

# ECO

By Lodj

08  
Juin  
26

www.lodj.ma

# BUSINESS

PME

TPE

STARTUP



## POUVOIR D'ACHAT SOUS PRESSION

LES VRAIES RAISONS DE LA HAUSSE DES PRIX AU MAROC



@lodjmaroc



Certaines images de ce magazine peuvent avoir été créées par intelligence artificielle.

# SOMMAIRE

**EDITO**

## **POUVOIR D'ACHAT SOUS PRESSION : LES VRAIES RAISONS DE LA HAUSSE DES PRIX AU MAROC**

- **La désinflation ne remplit pas le frigo**
- **Qui gagne réellement dans les circuits de distribution ?**
- **Greedflation : les nouveaux profiteurs de crise**
- **Le grand retour de l'État régulateur**
- **Marchés de gros : les forteresses invisibles**
- **Le Conseil de la concurrence peut-il agir ?**
- **La fatigue silencieuse des classes moyennes**
- **Aïd, Ramadan, rentrée : les saisons de la spéculation**
- **Maroc 2035 : vers une économie plus morale ?**
- **Les avocats du diable : faut-il vraiment réguler davantage ?**

**ECO**  
**BUSINESS**

*By Ladj*



Imprimerie Arrissala

**68**

**JUIN | 2026**

DIRECTEUR DE PUBLICATION : ADNANE BENCHAKROUN

ÉQUIPE DE RÉDACTION : LYCHA JAIMSSY MBELE - MAMOUNE ACHARKI

MAMADOU BILALY COULIBALY

MAQUETTES / QUOTIDIENS 7DAYS : RIM KHAIROUN

WEBDESIGNER / COUVERTURE / ALIMENTATION & MISE EN PAGE : IMAD BEN BOURHIM

DIRECTION DIGITALE & MÉDIA : MOHAMED AIT BELLAHCEN

L'ODJ Média - Groupe de presse Arrissala SA

Retrouver tous nos anciens numéros sur :

[www.pressplus.ma](http://www.pressplus.ma)



By Lodj

# BILAN SOCIAL MEDIA

1ER TRIMESTRE 2026

**+100 MILLIONS**  
DE PERSONNES TOUCHÉES



## INSTAGRAM

- 67,23 M VUES (+378,7%)
- 163 270 ABONNÉS (+13,9%)
- 942 000 INTERACTIONS



## FACEBOOK

- 34,8 M VUES (+53,4%)
- 418 819 ABONNÉS
- 127,1K INTERACTIONS



## YOUTUBE

- 3,5 M VUES
- 1,19 M ABONNÉS



## TIKTOK

- 1,4 M VUES (-40,2%)
- 172 700 ABONNÉS

INSTAGRAM EXPLODE, FACEBOOK CONSOLIDE,  
TIKTOK FLÉCHIT, YOUTUBE STABLE.

# POUVOIR D'ACHAT SOUS PRESSION: LES VRAIES RAISONS DE LA HAUSSE DES PRIX AU MAROC

Depuis plusieurs années, les familles marocaines sont confrontées à une hausse sensible des prix de nombreux produits et services essentiels. Viandes, fruits et légumes, poisson, produits alimentaires de base, frais de scolarité, soins de santé ou encore logement : les dépenses du quotidien pèsent de plus en plus lourdement sur le budget des ménages.

Face à cette situation, les explications avancées sont souvent simplifiées à l'extrême. Certains accusent uniquement la spéculation, d'autres pointent du doigt les aléas climatiques ou la conjoncture internationale. En réalité, la hausse des prix observée ces dernières années résulte d'un ensemble de facteurs qui se combinent et se renforcent mutuellement.

## Une succession de chocs qui a fragilisé le pouvoir d'achat

Le Maroc a traversé plusieurs années marquées par une sécheresse persistante ayant affecté la production agricole et l'élevage. Dans le même temps, les tensions géopolitiques internationales, la hausse des prix de l'énergie et l'augmentation des coûts du transport ont contribué à renchérir les coûts de production.

Les agriculteurs et les éleveurs ont dû faire face à l'augmentation du prix des aliments du bétail, de l'eau d'irrigation, des engrais et de nombreux intrants. Une partie de ces hausses s'est naturellement répercutée sur les prix payés par le consommateur final.

## Entre le producteur et le consommateur : un circuit parfois trop long

L'une des questions les plus fréquemment posées concerne l'écart important observé entre le prix payé au producteur et celui payé par le consommateur.

Dans plusieurs filières, le produit passe successivement entre les mains de collecteurs, grossistes, intermédiaires, transporteurs et détaillants avant d'arriver sur les marchés ou dans les commerces de proximité.

Chacun de ces intervenants joue un rôle économique légitime. Toutefois, lorsque les circuits deviennent excessivement longs ou insuffisamment transparents,

les marges s'accumulent et le prix final augmente parfois de manière significative sans que le producteur ne bénéficie réellement de cette hausse.

## La spéculation : une réalité qu'il faut combattre sans caricature

Il serait excessif d'attribuer l'ensemble des hausses de prix à la spéculation. Cependant, il serait tout aussi erroné de nier l'existence de comportements spéculatifs dans certaines circonstances.



Lorsque l'offre se raréfie ou que la demande augmente fortement, certains acteurs peuvent être tentés de stocker des marchandises ou de retarder leur mise sur le marché dans l'espoir de réaliser des marges plus importantes.

Ces pratiques contribuent à accentuer les tensions sur les prix et pénalisent directement les consommateurs, particulièrement les ménages à revenus modestes et la classe moyenne.

### Une classe moyenne sous pression croissante

La hausse des prix touche l'ensemble des citoyens, mais elle affecte particulièrement la classe moyenne.

Cette catégorie sociale supporte simultanément l'augmentation des dépenses alimentaires, des frais de scolarité, des dépenses de santé, du logement et du transport. Dans de nombreux cas, l'évolution des revenus n'a pas suivi le même rythme que celle des dépenses contraintes.

Ce décalage alimente un sentiment grandissant de perte de pouvoir d'achat et de déclassement social chez une partie importante des ménages marocains.



RÉDIGÉ PAR

*Abdelghani El Arrasse*

ÉCONOMISTE ET MEMBRE DE L'AEI

Des réformes structurelles pour protéger durablement le pouvoir d'achat

La préservation du pouvoir d'achat ne peut reposer uniquement sur des mesures ponctuelles ou sur le contrôle administratif des prix.

Elle nécessite des réformes structurelles visant à améliorer le fonctionnement des marchés et à renforcer la concurrence.

### Parmi les pistes à privilégier figurent :

- le renforcement de la transparence des circuits de distribution ;
- la réduction des intermédiaires lorsqu'ils n'apportent pas une réelle valeur ajoutée ;
- le développement des coopératives de producteurs ;
- l'encouragement des coopératives de consommateurs et des achats groupés ;
- la digitalisation des circuits de commercialisation ;
- le renforcement des mécanismes de contrôle de la concurrence et de lutte contre les pratiques spéculatives ;
- le soutien à l'augmentation de la production nationale agricole et industrielle.

**En conclusion la question du pouvoir d'achat constitue aujourd'hui l'une des principales préoccupations des familles marocaines. Comprendre les véritables mécanismes qui expliquent la hausse des prix est indispensable pour construire des solutions efficaces et durables.**

Préserver le pouvoir d'achat des Marocains ne consiste pas uniquement à agir sur les prix. Cela suppose également de rendre notre économie plus transparente, nos circuits de distribution plus efficaces et nos marchés plus concurrentiels.

Car une économie performante est avant tout une économie où le producteur est justement rémunéré et où le consommateur peut accéder à des produits et services de qualité à des prix raisonnables.



في إطار لقاءاتها الموضوعاتية الجوهرية لسنة 2026،  
تحت شعار "تعزيز الثقة ووضوح الكرامة : خطة عمل 2026-2035"

## رابطة الاقتصاديين الاستقلاليين تنظم

اللقاء الرابع حول موضوع :

” حماية الأسر المغربية من الغلاء  
التصاعدي للمواد الأساسية :  
آليات مؤسسية وإجراءات مواطنة “

ومشاركة :



مندق "Barcelo Hideway"  
شارع الجيش الملكي - الدار البيضاء

الخميس 11 يونيو 2026  
ابتداءً من الساعة 16:00 مساءً

# POUVOIR D'ACHAT : L'AEI OUVRE LE DÉBAT SUR LA PROTECTION DES FAMILLES MAROCAINES

L'Alliance des Économistes Istiqlaliens organise, jeudi 11 juin 2026 à Casablanca, une rencontre régionale consacrée à un sujet devenu central dans la vie quotidienne des Marocains : la protection des familles face à la hausse persistante du coût de la vie.

