

ECO BUSINESS

PME - TPE - STARTUP



ÉCOUTER
CE NUMÉRO EN
DÉBAT-PODCAST

14 Juillet 2025

www.lodj.ma



Circuits alimentaires au Maroc
entre désordre structurel et enjeux de transparence

SCAN ME





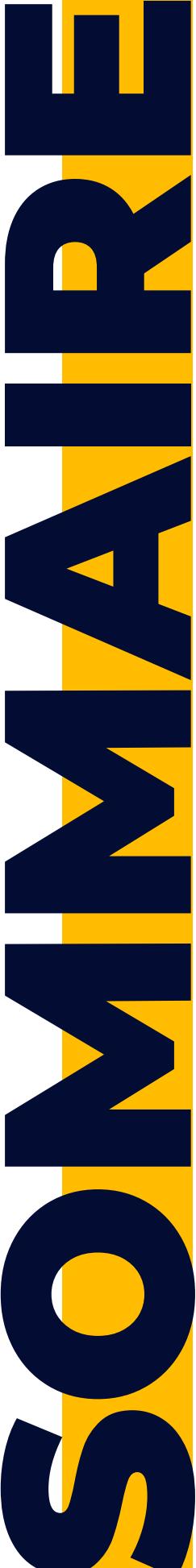
LODJ CHATBOT

WWW.LODJ.MA



**PARLEZ-NOUS À TRAVERS NOTRE NOUVEAU CHATBOT
ET OBTENEZ DES RÉPONSES INSTANTANÉES, IL EST LÀ POUR
VOUS AIDER 24H/24.**





EDITO CIRCUITS ALIMENTAIRES AU MAROC : ENTRE DÉSORDRE STRUCTUREL ET ENJEUX DE TRANSPARENCE

COMMENT LES MARGES CACHÉES DE LA DISTRIBUTION NOURRISSENT L'INFLATION ALIMENTAIRE AU MAROC

LA RÉVOLUTION OUBLIÉE DU E-COMMERCE ALIMENTAIRE AU MAROC ?

COMMERCE TRADITIONNEL AU MAROC : UN PILIER ÉCONOMIQUE EN VOIE DE MARGINALISATION ?

GRANDE DISTRIBUTION AU MAROC : VERS UN OLIGOPOLE SILENCIEUX ?

LE VRAI PRIX DU LAIT AU MAROC : DÉCRYPTAGE D'UN PRODUIT EMBLÉMATIQUE DE LA SURMARGE

LES MARQUES PRÉFÉRÉES DES MAROCAINS : LE CLASSEMENT 2025 DÉVOILÉ

LE MAROC REDÉMARRE EN 2025 : CROISSANCE RETROUVÉE, EXPORTATIONS EN BERNE

LE MAROC MAINTIENT LE CAP : CROISSANCE STABLE À 4,6 % AU T2 2025

T1 ET T2 LE MAROC RELANCE SON ÉCONOMIE

PRÉVISION CROISSANCE AU T3 : L'ÉLAN SE POURSUIT, LA PRUDENCE S'IMPOSE

STABILITÉ MONÉTAIRE ET EUPHORIE BOURSIÈRE : LES SIGNAUX POSITIFS DE LA FINANCE MAROCAINE AU T2 2025

LE FM61 PASSE À L'ACTION : 19 MILLIARDS DE DIRHAMS POUR BOOSTER L'INVESTISSEMENT NATIONAL

CIRCUITS TRADITIONNELS VS MODERNES : DERRIÈRE LE PRIX, LES DISPARITÉS CACHÉES

L'URBANISME COMMERCIAL À REVOIR D'URGENCE

POST-RAWAJ : QUELLES POLITIQUES PUBLIQUES POUR SAUVER LE COMMERCE DE PROXIMITÉ ?

FAUT-IL UNE LOI SPÉCIFIQUE POUR ENCADRER LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE AU MAROC ?

CINQ LEVIERS POUR RÉFORMER LES CIRCUITS DE DISTRIBUTION AU MAROC

LA TRANSPARENCE SUR LES PRIX ALIMENTAIRES EST-ELLE IMPOSSIBLE AU MAROC ?

DISTRIBUTION ALIMENTAIRE : FAUT-IL ENCADRER LES MARGES ARRIÈRE ?



Imprimerie Arrissala

ECO BUSINESS - 14 JUILLET 2025

DIRECTEUR DE PUBLICATION : ADNANE BENCHAKROUN

ÉQUIPE DE RÉDACTION : BASMA BERRADA - SALMA LABTAR

NISRINE JAOUADI - AICHA BOUSKINE - SOUKAINA BENSAID - MAMOUNE ACHARKI

KARIMA SKOUNTI - MAMADOU BILALY COULIBALY

INSÉRSION ARTICLES & MISE EN PAGE : MAMOUNE ACHARKI & IMAD BENBOURHIM

MAQUETTES / QUOTIDIENS 7DAYS : RIM KHAIROUN

ALIMENTATION & MISE EN PAGE : IMAD BEN BOURHIM

WEBDESIGNER / COUVERTURE : NADA DAHANE

DIRECTION DIGITALE & MÉDIA : MOHAMED AIT BELLAHCEN

L'ODJ Média - Groupe de presse Arrissala SA

Retrouver tous nos anciens numéros sur : www.pressplus.ma



CIRCUITS ALIMENTAIRES AU MAROC : ENTRE DÉSORDRE STRUCTUREL ET ENJEUX DE TRANSPARENCE

Une inflation nourrie par les circuits eux-mêmes

Alors que l'inflation pèse de plus en plus lourd dans les paniers marocains, le Conseil de la concurrence a publié un avis alarmant sur le fonctionnement des circuits de distribution des produits alimentaires. Un document dense, rigoureux, et sans complaisance, qui met en lumière une chaîne de valeur profondément désorganisée, fragmentée, et à bien des égards opaque. Loin d'être une simple analyse technique, ce rapport constitue un miroir tendu à un secteur vital, mais largement délaissé par les politiques publiques.

Depuis 2020, l'envolée des prix alimentaires n'a cessé de s'amplifier. Portée par des chocs exogènes (Covid-19, guerre en Ukraine, sécheresse), l'inflation a atteint 6,6 % en 2022 et 6,1 % en 2023. Mais au-delà des causes extérieures, l'Avis A/1/25 pointe du doigt des facteurs internes, notamment la structure des circuits de distribution qui contribue activement à la hausse des prix de vente. Autrement dit, au Maroc, c'est parfois le chemin que prend le produit pour atteindre le consommateur qui l'alourdit plus que sa fabrication.

En étudiant les écarts entre les prix départ usine et les prix de vente finaux, notamment pour le lait, les pâtes, le couscous ou les conserves végétales, le Conseil démontre que les marges brutes captées par les intermédiaires sont souvent disproportionnées. La fragmentation du commerce traditionnel, la concentration de la grande distribution, et l'absence de régulation des marges "arrière" pratiquées par les GMS (grandes et moyennes surfaces) font partie des facteurs aggravants.

Le secteur du commerce et de la distribution alimentaire représente à lui seul 84 milliards de dirhams de valeur ajoutée, soit le 3e contributeur au PIB après l'agriculture et l'industrie. Il emploie 1,56 million de personnes, soit 13 % de la population active nationale.



Pourtant, il reste largement éclaté et mal structuré. Deux modèles coexistent difficilement : d'un côté, une distribution traditionnelle (épiceries, souks, grossistes) qui domine encore en volume et en emploi. De l'autre, une distribution moderne en pleine croissance, mais concentrée entre les mains de quelques enseignes.

Ce dualisme est à la fois un défi et une opportunité. Le Conseil appelle à ne pas opposer ces deux mondes, mais à les articuler intelligemment dans une stratégie de modernisation inclusive. Or, aujourd'hui, les circuits traditionnels sont laissés à eux-mêmes, sans accompagnement ni formalisation, tandis que la grande distribution impose ses règles sans réel contrepoids.

Le Conseil dresse également un état des lieux juridique. Il note l'existence d'un corpus législatif relativement complet – code de commerce, loi sur la liberté des prix, réglementation sanitaire, protection du consommateur – mais dispersé, hétérogène, et souvent mal appliqué. Le problème n'est pas l'absence de loi, mais leur coordination et leur exécution.

En matière fiscale, aucune incitation claire ne favorise la structuration ou la transparence. Le secteur est soumis au régime commun, sans considération particulière pour ses spécificités. Pire encore, l'absence de données fiables sur les flux, les marges ou les intermédiaires empêche toute gouvernance efficace.

L'un des aspects les plus sensibles du rapport concerne les pratiques de la grande distribution. Le Conseil se penche sur les fameuses "marges arrière" : ces commissions ou ristournes payées par les fournisseurs aux distributeurs pour référencer leurs produits ou bénéficier de meilleures mises en rayon. Dans la pratique, ces montants peuvent représenter jusqu'à 40 % du prix de vente d'un produit.

Or, ces marges ne sont ni plafonnées ni encadrées par la loi. Leur opacité crée des distorsions majeures de concurrence. Les petits fournisseurs, incapables de les supporter, sont exclus des rayons. Les grandes marques, elles, répercutent ces surcoûts sur les prix de vente. Résultat : un consommateur piégé entre concentration et inflation.

Autre constat majeur : le commerce traditionnel reste le pilier du système, malgré son apparence fragile. Épiciers de quartier, vendeurs de souk, petits grossistes jouent un rôle social et économique de première importance, notamment dans les zones rurales et les quartiers populaires. Pourtant, ils opèrent souvent dans l'informel, sans accès au financement, sans digitalisation, et sans représentation forte.

Le Conseil plaide pour une nouvelle stratégie "post-Rawaj", qui ne se limite pas à moderniser les vitrines, mais qui accompagne les commerçants vers plus de structuration, de professionnalisation, et d'intégration numérique. L'inclusion du commerce traditionnel dans les plateformes logistiques, les bases de données fiscales et les circuits d'information est un levier de transparence et d'équité.

L'un des constats les plus accablants est la multiplicité des acteurs publics impliqués dans le pilotage du secteur : Ministère de l'Industrie et du Commerce, Ministère de l'Intérieur, Ministère de l'Agriculture, ONSSA, chambres de commerce, fédérations professionnelles... Cette dispersion nuit à la lisibilité et à l'efficacité des politiques.

