales avec l'étranger. □

distributeurs de produits de grande consommation. L'Etat doit également encourager le développement de la consommation locale via le renforcement du pouvoir d'achat. S'y ajoutent le contrôle et l'affichage des prix, qui limiteraient la spéculation et encourageraient la transparence.

économiques revus, tout en anticipant les ruptures, notamment avec la concurrence du e-commerce. Mais aussi développer des plateformes de commerce à grande échelle, de manière à intégrer le digital en complément du commerce physique. □

M.Ko.