Placée sous le thème « Protéger les familles marocaines de la hausse progressive des prix des produits essentiels : mécanismes institutionnels et actions citoyennes », cette rencontre s'inscrit dans le cadre des rendez-vous régionaux de l'Alliance pour l'année 2026, sous le mot d'ordre : « Renforcer la confiance et préserver la dignité ; plan d'action 2026-2035 pour un Maroc ascendant ».

L'enjeu est clair : au-delà du ralentissement de l'inflation observé après les pics de 2022 et 2023, les prix demeurent élevés pour une large partie des ménages. Le reflux statistique de l'inflation ne signifie pas un retour aux anciens niveaux de prix. Pour de nombreuses familles, les dépenses alimentaires, le transport, la santé et les charges courantes continuent de peser lourdement sur le revenu disponible.

La rencontre entend donc ouvrir un débat de fond sur les dysfonctionnements des marchés, les marges excessives, la multiplication des intermédiaires, les comportements spéculatifs et certaines pratiques opportunistes qui fragilisent le consommateur. L'objectif affiché est de dépasser le simple constat pour avancer vers des propositions concrètes : plus de transparence sur les prix, une meilleure organisation des circuits de distribution, une réforme des marchés de gros et un renforcement du rôle des institutions de contrôle.

Le débat abordera également la question de l'éthique économique. Car derrière la hausse des prix, il n'y a pas seulement des facteurs internationaux ou climatiques. Il y a aussi, parfois, des pratiques internes : spéculation, recherche de profits rapides, abus de position dominante ou déséquilibres dans les chaînes de distribution. Autant de phénomènes qui alimentent le sentiment d'injustice chez les citoyens.



رابطة  
الاستقلاليين  
الاقتصاديين

## RENCONTRE RÉGIONALE 2026

Dans le cadre de ses rencontres régionales  
sous le thème :

« Renforcer la confiance  
et préserver la dignité ;  
Plan d'action 2026-2035  
pour un Maroc émergent »



# PROTÉGER LES FAMILLES MAROCAINES DE LA HAUSSE PROGRESSIVE DES PRIX DES PRODUITS ESSENTIELS :

## MÉCANISMES INSTITUTIONNELS ET ACTIONS CITOYENNES



### TRANSPARENCE DES PRIX

Pour une information  
claire et accessible  
au consommateur



### RÉFORME DE LA DISTRIBUTION

Rationaliser les circuits,  
réduire les intermédiaires,  
moderniser les marchés



### RÉGULATION ET CONCURRENCE

Renforcer le contrôle,  
lutter contre les pratiques  
abusives et la spéculation



### PROTÉGER LE POUVOIR D'ACHAT DES FAMILLES

Agir pour une justice  
économique et sociale  
durable



JEUDI  
**11 JUIN 2026**  
16H30



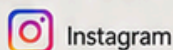
### HÔTEL BARCELO HIDEAWAY

Boulevard de l'Armée Royale  
Casablanca



POUR DES MARCHÉS  
ÉQUITABLES ET TRANSPARENTS,  
**AGISSONS ENSEMBLE  
POUR NOS FAMILLES**

🔊 EN LIVE STREAMING SUR LES PLATEFORMES LODJ



UN DÉBAT CITOYEN  
POUR UN MAROC  
**PLUS JUSTE ET PLUS SOLIDAIRE**

By Lodj

# LA DÉSINFLATION NE REMPLIT PAS LE FRIGO

**On nous dit que l'inflation baisse. Les chiffres respirent mieux, les courbes se calment, les communiqués deviennent plus rassurants. Mais dans les cuisines marocaines, dans les souks, devant l'étal du boucher, chez l'épicier du quartier ou à la caisse du supermarché, une autre vérité s'impose : la vie reste chère. Très chère. Et pour beaucoup de familles, la désinflation ne se mange pas.**

La confusion est pourtant fréquente. Quand l'inflation passe de 6 % à moins de 1 %, cela ne veut pas dire que les prix baissent. Cela veut seulement dire qu'ils augmentent moins vite. Le kilo de viande, la bouteille d'huile, les légumes, les transports, les fournitures scolaires ou les dépenses de santé ne reviennent pas automatiquement à leurs anciens niveaux. Le choc de 2022-2023 est resté dans les tickets de caisse. Il s'est installé dans les habitudes, dans les marges, dans les circuits de distribution, et surtout dans les esprits.

C'est là que commence le vrai débat. Le Maroc n'est plus seulement confronté à une inflation statistique. Il est confronté à une inflation vécue. Celle que ressent la mère de famille qui réduit la quantité de viande dans le tajine. Celle du retraité qui hésite entre médicaments et courses. Celle du salarié qui voit son salaire rester immobile pendant que le panier, lui, a changé de dimension. La désinflation peut rassurer Bank Al-Maghrib, le HCP ou les économistes. Elle ne rassure pas forcément le citoyen devant son frigo à moitié vide.

Car le problème n'est pas seulement le niveau des prix. Il est aussi dans leur irréversibilité. Pourquoi ce qui augmente ne redescend presque jamais ? Pourquoi les hausses liées à une crise internationale, à la sécheresse ou aux coûts de transport deviennent-elles parfois permanentes ? Pourquoi certaines marges installées pendant la tempête survivent-elles après le retour au calme ? C'est ici que surgit un mot nouveau dans le débat public : la "greedflation", cette inflation alimentée par la cupidité, les marges abusives, la spéculation et l'opacité des circuits.

Le citoyen marocain, lui, n'a pas besoin de jargon. Il connaît déjà les noms populaires du problème : الشناقفة, الفراقشية, ثقافة الهمزة. Ces mots disent une colère. Ils désignent ces intermédiaires trop nombreux, ces opportunistes de saison, ces spéculateurs qui transforment chaque pénurie, chaque fête, chaque crise en occasion de gain rapide. Aïd, Ramadan, rentrée scolaire, intempéries, flambée des viandes ou tension sur les hydrocarbures : chaque moment sensible devient un test de moralité économique.

Face à cela, l'État ne peut plus se contenter d'observer les prix comme un phénomène naturel. Le marché n'est pas une météo. Il se structure, se régule, se contrôle. La modernisation des marchés de gros, la transparence des prix, la réduction des circuits inutiles, le renforcement du Conseil de la concurrence et la protection effective du consommateur ne sont plus des options techniques. Ce sont des urgences sociales.

Mais attention : réguler ne veut pas dire administrer brutalement tous les prix. Il ne s'agit pas de tuer l'initiative privée ni de suspecter tout commerçant. Il s'agit de distinguer le bénéfice légitime de la prédation. La liberté économique n'a de sens que si elle ne devient pas une autorisation de pressurer les familles.

La grande question est donc simple : comment faire baisser la température réelle du panier marocain ? Pas celle des tableaux Excel. Celle du frigo. Celle du foyer. Celle du quotidien.

La désinflation est une bonne nouvelle macroéconomique. Mais elle reste incomplète tant qu'elle ne se traduit pas par un soulagement concret dans les ménages. Pour beaucoup de Marocains, le problème n'est pas de savoir si les prix augmentent moins vite. Le problème est qu'ils sont déjà trop hauts.

**Et un pays ne retrouve pas la confiance avec des pourcentages. Il la retrouve quand les familles sentent enfin que respirer économiquement redevient possible.**



By Lodj

# L'ODJ MÉDIA

**N'EST PAS UN SERVICE DE LIVRAISON,**

mais elle vous dépose  
l'essentiel à **domicile.**



**L'information utile,**  
sans détour, sans emballage inutile.

WWW.LODJ.MA

# QUI GAGNE RÉELLEMENT DANS LES CIRCUITS DE DISTRIBUTION ?

Entre le champ et l'assiette, entre l'éleveur et le boucher, entre le producteur et le panier de la ménagère, il existe une zone grise que le consommateur marocain connaît mal mais paie tous les jours. C'est là, dans les circuits de distribution, que se joue une partie essentielle de la vie chère. Ce n'est pas toujours le producteur qui gagne. Ce n'est pas toujours le commerçant final non plus. Le vrai bénéficiaire est souvent ailleurs : dans l'intermédiation, dans l'opacité, dans la capacité à contrôler le passage du produit d'une main à une autre.

Le débat sur les prix est souvent résumé trop vite : sécheresse, importation, carburant, inflation mondiale. Ces facteurs existent. Ils pèsent lourd. Mais ils n'expliquent pas tout. Pourquoi certains produits voient-ils leur prix doubler entre le lieu de production et le marché de détail ? Pourquoi un agriculteur vend parfois à perte pendant que le consommateur achète cher ? Pourquoi les périodes sensibles — Ramadan, Aïd, rentrée scolaire, intempéries — deviennent-elles presque automatiquement des saisons de tension sur les prix ?