Le Conseil appelle à une meilleure coordination interinstitutionnelle, avec une instance de pilotage unique, capable de planifier, suivre et évaluer les politiques de distribution. Une meilleure articulation entre urbanisme commercial, logistique, fiscalité et inclusion sociale est indispensable pour construire une chaîne alimentaire plus équitable.



Recommandations pour un changement de cap

À la lumière de ce diagnostic, le Conseil propose plusieurs pistes d'action :

1. Réformer le cadre légal : en introduisant des textes spécifiques pour la distribution, encadrant les marges arrière, et renforçant les mécanismes de contrôle.
2. Planifier l'urbanisme commercial : pour éviter l'anarchie des implantations de GMS et favoriser l'équilibre territorial.
3. Créer un observatoire des prix et des marges : alimenté par des données obligatoires, ouvertes, et exploitables.
4. Soutenir la digitalisation du commerce traditionnel : via des incitations fiscales, des plateformes de gestion, et des programmes de formation.
5. Réorganiser les chaînes logistiques : pour raccourcir les circuits, limiter les marges intermédiaires, et améliorer la qualité des produits.
6. Encadrer les relations fournisseurs-distributeurs : en fixant des délais de paiement équitables, transparents et stables.

Le Conseil de la concurrence ne se contente pas de pointer des dysfonctionnements. Il propose un véritable agenda de réforme, en faveur d'une distribution plus équitable, plus transparente et plus compétitive. Dans un Maroc où le pouvoir d'achat est devenu un enjeu central de stabilité sociale, l'avenir de la souveraineté alimentaire passe aussi par la révision en profondeur de ses circuits de distribution. Ne pas agir serait laisser les inégalités s'enraciner davantage dans l'assiette des Marocains.

COMMENT LES MARGES CACHÉES DE LA DISTRIBUTION NOURRISSENT L'INFLATION ALIMENTAIRE AU MAROC

Quand le prix à la caisse ne reflète plus la réalité

En cette période de tensions économiques, chaque dirham dépensé par les Marocains pour se nourrir pèse plus lourd dans les budgets des ménages. Derrière l'envolée des prix des produits alimentaires, souvent expliquée par la pandémie, la guerre en Ukraine ou la sécheresse, se cache un autre phénomène beaucoup plus domestique, plus discret, mais tout aussi inquiétant : la formation opaque des marges commerciales dans les circuits de distribution.

Le Conseil de la Concurrence, dans son Avis A/1/25 publié en février 2025, a mis en lumière le rôle structurant — et inflationniste — des circuits de distribution des produits alimentaires au Maroc. Des écarts parfois vertigineux entre prix départ usine et prix final sont constatés, particulièrement dans les chaînes dominées par les grandes et moyennes surfaces (GMS). L'inflation est donc aussi produite localement, et non plus seulement importée.

Le diagnostic : un écart croissant entre le producteur et le consommateur

Prenons un exemple concret : le lait UHT ou le fromage fondu. Le rapport du Conseil montre que dans certains cas, le prix final payé par le consommateur peut être supérieur de 30 à 40 % au prix départ usine. Cet écart ne s'explique pas seulement par les frais logistiques ou les taxes, mais par des marges intermédiaires dont le fondement économique reste flou.

Plus inquiétant encore, ces écarts se creusent même lorsque les prix à la source diminuent, notamment en période de baisse des cours internationaux des matières premières. Cela signifie que les distributeurs maintiennent, voire accroissent, leurs marges malgré une baisse des coûts amont. Un effet ciseau qui laisse peu de place à la logique économique.

Les circuits modernes : puissants, concentrés, opaques



Le Maroc a vu, au cours des quinze dernières années, une accélération de l'implantation des grandes surfaces. Ces enseignes, bien que modernisant les pratiques commerciales, ont aussi instauré de nouvelles normes économiques : marges avant, marges arrière, frais de référencement, promotions croisées. Derrière ces termes techniques se cachent de véritables leviers de captation de valeur.

La « marge arrière », en particulier, est une commission souvent exigée des fournisseurs en échange de leur présence en rayon ou de leur visibilité. Ces sommes sont négociées en dehors de toute transparence fiscale et ne sont pas répercutées dans les prix affichés. Pourtant, elles ont un impact direct sur le prix de vente, puisque les fournisseurs les intègrent dans leur structure de coût.

En moyenne, selon le Conseil de la Concurrence, ces marges peuvent représenter entre 20 % et 40 % du prix final, selon les produits. Dans les cas les plus extrêmes, elles atteignent jusqu'à 50 % pour certaines références alimentaires stratégiques.

Le commerce traditionnel : désorganisé mais plus direct

En parallèle, le commerce traditionnel — les épiceries de quartier, les souks, les vendeurs ambulants — reste le principal canal de distribution pour de nombreux Marocains. Ce circuit représente encore plus de 70 % des volumes vendus dans l'alimentaire.

Ici, les marges sont moins élevées, mais la désorganisation règne. La multiplicité des intermédiaires, l'absence de logistique moderne, la volatilité des prix et la dépendance à des grossistes peu régulés rendent également les produits plus chers que nécessaire.

De plus, les détaillants traditionnels, pour s'aligner sur les prix des marques leaders, appliquent souvent une marge « mimétique », calquée sur les enseignes de GMS, sans lien réel avec leur prix d'achat. Résultat : même les circuits dits « populaires » peuvent devenir inflationnistes, faute de structuration et de transparence.



Quand l'opacité devient une stratégie

Ce qui frappe dans l'analyse du Conseil, c'est l'opacité généralisée des mécanismes de formation des prix. Il n'existe au Maroc aucun observatoire public des marges commerciales. Les données disponibles sont rares, partielles, souvent détenues par les seuls distributeurs ou leurs fournisseurs privilégiés.

Dans ce flou informationnel, les GMS disposent d'un pouvoir de marché considérable. Elles dictent leurs conditions, imposent leurs délais de paiement (souvent longs), et orientent la structure des prix. En l'absence de régulation forte, les marges deviennent une variable d'ajustement... au détriment du consommateur.

Les recommandations du Conseil de la Concurrence

Face à ce constat, le Conseil de la Concurrence ne se contente pas de dénoncer. Il propose plusieurs mesures concrètes pour casser cette spirale inflationniste d'origine structurelle :

Encadrement légal des marges arrière : en définissant un plafond ou en imposant leur transparence fiscale ;

Mise en place d'un observatoire national des marges : pour suivre, produit par produit, l'évolution entre prix de production et prix final ;

Réduction du nombre d'intermédiaires : via une réorganisation logistique, le développement des circuits courts et des centrales d'achat collectives ;

Modernisation du commerce traditionnel : pour lui permettre de négocier collectivement, s'informatiser et intégrer la chaîne de valeur formelle ;

Harmonisation des pratiques contractuelles entre fournisseurs et distributeurs pour rétablir un équilibre des pouvoirs.

Vers une réforme systémique de la distribution alimentaire

Ce n'est pas un simple ajustement de marges qui est nécessaire, mais une refonte profonde du modèle de distribution. L'inflation alimentaire ne pourra être jugulée qu'en rendant transparent et concurrentiel ce qui est aujourd'hui verrouillé et inéquitable.

Cela suppose une gouvernance claire, une législation ciblée, et une volonté politique forte de sortir d'un système hybride, où la modernité cohabite avec l'informel, sans réelle passerelle ni logique d'ensemble.

À quand le prix juste pour le consommateur marocain ?

L'avis A/1/25 du Conseil de la Concurrence pose une question simple mais essentielle : pourquoi, au Maroc, paie-t-on si cher pour se nourrir ? La réponse n'est pas seulement dans les marchés mondiaux, mais dans nos propres circuits, dans les marges silencieuses, les pratiques commerciales opaques, et l'absence de transparence.

À l'heure où les Marocains s'inquiètent de la cherté de la vie, et où la sécurité alimentaire devient un enjeu stratégique, une réforme des circuits de distribution n'est plus un luxe, mais une urgence. Il ne s'agit pas seulement d'économie, mais de justice sociale.

LA RÉVOLUTION OUBLIÉE DU E-COMMERCE ALIMENTAIRE AU MAROC ?

État des lieux d'un secteur plein de potentiel, mais encore enfermé dans ses freins logistiques, sociaux et réglementaires

Une promesse numérique... restée en plan

Dans les années 2020, beaucoup prédisaient un essor fulgurant du e-commerce alimentaire au Maroc. Entre accélération numérique, jeunesse connectée, urbanisation galopante et crise sanitaire, tous les indicateurs semblaient pointer vers une révolution du "click & eat". Pourtant, cinq ans plus tard, cette promesse semble avoir été oubliée.

Dans son Avis A/1/25, le Conseil de la Concurrence consacre un passage révélateur à ce segment encore embryonnaire. Il y identifie un potentiel inexploité, mais aussi un enchevêtrement de freins structurels, logistiques, culturels et institutionnels qui empêchent le e-commerce alimentaire marocain de décoller.

Une dynamique encore marginale

En 2025, moins de 2 % des ventes alimentaires totales au Maroc passent par le canal digital. Ce chiffre contraste fortement avec les pays émergents comparables (comme l'Egypte, la Turquie ou l'Inde), où la part dépasse parfois les 10 %.

Les commandes de courses alimentaires en ligne restent principalement l'apanage de :

Jeunes urbains CSP+, résidant dans les grandes villes ;
Marocains résidant à l'étranger qui font livrer à leurs familles ;
Clients d'enseignes déjà structurées (comme Carrefour, Marjane ou Glovo).
Mais pour la majorité de la population marocaine, le e-commerce alimentaire reste une abstraction : trop complexe, trop cher, trop distant.

Des tentatives privées... mais limitées

Le Conseil de la Concurrence a recensé plusieurs initiatives, souvent portées par le privé :

Sites e-commerce des GMS : Marjane, Carrefour, Aswak Assalam ont développé des plateformes de



commande, mais avec une couverture géographique réduite, et des délais souvent peu compétitifs.

Startups spécialisées : quelques acteurs comme Chari, YoLa Fresh ou Terra Fresh tentent de structurer l'approvisionnement digital depuis les producteurs vers les détaillants.

Livraison de proximité via Glovo, Jumia Food ou des applis locales, surtout en milieu urbain.

Mais ces modèles restent limités à des niches urbaines, sans vraie pénétration nationale. L'absence d'agrégation logistique entre producteurs, plateformes et clients freine l'effet d'échelle.