La réponse se trouve dans la structure même de certains circuits. Plus il y a d'intermédiaires, plus le prix final se charge de marges successives. Transporteur, collecteur, grossiste, semi-grossiste, revendeur, détaillant : chacun prélève sa part. Le problème n'est pas que chacun gagne sa vie. Le problème commence lorsque la chaîne devient inutilement longue, opaque, non contrôlée, ou dominée par des acteurs capables d'imposer leurs conditions.

Dans plusieurs filières, notamment alimentaires, le producteur reste le maillon faible. Il supporte les risques climatiques, les coûts des intrants, l'incertitude de la production, parfois l'endettement. Mais il ne maîtrise ni le prix final ni l'accès direct au consommateur. À l'autre bout, le citoyen subit le prix affiché, sans savoir qui a ajouté quoi dans la chaîne. Entre les deux, certains acteurs profitent de l'asymétrie d'information. Ils savent quand acheter, quand stocker, quand ralentir l'offre, quand revendre plus cher.

C'est ici que le mot populaire الشناقفة prend tout son sens. Il ne désigne pas seulement un intermédiaire. Il désigne une manière de faire économie sur la tension, de transformer le besoin en opportunité, la rareté en rente, l'urgence en marge. Cette économie de la "hamza" n'est pas toujours illégale. Elle est parfois simplement installée, tolérée, banalisée. Mais elle finit par produire une injustice visible : celui qui produit gagne peu, celui qui consomme paie trop, et celui qui contrôle le passage gagne souvent mieux que les deux.

Les marchés de gros sont au cœur de cette équation. Ils devraient être des lieux de fluidité, de transparence, de formation rationnelle des prix. Ils sont parfois devenus, dans l'imaginaire collectif, des forteresses peu lisibles, où les prix se fabriquent loin du regard du citoyen. Leur réforme est donc stratégique. Moderniser les marchés de gros, ce n'est pas seulement rénover des bâtiments ou numériser des entrées. C'est revoir les règles du jeu : traçabilité, transparence, concurrence loyale, accès des producteurs, limitation des rentes de position.



La question du transport est tout aussi décisive. Un produit peut perdre en compétitivité non pas parce qu'il coûte cher à produire, mais parce qu'il circule mal. Routes, carburant, stockage frigorifique, logistique urbaine, délais, pertes, ruptures : toute faiblesse logistique se transforme en hausse de prix. Là encore, le citoyen paie l'inefficacité collective sous forme de dirhams supplémentaires.

Mais il serait trop simple de désigner un seul coupable. Tous les intermédiaires ne sont pas des spéculateurs. Beaucoup assurent une fonction réelle : acheminer, stocker, trier, financer, distribuer. Une économie moderne ne peut pas fonctionner sans intermédiaires. Le vrai sujet n'est donc pas leur existence, mais leur nombre, leur rôle, leur marge et leur transparence. Un intermédiaire utile crée de la valeur. Un intermédiaire parasite prélève une rente.

C'est pourquoi la régulation devient indispensable. Le marché ne peut pas être abandonné à ses seuls réflexes, surtout lorsqu'il touche aux produits essentiels. Il faut des données publiques sur la formation des prix, des contrôles efficaces contre les ententes, des plateformes permettant aux producteurs d'accéder plus directement aux acheteurs, et une vraie politique de concurrence dans les circuits de distribution.

Le consommateur marocain n'a pas besoin de grands discours. Il veut comprendre pourquoi le prix explose. Il veut savoir qui gagne. Il veut sentir que l'État voit, contrôle et sanctionne lorsque les abus deviennent manifestes. La confiance économique commence par la lisibilité.

Car derrière chaque prix trop élevé, il y a une question politique : le marché sert-il encore la société, ou la société est-elle devenue captive de ses circuits ?

Tant que cette question restera sans réponse claire, la vie chère continuera d'être vécue comme une injustice. Et dans un pays où le pouvoir d'achat devient la première angoisse sociale, l'opacité des circuits de distribution n'est plus un simple problème technique. C'est un problème démocratique.



# GREEDFLATION : LES NOUVEAUX PROFITEURS DE CRISE

Chaque crise économique a ses victimes visibles et ses gagnants discrets. Les premières remplissent les files d'attente, réduisent leurs achats, renoncent à certaines dépenses, comptent les dirhams avant la fin du mois. Les seconds apparaissent rarement dans les statistiques du quotidien. Ils se cachent dans les marges, dans les stocks, dans les circuits, dans cette zone grise où l'urgence des uns devient l'opportunité des autres. C'est là que s'installe la "greedflation", cette inflation nourrie non seulement par les coûts, mais aussi par la cupidité.

Le mot est nouveau dans le débat public marocain, mais la réalité est ancienne. Il désigne un phénomène simple : profiter d'un contexte inflationniste pour augmenter les prix au-delà de ce que justifie réellement les coûts. Autrement dit, quand tout augmente, certains augmentent davantage. Et comme le consommateur s'est habitué à entendre que "la crise est mondiale", "le carburant coûte cher", "la sécheresse a frappé", "les intrants ont flambé", il finit parfois par accepter des prix qui ne sont plus seulement économiques, mais opportunistes.

La greedflation prospère dans la confusion. Elle a besoin d'un brouillard. Brouillard sur les coûts réels. Brouillard sur les marges. Brouillard sur les circuits de distribution. Brouillard sur les responsabilités. Quand personne ne sait exactement combien coûte la production, le transport, le stockage, la distribution et la revente, il devient facile de glisser une marge supplémentaire dans la chaîne. Chacun accuse l'autre. Le producteur accuse le transport. Le transporteur accuse le carburant. Le grossiste accuse la rareté. Le détaillant accuse le marché. Et à la fin, le citoyen paie.

Le Maroc a connu une poussée inflationniste forte en 2022 et 2023. Les raisons extérieures ont été réelles : énergie, tensions internationales, coûts logistiques, sécheresse, importations plus coûteuses. Mais la question que beaucoup de familles posent aujourd'hui est plus directe : pourquoi certains prix restent-ils aussi élevés alors que la pression inflationniste officielle a diminué ? Pourquoi le choc reste-t-il entier dans le panier alors que les indicateurs se calment ? Pourquoi ce qui a été augmenté au nom de la crise ne redescend presque jamais quand la crise se stabilise ?

C'est ici que le débat devient sensible. Car parler de greedflation, c'est toucher à la morale du marché. Dans une économie libre, le profit est légitime. Il rémunère le risque, l'investissement, l'effort, l'organisation. Mais lorsque le profit devient extraction abusive, lorsqu'il s'appuie sur la vulnérabilité du consommateur, lorsqu'il se nourrit d'une situation de pénurie ou de peur, il cesse d'être seulement économique. Il devient socialement explosif.

Les produits essentiels ne sont pas des produits comme les autres. Le pain, l'huile, la viande, les légumes, les carburants, les médicaments, le transport ne relèvent pas du luxe. Ils structurent la dignité quotidienne. Quand leurs prix s'emballent, ce ne sont pas seulement les budgets qui souffrent. C'est le sentiment d'équité qui se fissure. Le citoyen peut accepter une crise si elle est partagée. Il l'accepte beaucoup moins s'il soupçonne que certains transforment sa souffrance en rente.



Dans le langage marocain, cette intuition populaire existe déjà. On parle des الشناقفة, des الفراقشية, de la ثقافة الهمزة. Ces expressions disent plus qu'une colère. Elles traduisent une perception : celle d'un marché où l'intelligence commerciale devient parfois ruse sociale, où l'intermédiation devient prédation, où la rareté devient business model. Le consommateur ne dispose pas toujours de preuves, mais il voit les prix, il compare, il ressent, il déduit.

La difficulté, évidemment, est de distinguer l'abus réel de la simple hausse justifiée. Tout commerçant n'est pas spéculateur. Tout intermédiaire n'est pas parasite. Toute marge n'est pas abusive. Une économie a besoin de distribution, de stockage, de transport, de financement, de prise de risque. Mais c'est justement pour cela qu'il faut de la transparence. Sans données, le soupçon remplace l'analyse. Sans contrôle, la colère remplace la confiance. Sans sanction, l'abus devient méthode.

La lutte contre la greedflation ne peut donc pas se limiter aux coups de communication saisonniers. Elle exige une architecture durable : traçabilité des prix, réforme des marchés de gros, contrôle des ententes, publication d'indicateurs compréhensibles, renforcement du Conseil de la concurrence, plateformes de suivi des produits essentiels, et surtout capacité réelle à sanctionner ceux qui manipulent les marchés ou abusent de positions dominantes.

Mais la réponse doit aussi être culturelle. Le Maroc ne peut pas construire un modèle émergent sur la seule habileté à profiter des failles. Une économie mature a besoin d'éthique. Pas d'une morale décorative, mais d'une responsabilité concrète. Gagner de l'argent n'est pas un problème. Gagner contre la société en est un.