Les freins logistiques : nerf de la guerre

Le premier obstacle, relevé par le Conseil, est l'absence d'une infrastructure logistique adaptée au e-commerce alimentaire :

Peu de plateformes de tri, stockage et acheminement à température contrôlée ; Flotte de livraison insuffisante pour couvrir tout le territoire, en particulier les zones rurales ;

Difficulté à garantir la chaîne du froid pour les produits frais ou surgelés ; Adressage postal incomplet dans plusieurs villes, rendant la livraison incertaine. Résultat : le coût unitaire de livraison reste trop élevé pour le client final ou le petit commerçant. Et le délai est trop long pour des produits périssables ou d'achat impulsif.

Un modèle économique difficile à équilibrer

Le e-commerce alimentaire suppose des marges très faibles, car les produits sont peu chers, à forte rotation, avec une exigence de qualité constante. Mais au Maroc :

Eco Business

Les marges logistiques sont élevées (carburant, maintenance, main-d'œuvre) ;

Les prix d'achat sont souvent plus élevés que dans les circuits traditionnels, faute de massification ;

Les volumes sont encore trop faibles pour amortir les coûts fixes.

Sans soutien public ou alliance entre acteurs, peu d'entreprises peuvent tenir sur la durée. Même les grandes enseignes freinent leurs investissements digitaux sur l'alimentaire, concentrant leur stratégie sur l'électronique, les vêtements ou les produits secs.

Freins culturels et comportementaux

Outre les freins techniques, le Conseil souligne une faible confiance du public vis-à-vis de l'achat alimentaire en ligne.

Plusieurs facteurs l'expliquent :

Méfiance envers la qualité des produits reçus, en particulier les fruits, légumes ou viandes ;

Attachement à la vérification physique (toucher, odeur, date de péremption) avant l'achat ;

Préférence pour l'achat à l'unité ou au détail (ex : un œuf, un sachet) non pris en compte par les plateformes ;

Manque d'options de paiement en espèces à la livraison dans les zones rurales.

Ces éléments montrent que la digitalisation ne peut pas simplement reproduire le modèle occidental, mais doit intégrer les spécificités marocaines : flexibilité, proximité, confiance humaine.

Un cadre réglementaire absent ou flou

Le Conseil pointe également l'absence d'un cadre juridique clair pour le e-commerce alimentaire :

Qui est responsable en cas de produit avarié ? Le fournisseur, le logisticien, la plateforme ?

Quelles normes de conservation et de traçabilité doivent s'appliquer ?

Quels droits pour le consommateur en ligne, notamment en cas de litige ou de non-conformité ?

L'absence de réponse claire freine l'investissement, car le risque juridique est trop élevé pour les petits acteurs. Un flou qui bénéficie, paradoxalement, aux grandes plateformes déjà rodées à la gestion des litiges.



Quelles pistes pour une révolution encore possible ?

Malgré ces freins, le Conseil ne ferme pas la porte à un développement futur du e-commerce alimentaire. Il propose plusieurs leviers à explorer :

Soutenir des hubs logistiques régionaux, mutualisés entre coopératives, producteurs et transporteurs.

Créer un label de confiance pour les plateformes alimentaires, incluant qualité, hygiène, transparence.

Adapter les plateformes aux usages populaires : commande par WhatsApp, paiement à la livraison, packs à l'unité.

Encourager les places de marché coopératives, notamment pour les petits producteurs et artisans locaux.

Lancer des appels d'offres publics pour la logistique de produits agricoles en ligne.

Des modèles hybrides à inventer

Le e-commerce alimentaire marocain ne pourra réussir que s'il invente des modèles hybrides, mêlant digital et proximité humaine.

Quelques pistes prometteuses :

Click & collect rural : commander en ligne, récupérer chez l'épicier du douar ;

Points relais mutualisés dans les souks, les mosquées ou les coopératives féminines ;

Marchés hebdomadaires connectés, où les commerçants reçoivent des précommandes via messagerie ;

Digitalisation du commerce traditionnel : inventaire numérique, QR code, offres ciblées.

Ce n'est donc pas une "révolution numérique" au sens strict, mais une réinvention de la distribution, adaptée au contexte marocain.

Une révolution en jachère, mais pas perdue

Le e-commerce alimentaire au Maroc n'a pas échoué. Il n'a pas encore été pensé sérieusement. Les tentatives existent, les talents aussi. Ce qui manque, c'est une vision publique, une coordination logistique, un cadre juridique clair, et surtout, une approche culturelle enracinée dans les pratiques locales.

COMMERCE TRADITIONNEL AU MAROC : UN PILIER ÉCONOMIQUE EN VOIE DE MARGINALISATION ?

Des épiciers de quartier aux vendeurs ambulants, une utilité sociale face à une fragilisation silencieuse

Le commerce de proximité, un monde en mutation

Ils s'appellent l-attāar, l-hanūtī, ou tout simplement le monsieur du coin. Chaque rue, chaque quartier au Maroc a son épicier, sa marchande de légumes, son vendeur de pain, de charbon, ou de mouchoirs. Ce petit commerce traditionnel, parfois vu comme archaïque, est en réalité l'ossature invisible de l'économie populaire.

Pourtant, derrière cette image familière, le Conseil de la Concurrence alerte, dans son Avis A/1/25, sur une marginalisation progressive mais réelle de ces acteurs. Coincés entre modernisation accélérée, pression foncière, et absence de soutien public, les petits commerçants marocains sont aujourd'hui menacés de disparition.

Un poids économique majeur, souvent ignoré

Le commerce traditionnel représente encore plus de 70 % du volume de distribution alimentaire au Maroc. Il mobilise près de 1 million d'actifs – commerçants, livreurs, manutentionnaires, artisans. Ce tissu dense constitue une force économique informelle, mais vitale.

Il est particulièrement dominant dans :

Les quartiers populaires urbains, où la proximité compense l'absence de grandes surfaces ;

Les zones rurales et périphériques, mal desservies par la logistique moderne ;

Les secteurs à forte fréquence d'achat (pain, lait, œufs, épices, tabac, recharge téléphonique).

Et pourtant, malgré son poids, le commerce traditionnel ne fait l'objet d'aucune stratégie publique d'ensemble depuis la fin du plan Rawaj en 2012.

Les signes d'un effritement progressif Plusieurs indicateurs montrent une érosion silencieuse du commerce de proximité :

Diminution du nombre de nouveaux points de vente enregistrés chaque année ; Faible taux de transmission intergénérationnelle (les enfants refusent de reprendre l'activité familiale) ;

Hausse des fermetures dans les médiinas et quartiers anciens, chassés par la spéculation foncière ou la baisse de fréquentation ;

Incapacité à suivre le rythme de la digitalisation (paiement mobile, gestion des stocks, e-commerce).

Le rapport du Conseil cite même des cas de quartiers entiers où l'arrivée d'un supermarché provoque en moins de deux ans la fermeture de 20 à 30 % des commerces du voisinage immédiat.

Un rôle social au-delà de la fonction économique

Loin d'être un simple maillon de la chaîne d'approvisionnement, le petit commerce assure aussi une fonction sociale cruciale :

Crédit informel accordé aux clients fidèles ;

Confiance construite au fil des ans entre commerçant et voisinage ;

Distribution de produits à l'unité pour les ménages précaires ;

Transmission de savoir-faire artisanaux dans certaines zones (herboristerie, pâtisserie, épices...).

La disparition de ces commerces entraînerait une perte de lien social, de proximité humaine et d'ancrage territorial. Ce que les grandes surfaces ne peuvent ni remplacer, ni simuler.

Urbanisme et logistique : les angles morts des politiques publiques

L'aménagement des villes marocaines ces vingt dernières années a très peu pris en compte le rôle du commerce de proximité. Les politiques d'embellissement, de rénovation urbaine ou de construction de centres commerciaux ont souvent relégué les petits commerces aux marges.

Le Conseil relève que :

Les zones franches commerciales ne sont jamais pensées pour accueillir des petits commerçants ;

Le foncier urbain est inaccessible,



même en location, pour la majorité des détaillants indépendants ;
Les marchés de gros sont saturés, vétustes, ou mal connectés aux circuits locaux.
Le résultat est un repli informel, une dépendance aux grossistes chers, et une impossibilité pour le commerçant traditionnel de structurer son activité.

Des tentatives de modernisation... sans effets d'échelle

Plusieurs initiatives ont tenté d'accompagner le secteur informel vers une intégration douce :

La stratégie Rawaj (2008-2012), restée sans suite :

Des programmes ponctuels de microcrédit ou de formation (ANAPEC, INDH) ;

Des projets pilotes de digitalisation du hanūt via des applications de gestion ou de commande.

Mais ces initiatives manquent de coordination, de financement à long terme, et surtout de relais territoriaux. Le Conseil appelle à une véritable stratégie post-Rawaj, adaptée à la réalité du terrain, et non calquée sur les modèles occidentaux.

Marges faibles, incertitude forte

Contrairement aux idées reçues, le commerce traditionnel ne pratique pas toujours des marges exorbitantes. Les marges brutes tournent souvent autour de 10 à 15 %, notamment dans les denrées de première nécessité.

Mais le manque d'organisation logistique et la dépendance aux intermédiaires renchérissent le prix d'achat. Par exemple, un épicer de quartier à Fès achète une boîte de concentré de tomate à 3,30 DH au lieu de 2,90 DH pour une enseigne de GMS à Meknès, simplement faute d'accès au grossiste principal.

À cela s'ajoutent les vols à l'étal, la fiscalité difficile à comprendre, les charges fixes croissantes, et l'absence d'assurance ou de retraite. Un modèle précaire, sans filet de sécurité.

Recommandations pour sauver ce tissu vital

Le Conseil de la Concurrence appelle à un plan d'action en cinq volets :

Urbanisme inclusif : réservier des locaux commerciaux accessibles dans chaque projet de logement ou de ZAC.

Modernisation ciblée : soutenir la digitalisation (gestion de stock, QR code, paiement mobile) via des coopératives locales.

Plateformes logistiques régionales : pour mutualiser l'approvisionnement des commerces indépendants.

Accès au financement adapté : microcrédit avec différé de remboursement, assurance solidaire.

Statut juridique clair : créer un cadre adapté aux commerçants indépendants non structurés.

Un pilier économique à préserver d'urgence

Le commerce traditionnel marocain n'est pas un reliquat du passé : c'est une infrastructure sociale vivante, profondément ancrée dans la vie des quartiers et des villages. Il répond à des besoins que la grande distribution ne comble pas, et il incarne une économie de la confiance, du lien et de la proximité.

Mais il est en train de s'éroder, lentement, sous le poids de l'oubli institutionnel et de la pression du marché. Sans intervention coordonnée et ambitieuse, il pourrait s'effondrer. Ce serait un appauvrissement collectif.

Préserver le commerce traditionnel, c'est aussi défendre une certaine idée de l'économie marocaine : plurielle, solidaire, enracinée.



GRANDE DISTRIBUTION AU MAROC : VERS UN OLIGOPOLE SILENCIEUX ?

Concentration, marges, pouvoir de marché : une menace discrète mais réelle pour les équilibres économiques et sociaux L'illusion du choix dans les rayons

Lorsque les consommateurs déambulent dans les rayons des supermarchés marocains, ils ont le sentiment de bénéficier d'un vaste choix de produits, de marques et de promotions. Pourtant, derrière cette abondance apparente se cache une concentration croissante du pouvoir de marché entre les mains de quelques groupes de la grande distribution.

Le Conseil de la Concurrence, dans son Avis A/1/25 publié en février 2025, alerte sur l'émergence d'un oligopole silencieux, dans lequel une poignée d'enseignes structurées imposent leurs règles aux fournisseurs, façonnent l'offre disponible, et influencent – voire fabriquent – les prix de vente.

Ce phénomène, qui progresse sans bruit, est devenu l'un des grands déséquilibres de l'écosystème alimentaire marocain.

Une croissance rapide... et asymétrique

Au cours des deux dernières décennies, le Maroc a connu une véritable mutation de son paysage commercial. Le secteur de la grande distribution, encore marginal à la fin des années 1990, est aujourd'hui un pilier économique incontournable.

Selon les données du rapport, le nombre de grandes et moyennes surfaces (GMS) est passé de moins de 100 en 2005 à plus de 750 en 2023. Les principales enseignes (Marjane, Carrefour Label'Vie, BIM, Asswak Assalam) se partagent près de 90 % du marché structuré de l'alimentaire.

Ce développement a été soutenu par les pouvoirs publics, qui y ont vu un vecteur de modernisation et d'emploi formel. Mais cette évolution s'est faite sans véritable stratégie d'équilibre

entre les acteurs, ni politique antitrust anticipée.

Une domination croissante sur les fournisseurs

Le rapport souligne que cette concentration donne aux grandes enseignes un pouvoir de négociation démesuré vis-à-vis des producteurs et des industriels.

Trois mécanismes principaux leur permettent d'imposer leurs conditions :

Les marges arrière, qui représentent des commissions versées par les fournisseurs pour avoir accès aux rayons, ou pour des opérations promotionnelles.

Les contrats d'exclusivité, notamment pour les MDD (marques de distributeurs), qui limitent l'autonomie des industriels.

Les délais de paiement très longs, souvent supérieurs à 90 jours, qui fragilisent les trésoreries des petites entreprises.

Ce déséquilibre provoque un écrémage du tissu productif : seuls les plus solides, les plus capitalisés ou ceux disposant d'un soutien international peuvent survivre dans la durée. Les autres disparaissent ou se replient sur les circuits traditionnels.

Marques distributeurs : un outil de contrôle de l'offre

L'émergence des MDD (marques de distributeurs) est au cœur de cette logique. Initialement présentées comme des alternatives à bas prix, ces marques sont devenues une arme stratégique pour renforcer le pouvoir de marché des enseignes.

Elles permettent aux distributeurs : d'exiger des conditions tarifaires drastiques à leurs fournisseurs sous-traitants ;

de capter une part croissante de la valeur ajoutée en réduisant l'intermédiation ;

de façonnier la consommation, en imposant des standards, des formats et des goûts à leur convenance.

Le Conseil de la Concurrence observe que, dans certaines catégories (lait, jus, farine, détergents), les MDD représentent désormais jusqu'à 40 %



des ventes en GMS, reléguant les marques locales à des positions marginales.

Impact sur la diversité et la concurrence

La concentration des GMS pose un risque majeur sur la diversité de l'offre disponible pour les consommateurs. Plus les distributeurs deviennent dominants, plus ils standardisent leurs assortiments et favorisent les produits à forte rentabilité, souvent au détriment des produits artisanaux, régionaux ou moins connus.

Ce phénomène crée un cercle vicieux : Moins de diversité = moins de concurrence réelle ;

Moins de concurrence = marges plus élevées ;

Marges plus élevées = exclusion des petits producteurs.

Ainsi, un pot de confiture de figues d'une coopérative de Taza ou un sachet de semoule traditionnelle du Moyen Atlas n'a quasiment aucune chance de figurer en rayon d'un hypermarché à Casablanca ou Rabat.

Un ancrage territorial déséquilibré

Le développement de la grande distribution s'est également fait de manière très inégale sur le territoire. Les grandes enseignes se sont concentrées sur les grands pôles urbains : Casablanca, Rabat, Marrakech, Fès, Tanger. Les villes moyennes, les zones périurbaines et les territoires ruraux ont été peu ou mal desservis.

Cette stratégie de localisation, dictée par la rentabilité immédiate, a deux conséquences majeures :

Elle aggrave les écarts d'accès à des produits standards, de qualité constante, à prix compétitif.

Elle affaiblit le commerce de proximité dans les quartiers où les GMS s'implantent massivement sans coordination urbaine.

Le Conseil appelle à une planification plus équilibrée de l'urbanisme commercial, pour éviter les implantations anarchiques et destructrices.

Vers un monopole comportemental ?

Le Conseil va plus loin : il évoque l'émergence d'un "monopole comportemental", où une poignée d'enseignes ne contrôle pas seulement l'offre, mais oriente aussi les préférences et les pratiques de consommation.

À travers la data (cartes de fidélité, tracking des ventes), les GMS accumulent une connaissance fine des habitudes des clients, leur permettant d'ajuster en permanence les prix, les stocks, les promotions. Cette intelligence commerciale asymétrique donne aux GMS une longueur d'avance permanente sur tous les autres acteurs du secteur.

Recommandations : rééquilibrer le jeu

Le Conseil de la Concurrence ne se contente pas de dresser un constat alarmant. Il propose des leviers concrets d'action :

Encadrer les marges arrière par la loi, avec transparence contractuelle obligatoire ;

Favoriser la diversité des fournisseurs par des quotas minimum de produits locaux ou artisanaux ;

Imposer un plafond à la part de marché maximale d'une enseigne dans une zone géographique ;

Créer une autorité de régulation sectorielle dédiée à la distribution, indépendante et dotée de pouvoirs d'enquête

Accompagner la digitalisation du commerce traditionnel pour qu'il puisse mieux résister à la pression des GMS.

un modèle à réinventer, avant qu'il ne soit trop tard

La grande distribution n'est pas, en soi, un problème. Elle peut améliorer la logistique, formaliser l'emploi, élargir l'accès à des produits variés. Mais lorsqu'elle évolue sans contre-pouvoirs, sans transparence, et sans vision territoriale équilibrée, elle devient une machine à exclure, à concentrer la richesse et à uniformiser la consommation.





SUIVEZ L'ACTUALITÉ DE L'OPINION DES JEUNES

POLITIQUE, ÉCONOMIE, SANTÉ, SPORT, CULTURE, LIFESTYLE, DIGITAL, AUTO-MOTO,
ÉMISSIONS WEB TV, PODCASTS, REPORTAGES, CONFÉRENCES, CHRONIQUES VIDÉOS...



FEU D'ARTICLES !

FIN JUIN 2025, VOTRE PORTAIL
LODJ.MA FÊTE TROIS JALONS MAJEURS

50 000 ARTICLES PUBLIÉS
10 MILLIONS DE LECTURES
5000 CONTRIBUTIONS

MERCI DE VOTRE CONFIANCE
POURSUIVONS ENSEMBLE CETTE AVENTURE !

www.lodj.ma



SCAN ME!



L'actualité est sélectionnée et envoyée mensuellement via Newsletter à nos 300000 abonnés.
L'information est également publiée quotidiennement sur Google Actualités.

@lodjmaroc

CIRCUITS TRADITIONNELS VS MODERNES : DERRIÈRE LE PRIX, LES DISPARITÉS CACHÉES

Un même produit, des prix très différents

Acheter un litre de lait à Casablanca, un paquet de pâtes à Tiznit ou une boîte de concentré de tomates à Fès : derrière ces gestes du quotidien se cachent des réalités économiques très différentes. Les consommateurs marocains ne paient pas tous le même prix pour les mêmes produits alimentaires, selon qu'ils achètent dans une grande surface climatisée ou dans une épicerie de quartier, en ville ou en milieu rural.

À travers son Avis A/1/25, le Conseil de la Concurrence met en lumière ces écarts territoriaux et structurels, et tente de répondre à une question essentielle : que paient réellement les consommateurs marocains pour leur alimentation ? Les conclusions sont sans appel : les circuits de distribution, dans leur diversité et leur désorganisation, contribuent à créer une inégalité d'accès au prix juste.

Deux mondes parallèles : le moderne et le traditionnel

Le système de distribution alimentaire au Maroc repose sur deux canaux principaux :

Le circuit traditionnel, majoritaire en volume, composé d'épicieries de quartier, de souks, de vendeurs ambulants, de grossistes locaux.

Le circuit moderne, en croissance, représenté par les grandes et moyennes surfaces (GMS), les enseignes franchisées, et plus récemment, le e-commerce.

Ces deux circuits coexistent sans être intégrés ni coordonnés. Chacun obéit à ses propres logiques de fonctionnement, de tarification, de logistique... et de marge.

Comparatif concret : les pâtes, le couscous et la confiture

► Exemple 1 : Les pâtes alimentaires

Dans le commerce traditionnel, le paquet de spaghetti de 250g coûte entre 3,50 et 4,00 DH dans les quartiers populaires de Salé. En grande surface à Rabat, le même produit est proposé à 4,50 DH, voire 5 DH. Pourtant, l'achat en gros réalisé par les GMS devrait théoriquement réduire le prix.



Le Conseil note que les grandes surfaces appliquent des marges plus élevées sur les produits à forte rotation, compensant les promotions affichées par une majoration discrète sur d'autres références.

► Exemple 2 : Le couscous conditionné

À Marrakech, une boîte de couscous moyen de 1 kg coûte 8 DH chez l'épicier du quartier, contre 9,50 à 10 DH dans un hypermarché du centre. Mais à Tinghir, ce même produit dépasse les 11 DH, tous circuits confondus, faute de logistique et de concurrence.