La greedflation est dangereuse parce qu'elle ne vide pas seulement les portefeuilles. Elle abîme la confiance. Elle installe l'idée que les crises ne sont jamais neutres, qu'elles servent toujours quelqu'un, que les sacrifices sont imposés aux mêmes tandis que les bénéfices vont aux plus rapides, aux mieux informés, aux mieux placés.

**Or un pays ne peut pas avancer longtemps avec des familles qui se sentent piégées par les prix et trahies par les circuits. La question n'est donc plus seulement : pourquoi la vie est chère ? Elle devient plus dérangeante : qui a intérêt à ce qu'elle le reste ?**

# LE GRAND RETOUR DE L'ÉTAT RÉGULATEUR

**Pendant des années, le mot "marché" a été prononcé comme une évidence presque sacrée. Le marché allait ajuster, équilibrer, corriger, optimiser. Il suffisait, disait-on, de laisser jouer l'offre et la demande. Mais lorsque le panier de la ménagère devient trop lourd pour les familles, lorsque les prix essentiels s'installent durablement à des niveaux difficiles à supporter, lorsque les marges deviennent suspectes et les circuits opaques, une question revient avec force : l'État peut-il encore rester simple spectateur ?**

La vie chère a changé la nature du débat économique au Maroc. Il ne s'agit plus seulement de discuter de croissance, d'investissement ou de grands équilibres macroéconomiques. Il s'agit de savoir si les familles peuvent vivre dignement de leur revenu. Or, quand le marché ne garantit plus cette dignité minimale, la demande de régulation revient naturellement. Elle ne vient pas seulement des partis, des syndicats ou des experts. Elle vient de la société elle-même.

Le retour de l'État régulateur ne signifie pas le retour à une économie administrée. Il ne s'agit pas de fixer tous les prix depuis un bureau, ni de transformer chaque commerçant en suspect. Une économie vivante a besoin d'entrepreneurs, de commerçants, d'intermédiaires utiles, de concurrence et de liberté. Mais cette liberté économique ne peut plus être confondue avec l'absence de règles. Le marché n'est acceptable socialement que lorsqu'il reste lisible, loyal et contrôlable.

La crise inflationniste de 2022-2023 a révélé une fragilité profonde. Le Maroc a subi des facteurs extérieurs réels : énergie, logistique mondiale, guerre, sécheresse, tensions sur les matières premières. Mais cette explication ne suffit plus. Car une fois le choc passé, les prix ne sont pas revenus à leur niveau d'avant. La désinflation a calmé les indicateurs, pas les ménages. Le citoyen a donc commencé à poser une question simple : qui surveille réellement la formation des prix ?



C'est là que l'État doit retrouver sa fonction d'arbitre. Non pas contre le marché, mais contre ses dérives. Réguler, c'est empêcher les ententes. C'est contrôler les abus de position dominante. C'est imposer la transparence dans les circuits. C'est moderniser les marchés de gros. C'est réduire les intermédiations inutiles. C'est protéger le consommateur quand il n'a ni information, ni pouvoir de négociation, ni capacité de comparaison réelle.

Le dossier des marchés de gros est emblématique. Ces lieux devraient être le cœur rationnel de la distribution alimentaire. Ils devraient permettre une meilleure rencontre entre l'offre et la demande, une formation transparente des prix, une circulation efficace des produits. Pourtant, dans l'imaginaire citoyen, ils apparaissent souvent comme des zones opaques, dominées par des habitudes anciennes, des positions installées, parfois des rentes. Les réformer, c'est toucher à une architecture économique sensible. Mais ne pas les réformer, c'est accepter que la vie chère continue à se fabriquer dans l'ombre.

Le Conseil de la concurrence a aussi un rôle essentiel à jouer. Encore faut-il que son action soit visible, comprise et ressentie. Les citoyens n'attendent pas seulement des rapports. Ils attendent des effets. Ils veulent savoir si les ententes sont détectées, si les marges abusives sont surveillées, si les sanctions sont dissuasives, si les grands acteurs économiques sont réellement soumis aux mêmes règles que les petits. La régulation ne vaut que si elle produit de la confiance.

Mais l'État régulateur ne peut pas être seulement répressif. Il doit aussi être organisateur. Il doit investir dans les données, publier des indicateurs simples, suivre les prix essentiels, encourager les circuits courts, soutenir les coopératives, numériser les flux, améliorer la logistique, renforcer les capacités de stockage, créer des mécanismes d'alerte précoce en période de tension. Une bonne régulation ne court pas derrière la crise. Elle la prévient.

Ce retour de l'État pose aussi une question politique plus large : quel modèle économique voulons-nous ? Un modèle où la liberté de commerce est absolue, même lorsqu'elle fragilise les familles ? Ou un modèle où l'initiative privée reste protégée, mais encadrée par une exigence de justice sociale ? Le vrai débat n'oppose pas économie libre et économie contrôlée. Il oppose économie responsable et économie prédatrice.

Le Maroc ne peut pas ambitionner l'émergence en 2035 avec des marchés du quotidien qui donnent aux citoyens le sentiment d'être abandonnés. Les grands projets, les infrastructures, les investissements stratégiques et les ambitions industrielles sont nécessaires. Mais l'émergence se mesure aussi au prix du kilo de tomates, au coût du transport, à la facture du panier hebdomadaire, à la capacité d'une famille à terminer le mois sans humiliation.

Le retour de l'État régulateur est donc moins un choix idéologique qu'une nécessité sociale. Quand la confiance se fragilise, quand le consommateur soupçonne que les règles du jeu sont biaisées, quand la vie chère devient une colère collective, l'État doit redevenir visible. Pas pour étouffer le marché. Mais pour rappeler que le marché n'est pas au-dessus de la société.

**Car au fond, une économie qui fonctionne n'est pas celle où quelques-uns savent tirer profit de chaque crise. C'est celle où la liberté de gagner ne détruit jamais le droit de vivre dignement.**



# MARCHÉS DE GROS : LES FORTERESSES INVISIBLES

**Dans le débat sur la vie chère, le consommateur voit surtout le prix final. Il voit le kilo de tomates, le kilo de viande, le sac de pommes de terre, la caisse d'oranges, la botte de menthe, la facture du marché. Mais il voit rarement l'endroit où une grande partie de ce prix se fabrique : les marchés de gros. Ces lieux, pourtant essentiels à l'alimentation quotidienne du pays, restent pour beaucoup de citoyens des forteresses invisibles.**

Le marché de gros devrait être un espace de transparence. Il devrait permettre aux producteurs, aux grossistes, aux détaillants et aux acheteurs de se rencontrer dans des conditions claires. Il devrait organiser la circulation des produits, stabiliser l'offre, éviter les pénuries artificielles, réduire les pertes et faciliter une formation rationnelle des prix. Dans une économie moderne, il est un outil stratégique. Au Maroc, il est encore trop souvent perçu comme une boîte noire.

C'est là que commence le problème. Quand le citoyen ne comprend pas comment se forme le prix, il soupçonne. Quand le producteur ne maîtrise pas l'accès au marché, il subit. Quand le détaillant achète déjà cher, il répercute. Et quand certains intermédiaires contrôlent les passages obligés, le prix final devient le résultat d'un rapport de force plus que d'une vraie concurrence.

Les marchés de gros ne sont pas seulement des lieux physiques. Ce sont des nœuds de pouvoir économique. Celui qui contrôle l'entrée, l'information, le volume, le stockage ou la revente dispose d'un avantage décisif. Il peut savoir avant les autres si l'offre sera abondante ou rare. Il peut anticiper les périodes de tension. Il peut influencer le rythme de sortie des produits. Dans les périodes sensibles, cette position devient extrêmement rentable.

Il serait injuste de présenter tous les acteurs des marchés de gros comme des profiteurs. Beaucoup travaillent dur, prennent des risques, assurent une fonction logistique réelle, financent parfois les flux, absorbent les pertes et permettent l'approvisionnement des villes. Mais l'utilité d'un système ne justifie pas son opacité. Un secteur indispensable doit être encore plus transparent qu'un secteur ordinaire, précisément parce qu'il touche au panier des familles.

La réforme des marchés de gros est donc l'un des dossiers les plus importants de la lutte contre la vie chère. Elle ne peut pas se limiter à repeindre les murs ou à moderniser quelques équipements. Elle doit poser les vraies questions : qui vend ? qui achète ? à quel prix ? avec quelle marge ? selon quelles règles ? avec quelle traçabilité ? avec quel contrôle ? Et surtout : comment faire en sorte que le producteur et le consommateur ne soient plus les deux perdants d'une chaîne trop longue ?