Le prix varie donc selon le canal de distribution... mais aussi selon la localisation géographique, révélant des inégalités territoriales fortes.

► Exemple 3 : La confiture

Produit non périssable, la confiture connaît de fortes disparités. Dans les GMS de Casablanca, une marque nationale coûte en moyenne 9,90 DH le pot de 250g. Dans les épiceries rurales de Khénifra, elle atteint souvent 11 à 12 DH. L'absence de distribution directe et la multiplicité des intermédiaires expliquent cette différence.

Une structure de coûts éclatée, sans logique commune

Selon le rapport du Conseil, la formation du prix final varie selon plusieurs facteurs :

Le nombre d'intermédiaires : dans les circuits traditionnels, les produits transitent souvent par 3 à 4 niveaux (grossiste national > semi-grossiste > distributeur local > détaillant).

La logistique : les grandes surfaces intègrent une logistique centralisée, mais imposent des frais de référencement et des marges arrière aux fournisseurs.

Les charges fixes : loyers, salaires, frais d'électricité, variables selon les villes, pèsent sur la tarification finale.

Les pratiques commerciales : dans le circuit traditionnel, le "prix mimétique" (s'aligner sur le concurrent) domine, tandis que dans les GMS, c'est la stratégie de marges croisées.

Territoires oubliés : quand la ruralité devient synonyme de cherté

Contrairement à une idée reçue, les produits alimentaires ne sont pas toujours moins chers en dehors des grandes villes. Au contraire, l'Avis A/1/25 montre que plus on s'éloigne des centres urbains structurés, plus les prix grimpent, en raison de la faiblesse des infrastructures logistiques et du manque de concurrence.

Dans des provinces comme Drâa-Tafilalet, l'Oriental ou certaines zones du Souss, les consommateurs paient souvent plus cher que les Casablancais pour les mêmes produits... tout en disposant de revenus bien inférieurs.

Ce déséquilibre territorial souligne l'urgence de penser une politique de distribution équitable à l'échelle nationale.

Les consommateurs paient... mais ne savent pas quoi
Un des points les plus frappants de l'Avis A/1/25 est l'absence totale de transparence sur la composition du prix. Ni dans le circuit traditionnel, ni dans le moderne, le consommateur n'a accès à une ventilation des marges ou des coûts.

Ce manque de lisibilité ouvre la voie à des pratiques abusives, notamment dans la grande distribution où les marges arrière ne figurent nulle part sur les étiquettes, ni dans les états financiers publiés.

À cela s'ajoute l'absence d'un observatoire public indépendant des prix alimentaires, qui permettrait de publier régulièrement des comparaisons régionales et sectorielles.

Une spirale où tout le monde perd (sauf les très gros)
Le paradoxe est cruel : les producteurs locaux gagnent peu, les consommateurs paient beaucoup, et ce sont les intermédiaires puissants ou les centrales d'achat des GMS qui captent la plus grosse part de la valeur ajoutée.

Cette situation décourage l'investissement dans les circuits courts, rend les petites marques invisibles dans les rayons, et amplifie les inégalités de pouvoir d'achat entre régions.

Recommandations pour un prix plus juste et équitable
Le Conseil de la Concurrence émet plusieurs pistes concrètes pour rééquilibrer le rapport prix/valeur :

Créer un observatoire national des marges et des prix alimentaires avec données accessibles au public ;
Moderniser le commerce traditionnel via des plateformes logistiques locales, la digitalisation et des incitations fiscales ;

Réduire le nombre d'intermédiaires en soutenant les circuits courts et les coopératives d'achat ;

Équiper les zones rurales de réseaux de distribution modernes, en lien avec les chambres de commerce régionales ;

Imposer plus de transparence aux GMS, notamment sur les marges arrière, les prix d'achat, et les conditions de référencement.

Payer moins, c'est aussi une question de justice territoriale
Derrière la question des prix alimentaires au Maroc se cache une problématique bien plus large : celle de la justice économique entre consommateurs urbains et ruraux, entre circuits organisés et informels, entre marques dominantes et petits producteurs.

Tant que le système de distribution restera éclaté, inégalitaire et opaque, les Marocains continueront à subir une inflation fabriquée, bien plus qu'elle n'est subie. Il est temps de remettre à plat les circuits, pour que chacun, où qu'il vive, paie le juste prix.



LES MARQUES PRÉFÉRÉES DES MAROCAINS : LE CLASSEMENT 2025 DÉVOILÉ

Worldpanel by Numerator a dévoilé le classement 2025 des marques les plus choisies au Maroc, tout en livrant les clés de leur croissance dans un marché en pleine transformation.

Les marques locales séduisent plus que jamais

Le 9 juillet 2025, Worldpanel by Numerator a réuni les grands noms du secteur FMCG à Casablanca pour une présentation stratégique : comment faire croître sa marque au Maroc aujourd'hui ?

L'analyse est claire : la pénétration du marché reste le premier levier de croissance. 88 % des marques qui progressent élargissent leur base d'acheteurs.

C'est le cas notamment des marques locales, qui enregistrent une hausse de +120 % en volume, contre +74 % pour les marques globales.

Leur force ? Une capacité à coller aux codes culturels marocains et à s'adresser directement aux consommateurs.

Le commerce traditionnel reste le cœur du marché

Le marché marocain se distingue par des spécificités marquées : 92 % des volumes FMCG sont écoulés dans le commerce traditionnel, où les prix sont très accessibles (comme 2 MAD pour un paquet de biscuits).

Ce canal, loin d'être dépassé, reste la meilleure plateforme de performance pour 84 % des marques en croissance. Ramadan, quant à lui, agit comme un accélérateur stratégique pour 70 % des marques, dans un calendrier d'engagement pensé sur toute l'année.

Innover vite, innover juste

Certaines innovations ont marqué les esprits en atteignant jusqu'à un tiers des foyers en moins d'un an, à l'image de Danone 0 % ou Dolcy Chocobar.

L'analyse insiste : pour maximiser leur impact, les marques doivent lancer leurs produits avec intensité dans les 4 à 6 mois suivant le développement. L'agilité devient donc un avantage concurrentiel décisif.



Les grandes gagnantes de 2025

Côté palmarès, plusieurs marques tirent leur épingle du jeu. En produits laitiers, Jaouda (locale) et Danone (globale) dominent. En soins personnels, ce sont Taous et Cadum qui s'imposent.

Oni et Ariel mènent l'entretien ménager, Be et Knorr l'alimentaire, tandis qu'Ice et Coca-Cola se distinguent dans les boissons.

Mention spéciale à Biscoland, qui réalise une percée impressionnante avec +51 points de pénétration.

Des résultats qui illustrent les recommandations clés : fidéliser sa base, stimuler les essais, accélérer l'innovation et s'adapter au terrain marocain.

LE MAROC REDÉMARRE EN 2025 : CROISSANCE RETROUVÉE, EXPORTATIONS EN BERNE

L'économie marocaine enregistre une croissance de quatre virgule huit pour cent au premier trimestre 2025, portée par la consommation intérieure et l'investissement public. Mais le recul des exportations tempère l'élan

Une croissance alimentée de l'intérieur et l'investissement en plein essor

L'économie marocaine a entamé l'année 2025 sur une note résolument optimiste. Dans un contexte mondial toujours marqué par des incertitudes géopolitiques et une reprise inégale du commerce international, le Royaume a enregistré une croissance soutenue de son produit intérieur brut, atteignant quatre virgule huit pour cent au premier trimestre. Ce chiffre, en hausse par rapport aux quatre virgule deux pour cent enregistrés au dernier trimestre 2024, marque une dynamique nouvelle, tirée par la vigueur de la demande intérieure, la relance de l'investissement et une embellie sectorielle notable.

Premier constat de ce début d'année : la croissance est d'abord domestique. La demande intérieure, souvent considérée comme le socle le plus stable de l'économie marocaine, a apporté à elle seule huit virgule cinq points de croissance. Ce niveau n'avait plus été atteint depuis le sursaut post-Covid de 2021.

Le moteur principal reste la consommation des ménages, en progression de quatre virgule quatre pour cent, dopée par une hausse des revenus salariaux et une amélioration des conditions du marché du travail. Les créations d'emploi, en particulier dans le secteur non agricole, ont permis une croissance de l'emploi rémunéré estimée à trois virgule quatre pour cent. Ce regain de dynamisme reflète une confiance renouvelée des ménages, qui se traduit par une consommation plus soutenue.

La consommation publique, elle, n'est pas en reste. Les administrations ont poursuivi leur effort budgétaire,



avec une croissance de leurs dépenses de cinq virgule deux pour cent, portée par les biens et services. Une orientation qui consolide le rôle de l'État en tant qu'acteur contra-cyclique, stabilisateur des grands équilibres économiques.

Mais le fait marquant de ce trimestre reste sans doute la relance de l'investissement. Avec une progression impressionnante de dix-sept virgule cinq pour cent par rapport à l'année précédente (contre douze virgule trois pour cent au dernier trimestre 2024), la formation brute de capital fixe a connu un vrai coup d'accélérateur.

Cette dynamique n'est toutefois pas homogène : si le secteur manufacturier demeure timide, les investissements publics dans les infrastructures – notamment sportives, routières et hydrauliques – ont connu une nette intensification. Cela s'explique en partie par une amélioration de l'accès au crédit dans les secteurs de l'eau et du bâtiment, stimulée par des politiques publiques proactives. Ces chantiers, en plus d'alimenter la croissance, jouent un rôle essentiel dans la transformation structurelle du territoire et la réduction des inégalités régionales.

Des secteurs en pleine relance

Les branches d'activité ont, elles aussi, largement contribué à la dynamique de croissance. Le secteur agricole, après plusieurs campagnes difficiles, s'est redressé, appuyé par une météo plus clémente dans certaines zones et par un appui public ciblé.

Mais ce sont surtout les secteurs secondaire et tertiaire qui ont marqué le pas :

Le secteur extractif a progressé de six virgule sept pour cent, porté notamment par la demande internationale de phosphates.

La construction a rebondi de six virgule trois pour cent, en lien avec les chantiers d'infrastructures.

Le tourisme a connu une envolée de neuf virgule sept pour cent, confirmant son retour en force depuis la fin de la pandémie.

Les industries chimiques ont affiché une hausse de six virgule huit pour cent, bénéficiant d'un contexte de reprise industrielle plus large.

L'ombre d'un commerce extérieur à la peine

Ce tableau positif ne doit cependant pas occulter une fragilité persistante : l'essoufflement de la demande extérieure. La croissance des exportations de biens et services s'est limitée à deux virgule deux pour cent au premier trimestre, contre neuf virgule huit pour cent un trimestre plus tôt. Cette chute brutale s'explique par le ralentissement de la demande émanant des partenaires européens, notamment en Allemagne, en France et en Espagne.

Dans le même temps, les importations ont continué d'augmenter fortement (neuf virgule huit pour cent), tirées par la vitalité de la demande en biens d'équipement et produits de consommation. Résultat : la balance commerciale pèse négativement sur la croissance, amputant le produit intérieur brut de trois virgule huit points. Un signal d'alerte à surveiller, alors que les incertitudes sur les chaînes d'approvisionnement et les tensions tarifaires internationales persistent.

Des finances publiques mieux orientées

Le redressement de l'activité a également profité aux finances publiques. Les recettes budgétaires ont bondi de vingt et un virgule six pour cent, grâce à une meilleure collecte fiscale et à la reprise de la TVA sur la consommation. Une performance remarquable, qui contraste avec la dynamique des dépenses publiques, toujours soutenue mais moins rapide que la croissance du produit intérieur brut.

Le besoin de financement de l'État reste contenu, preuve d'une gestion budgétaire prudente. En revanche, celui des entreprises s'est accru, ce qui a entraîné une augmentation de trois points du besoin de financement global rapporté au produit intérieur brut trimestriel, comparativement à la même période de 2024. Ce décalage révèle une tension modérée sur la liquidité mais témoigne aussi d'un effort d'investissement privé en pleine relance.

Une relance à conforter

Au final, ce début d'année 2025 confirme que l'économie marocaine dispose encore de marges de manœuvre. La croissance est solide, l'investissement revient, la consommation se redresse, et les recettes fiscales suivent. Mais la faiblesse persistante des exportations constitue un frein réel. Pour que cette reprise ne reste pas fragile, il faudra à l'avenir renforcer la compétitivité à l'export, diversifier les débouchés commerciaux et miser sur la montée en gamme industrielle.



LE MAROC MAINTIENT LE CAP : CROISSANCE STABLE À 4,6 % AU T2 2025

Services, construction, agriculture, extractif... Malgré une demande extérieure toujours atone, l'économie marocaine confirme sa dynamique de relance, avec une inflation sous contrôle.

Le deuxième trimestre de l'année 2025 confirme que l'économie marocaine ne se contente pas d'un simple rebond : elle s'inscrit désormais dans une phase de stabilisation active de sa croissance. Avec un taux de progression du produit intérieur brut estimé à quatre virgule six pour cent, soit un niveau quasi identique à celui enregistré au premier trimestre, le pays consolide les acquis d'une relance portée par ses fondamentaux internes.

Ce résultat, qui aurait pu être entamé par un contexte international défavorable, est à attribuer à plusieurs piliers : la performance continue du secteur des services, une reprise solide du secteur extractif, le dynamisme des chantiers de construction, et une agriculture en relatif redressement malgré des conditions climatiques hétérogènes.

Services et extractif en tête de file

Depuis 2022, le secteur des services évolue à un rythme supérieur à celui observé sur la décennie 2010-2019. Cette transformation n'est pas seulement quantitative : elle s'explique aussi par une montée en gamme qualitative, notamment dans les services financiers, les télécoms, le tourisme et les services aux entreprises.

Parallèlement, le secteur extractif, qui avait montré des signes d'essoufflement en 2023, profite d'une conjoncture internationale favorable. La demande mondiale en phosphate brut, soutenue par la pression continue sur les cours des fertilisants, a relancé les exportations marocaines. Ce retour en grâce des phosphates, ressource stratégique du Royaume, apporte un soutien précieux à la balance commerciale, même si cela reste insuffisant pour compenser le recul global des exportations.

La construction, quant à elle, enregistre

une hausse de six virgule huit pour cent, reflet de l'activation de nombreux chantiers d'infrastructures à travers le pays. Routes, ponts, équipements sportifs, barrages... autant de projets qui irriguent l'économie et dynamisent l'emploi local.

Une agriculture en demi-teinte mais positive

Si l'agriculture ne fait pas de miracle, elle s'inscrit néanmoins dans la relance. Avec une croissance de quatre virgule sept pour cent au deuxième trimestre, elle contribue pour zéro virgule cinq point à la croissance globale du produit intérieur brut. Ce résultat cache une réalité contrastée.

D'un côté, les productions végétales ont connu des évolutions irrégulières en raison des perturbations climatiques. La saison automnale et le printemps 2025 ont été marqués par des températures anormalement élevées et des déficits pluviométriques très inégalement répartis. Les rosacées et les oléagineuses ont souffert, tout comme certaines cultures fragiles.

Mais à l'inverse, les céréales, les maraîchères de saison et les cultures sucrières ont bénéficié de conditions plus favorables dans les zones irriguées et peu exposées à la sécheresse. Les mesures publiques de soutien ciblé, notamment en intrants et en irrigation, ont permis de contenir les pertes et de renforcer les rendements.

En revanche, la production animale reste en retrait. Depuis 2022, elle évolue en dessous de son niveau tendanciel. Seul le secteur avicole montre des signes de reprise, sans pour autant compenser le fléchissement global de l'élevage.

La consommation, moteur principal

Ce second trimestre marque également la continuité de la reprise des dépenses de consommation des ménages.

Sur les trois derniers trimestres, les foyers marocains ont retrouvé une



certaine confiance, stimulée par des mesures socio-fiscales favorables et une amélioration du marché de l'emploi. Résultat : la demande des ménages reste le moteur central de l'économie.

La consommation publique, bien que légèrement ralentie, progresse encore de cinq pour cent, traduisant le maintien d'un engagement fort de l'État en matière de services publics et d'investissements sociaux.

Sur le front de l'investissement, les signaux sont également encourageants. Les entreprises privées affichent une dynamique plus forte qu'en début d'année, notamment dans les secteurs liés à l'infrastructure. Toutefois, dans un climat d'incertitude sur les débouchés à l'export, leur comportement de stockage reste prudent.

Demande intérieure forte, demande extérieure en recul

Dans l'ensemble, la demande intérieure a contribué à hauteur de sept virgule sept points à la croissance du produit intérieur brut au deuxième trimestre. Un chiffre très élevé, qui démontre la résilience de l'économie nationale.

En revanche, la demande extérieure continue de peser négativement, soustrayant trois virgule un points à la croissance.

Le ralentissement des économies partenaires, notamment européennes, combiné à un contexte commercial mondial tendu, limite l'impact des exportations marocaines. Cela souligne l'urgence pour le Maroc de diversifier ses débouchés internationaux et de renforcer sa compétitivité.

Une inflation contenue et rassurante

La bonne surprise du trimestre vient probablement de l'inflation. Pour la première fois depuis 2021, l'inflation sous-jacente est passée sous le seuil des deux pour cent, atteignant un virgule un pour cent. Au niveau global, la hausse des prix à la consommation est restée modérée à zéro virgule huit pour cent, contre deux pour cent au trimestre précédent.

L'inflation alimentaire a ralenti à un virgule quatre pour cent, grâce à une meilleure disponibilité de certains produits (œufs, poissons frais, céréales transformées). Les prix non alimentaires ont crû de façon très modérée (zéro virgule quatre pour cent), notamment en raison de la baisse des prix de l'énergie (moins deux virgule deux pour cent), liée à la chute des cours du pétrole et du gaz. Les services progressent à un rythme ralenti (zéro virgule neuf pour cent), et les produits manufacturés restent stables.

Une relance solide mais déséquilibrée

Au terme du premier semestre 2025, l'économie marocaine affiche une santé encourageante. La croissance est bien orientée, l'inflation est maîtrisée, et la demande intérieure – publique comme privée – demeure vigoureuse.

Mais cette relance reste déséquilibrée : la dépendance vis-à-vis de la demande intérieure, conjuguée à la faiblesse du secteur exportateur, constitue une vulnérabilité. Le second semestre devra confirmer cette dynamique tout en préparant une réorientation stratégique vers l'international, l'innovation et la productivité.



T1 ET T2 LE MAROC RELANCE SON ÉCONOMIE

L'économie marocaine a progressé de +4,8 % au T1 et +4,6 % au T2 2025, portée par une demande intérieure vigoureuse. Mais les exportations ralentissent, et les risques extérieurs s'accumulent. Décryptage.

Hausse du PIB à 4,8 % au T1 et à 4,6 % au T2 2025, inflation contenue, investissement en rebond...

L'économie marocaine affiche un retour en forme, mais l'essoufflement des exportations et les incertitudes mondiales appellent à la prudence. Le Maroc semble avoir retrouvé son souffle économique au début de l'année 2025. Porté par une demande intérieure vigoureuse, des investissements publics dynamiques et un retour de la croissance agricole, le pays a enregistré un taux de croissance du PIB de +4,8 % au premier trimestre et de +4,6 % au second. Ces performances marquent une nette accélération par rapport aux années précédentes, mais elles ne doivent pas faire oublier les risques qui pèsent sur le second semestre, notamment le ralentissement des exportations et les tensions commerciales à l'international.

Au cœur de cette reprise, on retrouve un moteur classique mais robuste : la demande intérieure. Celle-ci a contribué à hauteur de +8,5 points à la croissance du PIB au T1 2025 – un niveau jamais atteint depuis la phase post-Covid – avant de légèrement reculer à +7,7 points au T2.

La consommation des ménages a progressé de +4,4 % au T1 (contre +3,7 % au T4 2024), dopée par une amélioration de l'emploi salarié (+3,4 %) et par des mesures socio-fiscales favorables. Côté administration publique, la dépense a maintenu son rythme de croissance avec +5,2 % au T1, puis +5 % au T2.

Mais c'est surtout du côté de l'investissement que le redressement est spectaculaire : +17,5 % au T1 (après +12,3 % fin 2024). Cette dynamique provient d'un boom dans les infrastructures sportives, routières et hydrauliques, tandis que le secteur manufacturier reste plus timide.

Les flux de crédits se sont également intensifiés dans les domaines de l'eau et de la construction.