By Lodj

**L'ODJ MÉDIA N'EST  
PAS UNE PHARMACIE,  
MAIS ELLE SOIGNE L'OVERDOSE D'ACTUALITÉS.**

**Trop, trop vite, trop anxiogène...**  
Mettez vos infos sous surveillance médicale.

WWW.LODJ.MA



La numérisation peut jouer un rôle décisif. Des plateformes transparentes de prix, actualisées quotidiennement, accessibles aux producteurs, aux détaillants, aux collectivités et aux consommateurs, permettraient déjà de réduire l'asymétrie d'information. Lorsque les prix sont visibles, les abus deviennent plus difficiles. Lorsque les volumes sont suivis, les pénuries artificielles deviennent plus repérables. Lorsque les transactions sont mieux tracées, les rentes cachées deviennent moins confortables.

Mais la technologie ne suffit pas. Il faut aussi revoir la gouvernance. Les marchés de gros doivent-ils rester gérés comme de simples espaces de perception de droits et de location d'emplacements ? Ou doivent-ils devenir de véritables instruments de politique alimentaire, de concurrence et de protection du pouvoir d'achat ? La réponse à cette question déterminera en grande partie l'efficacité des réformes à venir.

Il faut également ouvrir davantage l'accès aux producteurs organisés. Les coopératives, les petits agriculteurs structurés, les groupements professionnels doivent pouvoir vendre dans des conditions moins dépendantes des intermédiaires dominants. Plus le producteur est éloigné du marché, plus il perd en pouvoir de négociation. Et plus il perd, plus le consommateur paie paradoxalement cher. Ce paradoxe est au cœur du malaise actuel.

La question des marchés de gros touche aussi les villes. Casablanca, Rabat, Fès, Marrakech, Agadir, Tanger : l'alimentation urbaine dépend de circuits complexes. Dans un pays marqué par l'urbanisation rapide, la sécurité alimentaire n'est plus seulement agricole. Elle est aussi logistique, territoriale, numérique et institutionnelle. Une ville mal approvisionnée est une ville où la vie devient chère plus vite.

L'État et les collectivités ne peuvent donc plus traiter ces marchés comme des infrastructures secondaires. Ils sont au cœur de la paix sociale. Quand les prix flambent, c'est rarement dans les grands discours que la colère commence. Elle commence au marché, au souk, à la caisse, dans la cuisine. Elle commence quand le citoyen se dit que quelque chose ne tourne pas rond, mais qu'on ne lui explique jamais vraiment quoi.

Réformer les marchés de gros, c'est donc ouvrir les fenêtres d'un système trop longtemps réservé aux initiés. C'est faire entrer la lumière dans la formation des prix. C'est passer d'une économie de couloir à une économie de données. C'est protéger le producteur contre la dépendance, le consommateur contre l'abus, et le commerçant honnête contre la concurrence déloyale.

Les marchés de gros sont invisibles pour le grand public, mais leurs effets sont visibles chaque jour dans le frigo des familles. Tant que ces forteresses resteront opaques, toute politique contre la vie chère sera incomplète. Car on ne peut pas combattre efficacement ce qu'on refuse de regarder de près.

By Lodj

# L'ODJ MÉDIA

N'EST PAS UNE ASSURANCE,



Mais elle  
vous protège  
des **fake news.**

CHAQUE JOUR, NOUS PRÉSERVONS VOS IDÉES  
ET VOTRE ESPRIT DES MANIPULATIONS.

WWW.LODJ.MA

# LE CONSEIL DE LA CONCURRENCE PEUT-IL AGIR ?

Chaque fois que les prix flambent, une même question revient dans les cafés, les foyers, les réseaux sociaux et parfois même au Parlement : qui contrôle vraiment les marchés ? Derrière cette interrogation simple se cache une institution souvent citée, rarement comprise par le grand public : le Conseil de la concurrence. Dans l'imaginaire citoyen, il devrait être le gendarme économique capable d'identifier les ententes, de sanctionner les abus et de défendre le consommateur. Mais peut-il réellement agir face à la vie chère ?

La réponse exige d'abord une clarification. Le Conseil de la concurrence n'est pas un ministère des prix. Il ne fixe pas le tarif de la viande, des légumes, du carburant ou du transport. Son rôle n'est pas de décider combien doit coûter un kilo de tomates ou un litre d'essence. Sa mission est plutôt de veiller à ce que les règles du jeu économique soient respectées : pas d'ententes illicites, pas d'abus de position dominante, pas de pratiques anticoncurrentielles qui faussent le marché et pénalisent les consommateurs.

Cette nuance est importante. Beaucoup de citoyens attendent du Conseil une baisse directe et immédiate des prix. Or son action est souvent plus technique, plus lente, plus juridique. Il enquête, analyse les marchés, étudie les comportements, établit des responsabilités, formule des avis ou prononce des sanctions lorsque les infractions sont prouvées. Cela peut paraître insuffisant face à l'urgence sociale, mais une autorité de concurrence ne peut pas fonctionner sur la colère seule. Elle doit démontrer, documenter, qualifier juridiquement.

Le problème, c'est que la vie chère n'attend pas les procédures longues. Les familles subissent les prix chaque jour. Le décalage entre le temps judiciaire et le temps social crée une frustration. Le citoyen veut une réponse visible. Il veut savoir pourquoi certains secteurs semblent augmenter ensemble, pourquoi certaines marges paraissent excessives, pourquoi certains prix résistent à la baisse alors que les coûts se stabilisent. Quand aucune explication claire n'arrive, le soupçon s'installe.

Le Conseil de la concurrence peut pourtant jouer un rôle décisif, à condition de renforcer sa présence dans le débat public. Dans un pays où les prix sont devenus un sujet de confiance nationale, l'autorité de concurrence ne peut plus rester enfermée dans un langage uniquement technique. Elle doit expliquer davantage. Dire ce qu'elle peut faire, mais aussi ce qu'elle ne peut pas faire. Publier des analyses accessibles. Identifier les secteurs à risque. Alerter sur les concentrations excessives. Éclairer les citoyens sur la formation des prix.



Il ne s'agit pas de transformer le Conseil en organe politique. Son indépendance est précisément sa force. Mais l'indépendance ne doit pas signifier invisibilité. Plus une institution est indépendante, plus elle doit être lisible. Le citoyen n'a pas besoin de connaître tous les détails juridiques d'une instruction. Il a besoin de sentir que quelqu'un regarde sérieusement ce qui se passe dans les marchés.

La question des ententes est centrale. Lorsqu'un marché est dominé par quelques acteurs, le risque de coordination des comportements augmente. Cette coordination n'est pas toujours explicite. Elle peut être tacite, progressive, installée dans des habitudes de secteur. Les prix évoluent de manière parallèle, les marges se maintiennent, les nouveaux entrants peinent à émerger. Dans ces situations, le consommateur perd le bénéfice réel de la concurrence.

Les abus de position dominante sont tout aussi importants. Un acteur puissant peut imposer ses conditions à des fournisseurs, limiter l'accès à certains circuits, influencer les prix ou décourager la concurrence. Dans les marchés sensibles, cela peut avoir un impact direct sur le pouvoir d'achat. Le Conseil de la concurrence doit donc être non seulement réactif, mais aussi préventif.

Encore faut-il qu'il dispose des moyens nécessaires. Enquêter sur des marchés complexes demande des compétences pointues, des données fiables, des capacités d'analyse économique, des experts sectoriels, des outils numériques et une coopération avec d'autres administrations. La concurrence ne se surveille plus seulement avec des dossiers papier. Elle se surveille avec des données, des algorithmes, des comparaisons de marges, des cartographies de circuits et des alertes précoces.

Mais il faut aussi éviter une illusion : le Conseil de la concurrence ne peut pas tout régler seul. La vie chère dépend aussi de la fiscalité, de la logistique, de la sécheresse, des importations, des marchés de gros, des coûts de transport, des politiques agricoles et de la structure même de l'économie. Lui demander de résoudre seul le problème du panier marocain serait injuste et inefficace. Il est un acteur essentiel, pas une baguette magique.

Son rôle devient néanmoins crucial dans un moment où le soupçon de "greedflation" progresse. Lorsque les citoyens pensent que certains profitent des crises pour augmenter abusivement leurs marges, il faut une autorité capable de distinguer le vrai du faux. Sanctionner quand il y a abus. Démêler quand il n'y en a pas. Et surtout éviter que le débat économique ne devienne uniquement émotionnel.

Le Conseil de la concurrence peut donc agir, mais son efficacité dépendra de trois conditions : des pouvoirs réellement mobilisés, des moyens renforcés, et une parole publique plus claire. Dans une économie sous tension sociale, la régulation ne doit pas seulement exister dans les textes. Elle doit se voir, se comprendre et produire des effets.