Sur le plan sectoriel, les moteurs traditionnels ont retrouvé leur vigueur. Au premier trimestre 2025 :

L'agriculture, après une année difficile, a contribué largement à la croissance avec un rebond des productions céréaliers, maraîchères et sucrières, particulièrement dans les zones irriguées. Sa croissance a été confirmée au T2 avec +4,7 %, malgré des conditions climatiques contrastées.

L'extractif affiche une performance solide : +6,7 % au T1, grâce notamment à une demande mondiale forte en phosphates, poussant les exportations de ce secteur à la hausse au T2.

Le secteur de la construction a crû de +6,3 % au T1 et +6,8 % au T2, tiré par les grands chantiers d'infrastructure.

Le tourisme et les industries chimiques signent des hausses remarquables de +9,7 % et +6,8 % respectivement.

Les services, moteur durable de l'économie marocaine, poursuivent leur montée en puissance, évoluant depuis 2022 à des rythmes supérieurs à ceux de la décennie 2010-2019.

Mais tout n'est pas aussi radieux. Le revers de la médaille vient de la demande extérieure. Elle a amputé la croissance de -3,8 points au T1 et -3,1 points au T2. Les exportations de biens et services, en net ralentissement (+2,2 % au T1 contre +9,8 % au T4 2024), peinent à suivre le rythme, notamment à cause du coup de frein de la zone euro. Dans le même temps, les importations bondissent de +9,8 %, tirées par la forte consommation de biens d'équipement et de produits de consommation. Le solde extérieur dégradé pèse sur le financement global, qui s'est alourdi de 3 points de PIB au T1 comparativement à la même période de 2024, malgré une amélioration des recettes fiscales (+21,6 %).

Dans ce contexte de reprise, le Maroc a réussi un exploit rare : croître sans déclencher d'inflation. L'indice des prix à la consommation a ralenti à +0,8 % au T2 2025 (contre +2 % au T1),



s'est le plus spectaculairement exprimée. L'indice MASI a bondi de trente-sept virgule six pour cent en glissement annuel, après un déjà très solide trente-six virgule cinq pour cent au trimestre précédent. La capitalisation boursière a, quant à elle, progressé de trente-huit virgule six pour cent.

Cette envolée s'explique par plusieurs facteurs : le reflux de l'inflation, la détente monétaire, et l'amélioration générale des perspectives économiques. Mais aussi par la performance de secteurs clefs : biens d'équipement industriel, transport, électricité, santé, mines, holdings et immobilier.

La liquidité du marché suit la tendance, avec une augmentation de vingt-cinq pour cent du volume des transactions. Ce regain d'intérêt des investisseurs – particuliers comme institutionnels – traduit une meilleure perception du risque et une volonté de diversifier les portefeuilles vers les actifs productifs.

Conclusion : un climat de confiance à préserver

Le Maroc affiche aujourd'hui des fondamentaux monétaires et financiers solides, portés par une politique équilibrée, une dynamique de crédit constructive et une Bourse en pleine forme. Ce contexte constitue un levier puissant pour attirer davantage d'investissements et approfondir le développement financier.

Mais la confiance est une construction fragile. Elle nécessite stabilité politique, cohérence macroéconomique, et anticipation des chocs extérieurs. Dans un monde où les vents contraires peuvent surgir à tout moment, le Maroc a plus que jamais intérêt à capitaliser sur cette accalmie pour poser les fondations d'une croissance durable, inclusive et résiliente.



PRÉVISION CROISSANCE AU T3 : L'ÉLAN SE POURSUIT, LA PRUDENCE S'IMPOSE

Avec une prévision de croissance de quatre virgule quatre pour cent, l'économie nationale confirme sa résilience. Mais le ralentissement mondial et les incertitudes géopolitiques appellent à une vigilance stratégique accrue.

L'économie marocaine s'apprête à franchir le cap du troisième trimestre 2025 avec un optimisme mesuré. Les projections établies par les autorités nationales anticipent une croissance de quatre virgule quatre pour cent sur la période, soit un léger repli par rapport aux performances du premier semestre, mais suffisamment solide pour confirmer la tendance de reprise enclenchée depuis la fin de l'année 2024.

Cette progression reste avant tout portée par une demande intérieure vigoureuse. L'investissement, tout comme la consommation, devraient continuer à jouer un rôle déterminant dans la dynamique de l'activité, à un rythme toutefois plus modéré que précédemment. En revanche, la contribution de la demande extérieure s'annonce plus incertaine, voire négative, dans un contexte international alourdi par les tensions commerciales et le ralentissement économique en Europe.

L'analyse des leviers de cette croissance projetée fait apparaître une architecture déjà bien connue mais toujours aussi robuste. Selon les estimations, la demande intérieure contribuerait à hauteur de six virgule six points à la croissance du produit intérieur brut national. Une performance notable, surtout lorsqu'on la compare à la contribution extérieure attendue, qui devrait, elle, demeurer faible, voire défavorable.

Depuis la fin de l'année 2024, l'économie marocaine bénéficie d'un regain de confiance des agents économiques. Ce climat favorable a encouragé à la fois l'investissement – notamment dans l'infrastructure et l'industrie – et la consommation des ménages, qui reste le principal moteur de la demande globale. Ces deux composantes sont appelées à poursuivre leur trajectoire ascendante au troisième trimestre,

même si les rythmes de progression devraient être légèrement moins soutenus qu'au premier semestre.

En effet, les activités non agricoles devraient enregistrer une croissance de quatre virgule deux pour cent, contre quatre virgule quatre pour cent au deuxième trimestre. Ce léger tassement ne constitue pas un retournement de tendance, mais plutôt une stabilisation dans un contexte de normalisation progressive après la relance post-crise.

L'un des points les plus rassurants de ce scénario conjoncturel réside dans la trajectoire modérée de l'inflation. Sous l'hypothèse d'une stabilité des prix de l'énergie, l'inflation globale devrait s'établir à un virgule un pour cent au troisième trimestre 2025. La composante sous-jacente de l'inflation, qui exclut les produits volatils, le carburant et les tarifs régulés, devrait, elle, se limiter à zéro virgule huit pour cent.

Cette désinflation, amorcée depuis plusieurs mois, tient à plusieurs facteurs : la détente des prix du pétrole, l'amélioration de l'offre alimentaire (notamment sur certains produits de base comme les céréales transformées, les légumineuses ou les poissons en conserve), ainsi qu'un repli relatif de la demande extérieure qui allège la pression sur les coûts de production.

Une inflation contenue constitue un atout majeur dans la période actuelle. Elle permet de maintenir le pouvoir d'achat des ménages tout en laissant à la Banque centrale la possibilité de maintenir une politique monétaire accommodante.

Un contexte international de plus en plus volatil

Mais cette apparente sérénité ne doit pas masquer une réalité plus incertaine : celle d'un environnement international en détérioration rapide. La balance des risques entourant le scénario de croissance est dominée par des facteurs exogènes difficiles à anticiper mais potentiellement déstabilisateurs.

Le principal danger vient du ralentissement



généralisé de l'économie mondiale, en particulier en Europe, principal partenaire commercial du Maroc. L'introduction récente de nouveaux droits de douane par les États-Unis sur les exportations européennes pourrait produire un double effet : d'une part, une contraction des capacités d'achat européennes, et d'autre part, un déplacement des excédents vers d'autres marchés, y compris ceux du Sud, générant une concurrence plus rude pour les produits marocains.

Les secteurs les plus exposés sont bien identifiés : automobile, métallurgie, textile et chimie. Autant d'industries marocaines qui dépendent étroitement des débouchés européens et dont la dynamique pourrait se trouver freinée si la demande étrangère continue de flétrir.

Une agriculture sous surveillance Autre élément de vulnérabilité : l'agriculture. Si le secteur a affiché des performances honorables au cours des deux premiers trimestres, sa composante animale reste sous tension. En cas d'intensification des vagues de chaleur au cœur de l'été, les conséquences pourraient être lourdes sur les filières d'élevage déjà affaiblies depuis 2022. Un repli marqué de la production animale aurait des répercussions à la fois économiques et sociales, en particulier dans les régions rurales.

généralisé de l'économie mondiale, en particulier en Europe, principal partenaire commercial du Maroc. L'introduction récente de nouveaux droits de douane par les États-Unis sur les exportations européennes pourrait produire un double effet : d'une part, une contraction des capacités d'achat européennes, et d'autre part, un déplacement des excédents vers d'autres marchés, y compris ceux du Sud, générant une concurrence plus rude pour les produits marocains.

Les secteurs les plus exposés sont bien identifiés : automobile, métallurgie, textile et chimie. Autant d'industries marocaines qui dépendent étroitement des débouchés européens et dont la dynamique pourrait se trouver freinée si la demande étrangère continue de flétrir.

Une agriculture sous surveillance

Autre élément de vulnérabilité : l'agriculture. Si le secteur a affiché des performances honorables au cours des deux premiers trimestres, sa composante animale reste sous tension. En cas d'intensification des vagues de chaleur au cœur de l'été, les conséquences pourraient être lourdes sur les filières d'élevage déjà affaiblies depuis 2022. Un repli marqué de la production animale aurait des répercussions à la fois économiques et sociales, en particulier dans les régions rurales.

Des compensations possibles à court terme

Face à ces incertitudes, certains leviers internes pourraient venir amortir les chocs. D'abord, la relance du secteur agroalimentaire – notamment dans les branches de transformation des céréales et des conserves de poisson – pourrait contribuer à redynamiser l'activité industrielle. Ensuite, la bonne tenue des filières chimiques, si elle se poursuit, renforcerait la capacité de résistance du tissu industriel marocain.

Enfin, si le prix du baril de pétrole venait à chuter en dessous de la barre des soixante-dix dollars, cela constituerait une opportunité majeure pour stabiliser davantage les coûts de production, alléger la facture énergétique et contenir les pressions inflationnistes. À condition toutefois que cette baisse ne soit pas le symptôme d'un choc de demande plus large.

Conclusion : entre continuité et précaution

Le troisième trimestre 2025 s'annonce donc comme un moment charnière. L'économie marocaine continue de croître à un rythme honorable, grâce à une demande intérieure qui résiste bien. L'inflation est maîtrisée, les fondamentaux restent solides, et la confiance demeure, aussi bien du côté des ménages que des investisseurs.

Mais les risques sont bien présents. Ils ne relèvent pas de dysfonctionnements internes, mais d'un environnement mondial devenu instable et imprévisible. Dans ce contexte, la stratégie économique du Royaume devra conjuguer consolidation et agilité : renforcer les acquis structurels, tout en restant capable d'adapter rapidement ses instruments aux signaux extérieurs.