**Car le citoyen ne demande pas que tous les prix soient administrés. Il demande simplement que le marché ne soit pas livré aux plus puissants, aux plus opaques ou aux mieux organisés. Il demande que la concurrence soit réelle, pas seulement proclamée. Et il demande que lorsqu'un abus existe, quelqu'un ait enfin le pouvoir — et le courage — de le nommer.**



# LA FATIGUE SILENCIEUSE DES CLASSES MOYENNES

**La vie chère ne frappe pas seulement les plus pauvres. Elle use aussi, lentement, les classes moyennes. Celles qui ne demandent pas toujours de l'aide. Celles qui travaillent, paient leurs factures, scolarisent leurs enfants, remboursent leurs crédits, aident parfois les parents âgés, et donnent encore l'impression extérieure de tenir debout. Mais derrière cette façade de stabilité, une fatigue économique s'installe.**

Cette fatigue est silencieuse parce qu'elle ne se voit pas toujours. Elle ne prend pas forcément la forme d'une pauvreté brutale. Elle commence par des renoncements discrets : un panier moins rempli, moins de viande, moins de sorties, un rendez-vous médical reporté, une réparation de voiture repoussée, un achat scolaire différé, des vacances annulées, un crédit à la consommation prolongé. Rien de spectaculaire. Juste une somme de petits reculs qui finissent par modifier une vie.

La classe moyenne marocaine vit aujourd'hui dans une contradiction permanente. Elle est trop "aisée" pour être considérée comme prioritaire dans les dispositifs sociaux, mais trop fragile pour absorber durablement la hausse du coût de la vie. Elle n'est pas forcément dans la misère, mais elle se sent en déclassement. Elle continue à travailler, mais elle a le sentiment que l'effort rapporte moins. Elle regarde les chiffres de l'inflation baisser, mais ne voit pas son quotidien s'alléger.

C'est là que le malaise devient profond. Le problème n'est pas seulement financier. Il est psychologique. Quand une famille doit calculer chaque semaine ce qu'elle peut encore se permettre, quand le salaire semble perdre sa capacité de protection, quand l'avenir des enfants devient plus coûteux, c'est la confiance qui se fissure. La classe moyenne ne réclame pas seulement du pouvoir d'achat. Elle réclame la possibilité de se projeter.

Or, sans projection, une société s'appauvrit moralement. On cesse de penser aux projets. On pense à la survie organisée. On ne prépare plus l'avenir, on gère le mois. Le foyer devient une petite cellule de crise permanente. Les parents arbitrent, réduisent, comparent, reportent. Les enfants ne voient pas toujours les sacrifices,

mais ils en ressentent l'atmosphère. Une économie chère finit par produire une société inquiète.

Les dépenses essentielles pèsent de plus en plus lourd. L'alimentation reste le premier choc visible, car elle se répète chaque jour. Mais la santé, l'éducation, le transport, le logement, l'énergie et les communications numériques forment ensemble un bloc de charges difficilement compressible. On peut réduire les loisirs. On peut limiter certains achats. Mais on ne peut pas renoncer durablement à se soigner, se déplacer, nourrir ses enfants ou payer son loyer.

La vie chère transforme donc la classe moyenne en funambule. Le moindre imprévu peut déséquilibrer le budget : maladie, panne, accident, rentrée scolaire, hausse de loyer, mariage familial, déplacement urgent. Là où il existait autrefois une petite marge de sécurité, il reste parfois seulement une ligne de crédit. Cette fragilité nouvelle explique le recours croissant à l'endettement de confort ou de survie. On ne s'endette plus toujours pour investir, mais pour tenir.



By Lodj

# L'ODJ MÉDIA N'EST PAS UN FILTRE,

mais elle  
enlève  
le superflu.



LODJ



**Moins de bruit.**  
Plus de sens. Plus de réel.

WWW.LODJ.MA

Cette situation nourrit aussi un sentiment d'injustice. Les classes moyennes voient les prix monter, mais ne comprennent pas toujours qui gagne dans cette hausse. Elles entendent parler de croissance, d'investissements, de grands projets, d'émergence, mais se demandent pourquoi leur quotidien reste aussi serré. Elles acceptent l'idée d'un pays en chantier, mais veulent savoir à quel moment ce chantier améliore réellement leur vie.

Le risque politique est réel. Une classe moyenne fatiguée devient une classe moyenne méfiante. Elle croit moins aux discours, moins aux indicateurs, moins aux promesses. Elle juge par le ticket de caisse, par le frigo, par la facture, par le solde bancaire. Quand l'économie officielle raconte une stabilisation et que l'économie domestique raconte une tension, c'est toujours l'économie domestique qui gagne dans les esprits.

Il faut donc prendre cette fatigue au sérieux. Elle n'est pas une plainte passagère. Elle est un signal social. Protéger les familles marocaines ne signifie pas seulement aider les plus vulnérables, aussi nécessaire que cela soit. Cela signifie aussi empêcher que les classes moyennes ne glissent progressivement vers une insécurité permanente.

Les réponses doivent être concrètes : transparence des prix, régulation des marchés essentiels, réforme des circuits de distribution, maîtrise des marges abusives, politiques de logement plus accessibles, protection contre l'endettement excessif, soutien au transport, amélioration des services publics de santé et d'éducation. Car chaque dirham économisé sur ces postes redonne de l'air aux familles.

La classe moyenne est souvent présentée comme le socle de la stabilité. Mais un socle peut se fissurer sans bruit. Et lorsqu'il se fissure, c'est toute la confiance sociale qui vacille.

**La vie chère ne vide pas seulement les portefeuilles. Elle épuise les nerfs, réduit les rêves, abîme les relations familiales et installe une inquiétude diffuse. La fatigue silencieuse des classes moyennes marocaines mérite donc plus qu'un commentaire. Elle mérite une politique.**



# AÏD, RAMADAN, RENTRÉE : LES SAISONS DE LA SPÉCULATION

**Au Maroc, la vie chère n'a pas seulement des causes économiques. Elle a aussi un calendrier. Elle revient par vagues, presque à dates fixes, comme si certains moments de l'année étaient devenus des rendez-vous prévisibles de tension sur les prix. Ramadan, Aïd Al-Adha, rentrée scolaire, vacances d'été, intempéries, pics de demande : chaque période sensible semble offrir à certains acteurs l'occasion de tester les limites du pouvoir d'achat des familles.**

Le phénomène est connu de tous. À l'approche de Ramadan, plusieurs produits alimentaires deviennent plus chers, parfois avant même que la demande réelle ne justifie cette hausse. À l'approche de l'Aïd, les prix des moutons, des viandes, du transport, de certains services et même des accessoires montent sous l'effet d'une pression psychologique collective. À la rentrée scolaire, les familles découvrent une autre flambée : fournitures, manuels, transport, vêtements, frais divers. Le consommateur n'est plus seulement acheteur. Il devient captif d'un moment social auquel il ne peut pas facilement échapper.

C'est cette captivité qui rend la spéculation si efficace. Durant ces périodes, la demande est moins flexible. Une famille peut difficilement annuler Ramadan, renoncer à l'Aïd, ou ne pas préparer la rentrée des enfants. Les dépenses ne sont pas toujours rationnelles au sens économique. Elles sont sociales, culturelles, familiales, parfois religieuses. Cette obligation symbolique crée un terrain favorable aux hausses opportunistes.

La spéculation saisonnière fonctionne souvent sur une mécanique simple : anticipation, stockage, rareté organisée ou exagérée,

hausse progressive, acceptation forcée. Le consommateur paie parce qu'il n'a pas le temps d'attendre, pas toujours l'information nécessaire pour comparer, et souvent pas d'alternative crédible. Dans ces moments, le marché n'est plus un espace de choix libre. Il devient un passage obligé.

Mais il faut éviter les simplifications. Toute hausse de prix en période de forte demande n'est pas nécessairement abusive. La demande augmente réellement. Les coûts logistiques peuvent progresser. Les risques de stockage existent. Les pertes aussi. Certains commerçants travaillent davantage et supportent plus de pression. Le problème n'est donc pas la variation normale des prix. Le problème commence lorsque la hausse dépasse toute justification, lorsque l'absence de transparence empêche de distinguer le coût légitime de la marge opportuniste.

L'Aïd Al-Adha est l'exemple le plus parlant. Le mouton n'est pas un produit ordinaire. Il touche à la tradition, à la famille, à la dignité sociale, au regard des voisins, à la joie des enfants. Dans beaucoup de foyers, ne pas pouvoir acheter un mouton n'est pas vécu comme une simple décision budgétaire, mais comme une blessure symbolique. Cette charge émotionnelle rend le marché extrêmement sensible. C'est précisément pour cela qu'il doit être mieux encadré, mieux suivi, mieux expliqué.



Ramadan obéit à une logique proche. Le mois du jeûne devrait être un moment de sobriété et de solidarité. Il devient souvent, paradoxalement, un mois de surconsommation et de pression sur les prix. Certaines habitudes alimentaires, les achats massifs, les promotions trompeuses et la peur de manquer contribuent à la tension. Là encore, la responsabilité est partagée : commerçants, distributeurs, consommateurs, médias, autorités. Mais le rôle de régulation reste essentiel.

La rentrée scolaire révèle une autre forme de spéculation : celle qui pèse sur l'avenir des enfants. Les familles peuvent réduire certaines dépenses, mais elles hésitent à rogner sur l'école. Les cahiers, les livres, les sacs, les vêtements, le transport et parfois les frais des établissements privés pèsent lourdement. Pour les classes moyennes, cette période devient souvent un choc budgétaire majeur. Pour les familles modestes, elle peut être une épreuve.

Face à ces saisons de tension, les réponses ne peuvent plus être improvisées. Il faut passer d'une logique de réaction à une logique d'anticipation. Les autorités savent quand arrivent Ramadan, l'Aïd et la rentrée. Les professionnels aussi. Les consommateurs aussi. Pourquoi alors les dispositifs de surveillance, d'information et de régulation semblent-ils encore trop souvent tardifs ?

Un calendrier national de vigilance des prix pourrait être imaginé. Il permettrait de suivre les produits sensibles avant les périodes de forte demande, de publier des fourchettes de prix indicatives, d'alerter sur les anomalies, de renforcer les contrôles ciblés, d'encourager les circuits directs, de mobiliser les associations de consommateurs et d'informer les citoyens en temps réel. La technologie permet aujourd'hui de faire beaucoup mieux que les simples campagnes ponctuelles.

Il faut aussi agir sur la culture de consommation. Les citoyens ne sont pas seulement victimes du système. Ils participent parfois, malgré eux, à la tension par les achats paniques, la surconsommation ou la recherche tardive des produits. Une économie plus saine suppose aussi une pédagogie collective : acheter mieux, anticiper, comparer, refuser les prix manifestement abusifs lorsque c'est possible, soutenir les circuits transparents.

Mais la responsabilité principale reste celle de l'organisation des marchés. Une société ne peut pas accepter que ses moments les plus importants deviennent systématiquement des périodes d'exploitation économique. Ramadan ne devrait pas être une saison de marges abusives. L'Aïd ne devrait pas être une saison de stress financier. La rentrée ne devrait pas être une saison d'endettement.

La spéculation saisonnière est dangereuse parce qu'elle frappe au moment où les familles sont les plus exposées émotionnellement. Elle transforme la tradition en pression, la fête en dette, l'école en inquiétude. Elle donne au citoyen le sentiment que chaque moment de joie collective devient une occasion de prélèvement.

C'est pourquoi la lutte contre la vie chère doit intégrer le calendrier marocain réel. Les prix ne montent pas seulement dans les tableaux économiques. Ils montent dans les saisons, dans les rites, dans les habitudes, dans les obligations sociales. Et tant que ces rendez-vous de spéculation continueront à se répéter, les familles marocaines auront le sentiment que même leurs fêtes leur coûtent trop cher.



# MAROC 2035 : VERS UNE ÉCONOMIE PLUS MORALE ?

**Le Maroc parle d'émergence, d'investissements, d'infrastructures, d'industrie, de transition numérique, de Coupe du monde 2030 et d'ambitions régionales. Mais une question plus discrète, plus dérangeante, traverse désormais le débat public : peut-on construire un Maroc émergent avec une économie qui laisse trop de familles sous pression ? Autrement dit, l'émergence peut-elle réussir sans morale économique ?**

La morale économique ne signifie pas naïveté. Elle ne consiste pas à demander aux entreprises de renoncer au profit, ni aux commerçants de travailler sans marge. Une économie vivante a besoin d'initiative, de risque, d'investissement, de bénéfice et de compétition. Mais elle a aussi besoin de limites. Car lorsque le gain devient pure captation, lorsque la marge devient abus, lorsque la crise devient opportunité de rente, l'économie cesse d'être un moteur collectif. Elle devient une machine à produire de la défiance.

Le Maroc 2035 ne pourra pas être seulement un Maroc des grands chantiers. Il devra aussi être un Maroc du panier soutenable, du marché transparent, du consommateur protégé, du producteur mieux rémunéré et de l'intermédiaire réellement utile. L'émergence ne se mesurera pas uniquement à la longueur des autoroutes, au nombre de zones industrielles ou aux performances logistiques.

**Elle se mesurera aussi à la dignité économique des familles.**

La vie chère a révélé une fracture silencieuse. D'un côté, le discours macroéconomique parle de stabilisation, de croissance, d'attractivité et de modernisation. De l'autre, les ménages parlent de prix, de sacrifices, de dettes, de renoncements et de fatigue. Tant que ces deux récits ne se rejoignent pas, la confiance restera fragile. Un pays peut afficher des indicateurs honorables et produire malgré tout un sentiment d'injustice.

C'est là que la notion d'économie morale retrouve sa force. Elle impose une idée simple : le marché doit rester au service de la société. Il ne peut pas être laissé à ceux qui savent exploiter les angles morts du système. Les circuits de distribution, les marchés de gros, les marges commerciales, les pratiques de stockage, les ententes éventuelles, les positions dominantes et les comportements spéculatifs doivent être regardés non seulement comme des questions techniques, mais comme des questions de justice.



Construire une économie plus morale, c'est d'abord rendre les prix plus lisibles. Le citoyen n'a pas besoin de soupçonner en permanence. Il a besoin de comprendre. Pourquoi ce produit coûte-t-il ce prix ? Quelle part revient au producteur ? Quelle part au transport ? Quelle part au grossiste ? Quelle part au détaillant ? Quelle part aux taxes ? Plus les prix seront transparents, moins la colère sera aveugle.

C'est ensuite protéger les maillons faibles. Le producteur agricole qui vend mal alors que le consommateur achète cher est l'un des grands paradoxes marocains. Entre les deux, trop de valeur peut se perdre ou se concentrer. Une économie plus juste doit permettre au producteur de mieux accéder au marché, aux coopératives de peser davantage, aux circuits courts de se développer, et au consommateur de bénéficier d'une concurrence réelle.

C'est aussi redonner du sens à la régulation. L'État ne doit pas être l'ennemi du marché. Il doit en être l'arbitre. Il doit garantir que la liberté économique ne devienne pas la liberté d'abuser. Cela suppose des contrôles sérieux, des sanctions visibles, des institutions fortes, des données publiques, des alertes précoces et une meilleure coordination entre les administrations, les collectivités, les professionnels et les associations de consommateurs.

Mais l'économie morale ne se décrète pas uniquement par la loi. Elle suppose une transformation culturelle. Il faut sortir de la glorification de la "hamza", de l'opportunisme rapide, de la rente discrète, de l'intelligence commerciale confondue avec la prédation. Gagner est légitime. Profiter de la vulnérabilité collective l'est beaucoup moins. Une société qui admire trop les gains faciles finit par mépriser l'effort réel.

Le Maroc émergent devra donc faire un choix. Il peut continuer à moderniser ses infrastructures tout en laissant certains marchés du quotidien fonctionner avec des logiques anciennes. Ou il peut décider que la modernité économique commence aussi au souk, au marché de gros, dans le transport alimentaire, dans la traçabilité, dans la concurrence et dans le respect du consommateur.

Ce choix est profondément politique. Car la confiance ne naît pas seulement des promesses. Elle naît de l'expérience quotidienne. Quand une famille voit que les prix sont surveillés, que les abus sont sanctionnés, que les circuits deviennent plus clairs, elle ne gagne pas seulement quelques dirhams. Elle retrouve le sentiment que le pays la protège.

Maroc 2035 ne sera crédible que s'il réconcilie ambition nationale et justice du quotidien. Une économie forte ne peut pas être une économie où les familles vivent en permanence sous tension. Une économie moderne ne peut pas tolérer durablement des zones d'opacité qui nourrissent la spéculation. Une économie émergente ne peut pas oublier la morale sans perdre la confiance.

**La vraie question n'est donc pas de savoir si le Maroc peut devenir plus riche. La vraie question est de savoir s'il peut devenir plus juste en devenant plus riche.**



By Lodj

# L'ODJ MÉDIA N'EST PAS UNE BOUSSOLE,

mais  
elle  
remet  
le nord  
dans  
**le débat.**



**Quand tout s'agite,**  
il faut encore savoir dans quelle direction penser.

WWW.LODJ.MA

# LES AVOCATS DU DIABLE : FAUT-IL VRAIMENT RÉGULER D'AVANTAGE ?

**Dans le débat sur la vie chère, la tentation est grande de réclamer plus d'État, plus de contrôle, plus de sanctions, plus de régulation. Le réflexe est compréhensible. Quand les prix deviennent insupportables, quand les marges paraissent abusives, quand les circuits semblent opaques, le citoyen demande naturellement que quelqu'un intervienne. Mais une question mérite d'être posée, précisément pour éviter les réponses trop faciles : faut-il vraiment réguler davantage ?**

Les avocats du marché libre ont un argument qu'il serait dangereux de balayer d'un revers de main. Trop de régulation peut produire l'effet inverse de celui recherché. Si l'État encadre mal, s'il fixe des règles rigides, s'il multiplie les autorisations, s'il crée de la lourdeur administrative, il peut décourager l'investissement, ralentir la distribution, réduire l'offre et, au final, faire monter les prix. Un marché trop contrôlé peut devenir un marché plus rare, plus lent, plus coûteux.

L'histoire économique montre que les prix administrés ne sont pas toujours une solution magique. Ils peuvent soulager temporairement, mais créer ensuite des pénuries, des marchés parallèles, une baisse de qualité ou un désengagement des producteurs. Lorsqu'un producteur ne couvre plus ses coûts, il réduit sa production ou quitte la filière. Lorsqu'un commerçant ne trouve plus de marge raisonnable, il cherche d'autres produits. Réguler sans comprendre les coûts réels peut donc fragiliser l'approvisionnement.

Cet argument mérite d'être entendu. Car le Maroc n'a pas besoin d'un retour à une économie bureaucratique. Il n'a pas besoin d'un État qui décide tout depuis Rabat, sans connaître les réalités du terrain. Il n'a pas besoin non plus d'un climat de suspicion permanente contre les commerçants, les agriculteurs, les transporteurs ou les distributeurs. Une économie saine a besoin d'acteurs privés motivés, capables de gagner leur vie et d'investir.

Mais cet argument a aussi ses limites. Car ce que demandent les familles marocaines aujourd'hui, ce n'est pas nécessairement un État qui fixe tous les prix. C'est un État qui empêche les abus. Ce n'est pas la fin du marché. C'est la fin de l'opacité. Ce n'est pas la guerre contre le profit. C'est la lutte contre la rente, l'entente, la spéculation et les marges injustifiées.

Le vrai débat n'oppose donc pas régulation et liberté. Il oppose régulation intelligente et laisser-faire aveugle. La régulation intelligente ne bloque pas l'économie. Elle l'assainit. Elle protège la concurrence réelle contre les positions dominantes. Elle protège les petits producteurs contre les circuits captifs. Elle protège les consommateurs contre les abus. Elle protège même les commerçants honnêtes contre ceux qui trichent avec les règles.



La mauvaise régulation, elle, est bureaucratique, tardive, punitive sans discernement, souvent spectaculaire mais peu efficace. Elle arrive après la crise, multiplie les contrôles symboliques, communique beaucoup et transforme parfois les petits acteurs en boucs émissaires. La bonne régulation, au contraire, est préventive, documentée, transparente et ciblée. Elle s'appuie sur les données, la concurrence, la traçabilité, la sanction des vrais abus et la modernisation des circuits.

Il faut donc sortir du faux dilemme. Le Maroc n'a pas à choisir entre un marché sauvage et une économie étouffée par l'administration. Il doit construire un marché régulé, lisible et responsable. Un marché où les prix se forment librement, mais dans des conditions de transparence. Un marché où les marges existent, mais peuvent être expliquées. Un marché où l'intermédiaire utile est reconnu, mais où l'intermédiaire parasite est combattu.

Cela suppose une méthode. Avant de réguler, il faut mesurer. Avant de sanctionner, il faut démontrer. Avant de promettre la baisse des prix, il faut comprendre leur formation. La régulation efficace commence par la connaissance : données sur les coûts, cartographie des circuits, suivi des volumes, comparaison des marges, identification des points de blocage. Sans diagnostic précis, l'intervention publique risque de devenir un geste politique plus qu'une solution économique.

Les avocats du diable ont donc raison sur un point : réguler davantage ne suffit pas. Il faut réguler mieux. Ajouter des textes, des commissions et des contrôles sans réforme réelle des marchés de gros, sans transparence des prix, sans moyens pour le Conseil de la concurrence, sans modernisation logistique, sans protection du consommateur, ne changera pas grand-chose. La régulation doit produire des effets visibles dans le panier, pas seulement dans les communiqués.

Il faut aussi accepter que certains prix ne peuvent pas baisser par décret. Quand la sécheresse réduit l'offre, quand les intrants coûtent cher, quand l'importation devient plus coûteuse, l'État ne peut pas abolir la réalité économique. Mais il peut empêcher que cette réalité serve de prétexte à toutes les exagérations. Il peut distinguer la hausse nécessaire de la hausse abusive. C'est précisément là que son rôle devient indispensable.

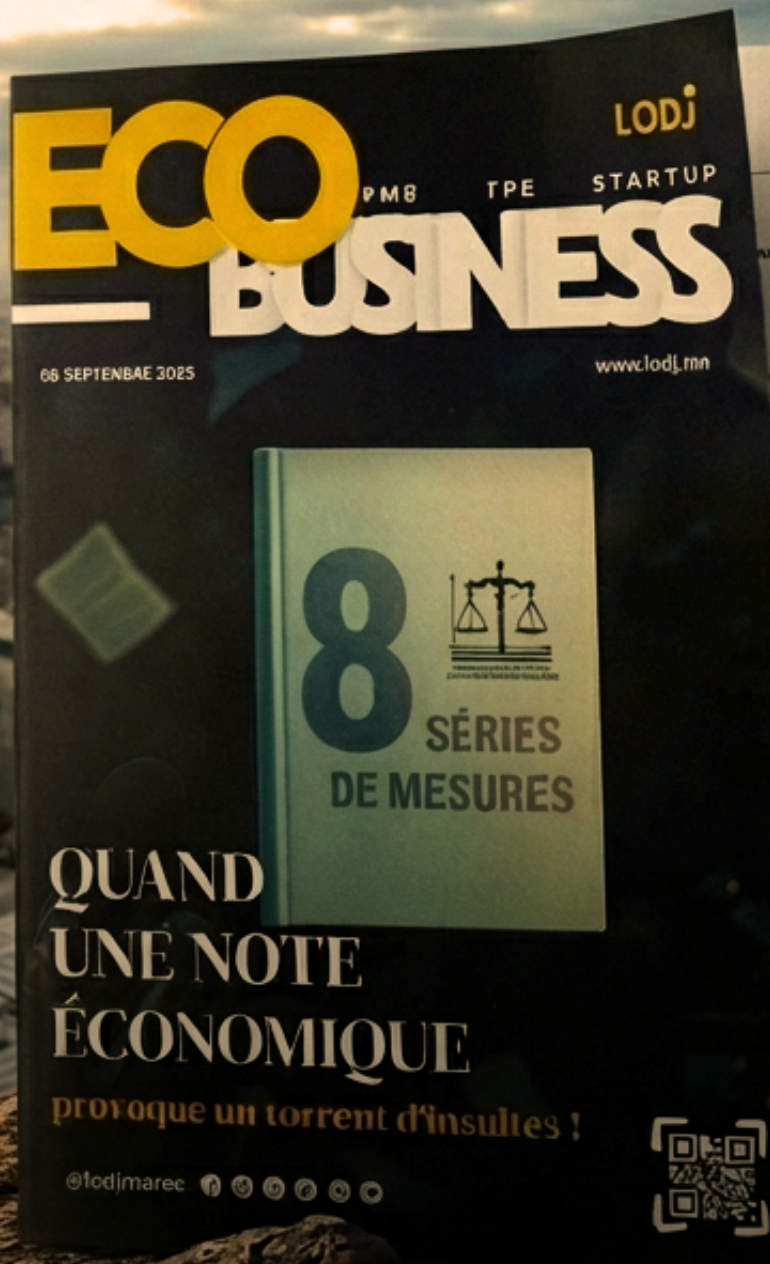
Au fond, la meilleure régulation est celle qui rend le marché plus honnête, pas moins libre. Elle ne remplace pas l'économie. Elle empêche son détournement. Elle ne punit pas la réussite. Elle sanctionne l'abus. Elle ne supprime pas le profit. Elle rappelle qu'il existe une différence entre gagner sa vie et exploiter la vulnérabilité des familles.

Faut-il donc réguler davantage ? Oui, si cela signifie plus de transparence, plus de concurrence réelle, plus de sanctions contre les pratiques anticoncurrentielles, plus de modernisation des circuits et plus de protection du consommateur. Non, si cela signifie plus de bureaucratie, plus de slogans, plus de contrôles improvisés et plus de promesses impossibles.

**Le Maroc n'a pas besoin d'un État qui remplace le marché. Il a besoin d'un État qui oblige le marché à redevenir digne de confiance.**



By Lodj



# LE MONDE EN CHIFFRES

Lisez ECOBUSINESS sur PressPlus et accédez à une analyse approfondie de l'actualité économique marocaine et internationale.

[www.pressplus.ma](http://www.pressplus.ma)