STABILITÉ MONÉTAIRE ET EUPHORIE BOURSIÈRE : LES SIGNAUX POSITIFS DE LA FINANCE MAROCAINE AU T2 2025

Alors que la politique monétaire marque une pause, le crédit progresse, la monnaie se raffermit, et la Bourse de Casablanca flambe. Le Maroc semble entrer dans une nouvelle ère de confiance financière.

Le Maroc affiche au deuxième trimestre 2025 une stabilité monétaire remarquable, une hausse des crédits à l'investissement, un dirham fort et une Bourse en pleine ascension. Analyse complète des signaux de confiance.

Une reprise des crédits tournée vers l'investissement

Le deuxième trimestre 2025 aura été marqué par une consolidation silencieuse mais décisive des fondamentaux monétaires et financiers du Royaume. Dans un contexte international toujours mouvant, l'économie marocaine a su faire preuve d'une remarquable résilience, non seulement sur le plan réel, mais également dans ses équilibres monétaires et sur les marchés financiers. À la clé : un climat de confiance renforcé, des taux d'intérêt bien orientés, un marché boursier en pleine effervescence et une monnaie nationale plus solide.

L'un des signaux les plus révélateurs de cette dynamique est sans doute la progression des créances sur l'économie, en hausse de sept virgule cinq pour cent en glissement annuel. Cette accélération du crédit n'est pas anecdotique : elle traduit une orientation plus offensive des banques commerciales, notamment en faveur des entreprises.

Les crédits à l'équipement – indicateur clé de l'investissement productif – enregistrent une nette reprise. Les entreprises anticipent, planifient, investissent. Cette confiance retrouvée dans les perspectives de croissance interne contraste avec les incertitudes liées au commerce extérieur. Le secteur immobilier, après plusieurs trimestres en demi-teinte, semble également retrouver des couleurs, soutenu par un environnement

de taux plus accommodant et une reprise de la demande résidentielle et touristique.

Parallèlement à cette reprise du crédit, la masse monétaire continue de progresser à un rythme soutenu : sept virgule six pour cent au deuxième trimestre, après huit pour cent au premier. Cette croissance monétaire ne s'est toutefois pas traduite par une envolée de la liquidité immédiate.

Bien au contraire, la circulation fiduciaire – c'est-à-dire le cash en circulation – a décléré. Ce phénomène est interprété comme un signe de normalisation économique. Moins de billets dans les portefeuilles, plus de dépôts bancaires et de paiements électroniques : les comportements monétaires évoluent vers une plus grande bancarisation, ce qui renforce la traçabilité des flux et la profondeur du système financier.

Autre indicateur encourageant : la diminution des créances nettes sur l'administration centrale. Le Trésor public a réduit son endettement auprès du système bancaire de cinq virgule cinq pour cent, un mouvement qui suggère une gestion budgétaire plus rigoureuse et des marges retrouvées en matière de financement.

Dans le même temps, les avoirs officiels de réserve – autrement dit les réserves en devises de Bank Al-Maghrib – ont crû de neuf virgule cinq pour cent. Cette hausse témoigne d'une position extérieure plus confortable, renforcée par l'appréciation du dirham et la stabilité du compte courant.

Dans ce contexte rassurant, Bank Al-Maghrib a choisi la prudence. Après avoir réduit son taux directeur de vingt-cinq points de base au premier trimestre, la banque centrale a décidé de maintenir le cap au deuxième trimestre, en conservant le taux à deux virgule vingt-cinq pour cent.

Les taux interbancaires se sont stabilisés au niveau du taux directeur, marquant une baisse moyenne de soixante-quatorze points de base sur un an. Même tendance pour les taux créditeurs, en repli moyen de dix-huit points de base. Ce mouvement global



vers le bas reflète la volonté des autorités de soutenir le crédit sans attiser les tensions inflationnistes.

Sur le marché de la dette souveraine, les adjudications des bons du Trésor confirment cette détente. Les taux à un an, cinq ans et dix ans ont chuté respectivement de soixante-dix, quatre-vingt-douze et quatre-vingt-huit points de base, allégeant d'autant le coût du financement public.

La monnaie nationale a profité pleinement de ce contexte apaisé. Le dirham s'est apprécié de deux virgule sept pour cent par rapport à l'euro, et de sept virgule sept pour cent face au dollar américain. Cette évolution favorable s'explique par la baisse du différentiel d'inflation entre le Maroc et ses partenaires, mais aussi par une perception améliorée des fondamentaux macroéconomiques du pays.

Un dirham plus fort signifie également un allègement de la facture énergétique et une réduction du coût des importations, avec un impact potentiel à la baisse sur les prix à la consommation. Mais il représente aussi un défi pour la compétitivité à l'exportation, à surveiller de près.

Mais c'est sur le marché boursier que la confiance

et l'inflation sous-jacente est descendue à +1,1 %, un plus bas depuis 2021. Les prix des denrées alimentaires ont été mieux maîtrisés (+1,4 %), notamment grâce à la baisse des prix des œufs, poissons, céréales transformées et légumineuses.

Les prix de l'énergie ont même connu un recul notable (-2,2 %), grâce à la détente sur les marchés mondiaux du pétrole et du gaz. Les services (+0,9 %) et les produits manufacturés (quasi-stabilité) ont aussi contribué à cette désinflation.

Côté monétaire, Bank Al-Maghrib a joué la carte de l'équilibre. Après avoir abaissé son taux directeur de 25 points de base au T1, elle l'a maintenu à 2,25 % au T2. Les taux d'intérêt du marché interbancaire ont suivi la tendance, avec un recul de 74 points de base en glissement annuel.

La masse monétaire a crû de +7,6 % au T2 (contre +8 % au T1), les réserves officielles de change se sont renforcées de +9,5 %, et le Trésor public a entamé un désendettement monétaire (-5,5 %). Parallèlement, le dirham s'est apprécié de +2,7 % face à l'euro et de +7,7 % face au dollar.

Le marché des actions a été l'un des grands bénéficiaires de ce contexte. L'indice MASI a grimpé de +37,6 % en glissement annuel au T2, après +36,5 % au trimestre précédent. La capitalisation boursière a suivi (+38,6 %), portée par la performance des secteurs de l'électricité, de la santé, du transport, des holdings, des mines et de l'immobilier. La liquidité du marché s'est accrue de +25 %.

Quelles perspectives pour la suite ?

Le HCP prévoit une croissance de +4,4 % au troisième trimestre 2025, avec une contribution intérieure de +6,6 points, contre une soustraction de -2,2 points pour la demande extérieure. La consommation et l'investissement devraient rester solides, mais les exportations continueront à souffrir du ralentissement économique mondial.

Les risques sont bien identifiés : nouvelles barrières commerciales américaines, essoufflement de l'Europe, éventuelle rechute de la production animale en cas de chaleur estivale excessive.

Mais des facteurs d'atténuation existent : relance du secteur agroalimentaire, vigueur du secteur chimique, et possibilité d'un pétrole sous les 70 dollars, qui allègerait la facture énergétique.



Le Maroc avance à pas sûrs, mais sur une crête étroite. Sa croissance repose désormais largement sur ses forces internes, avec une économie qui commence à mieux résister aux chocs exogènes. Reste à savoir si cette résilience pourra durer, surtout en cas de tempête mondiale. Ce qui est certain, c'est que la phase de consolidation est là, mais qu'elle devra être accompagnée d'une vigilance stratégique pour que le souffle retrouvé ne soit pas de courte durée.

Croissance Maroc 2025, PIB T1 T2 Maroc, HCP conjoncture, inflation Maroc, investissement public, exportations Maroc, agriculture 2025, marché boursier Maroc, taux directeur BAM, conjoncture économique Maroc

LE FM6I PASSE À L'ACTION : 19 MILLIARDS DE DIRHAMS POUR BOOSTER L'INVESTISSEMENT NATIONAL

Le Fonds Mohammed VI pour l'Investissement passe à l'action : 19 milliards de dirhams mobilisés pour booster les entreprises marocaines et relancer l'économie :

Le Fonds Mohammed VI pour l'Investissement entre en phase active avec 14 sociétés sélectionnées. 19 milliards de dirhams pour relancer l'investissement sectoriel et régional. Une gouvernance exemplaire au service de la performance durable.

Une impulsion concrète attendue depuis 2020 et une nouvelle ère pour la politique d'investissement au Maroc ?

Bonne nouvelle pour l'économie marocaine. Après des mois d'attente et d'interrogations, le Fonds Mohammed VI pour l'Investissement (FM6I) entre enfin en phase opérationnelle. Quatre ans après l'annonce solennelle de sa création dans le discours du Trône du 9 octobre 2020, ce bras financier stratégique se matérialise à travers une première mobilisation de 19 milliards de dirhams, injectés via 14 sociétés de gestion chargées de piloter des fonds sectoriels et thématiques. C'est un signal fort adressé aux investisseurs, aux entreprises marocaines et à l'ensemble du tissu productif du pays. L'un des mérites de ce lancement réside dans l'effet de levier généré. Pour 4,5 milliards de dirhams injectés directement par le FM6I, ce sont près de 14,5 milliards de dirhams supplémentaires qui ont été levés auprès de partenaires nationaux et internationaux. Résultat : un levier supérieur à quatre fois. Ce mécanisme donne une toute nouvelle ampleur à l'initiative, avec des implications concrètes sur la relance de l'investissement, la création d'emplois et le renforcement des fonds propres des entreprises. Contrairement à de simples subventions ou aides publiques conjoncturelles, cette logique de cofinancement mise sur la durabilité. Les fonds sont domiciliés au Maroc,



صندوق محمد السادس للاستثمار FONDS MOHAMMED VI

parfois en partenariat avec des véhicules d'investissement étrangers, et les sociétés internationales retenues sont invitées à créer des équipes opérationnelles sur place. Un premier pas vers la constitution d'un véritable écosystème marocain du private equity.

Autre bonne nouvelle : la stratégie d'allocation des fonds ne laisse rien au hasard. Le FM6I a choisi de couvrir les secteurs jugés prioritaires pour l'économie marocaine :

Industrie : 3 fonds spécifiques, pour accompagner la réindustrialisation et renforcer la souveraineté productive.

Agriculture et agro-industrie : 1 fonds, dans un contexte où la sécurité alimentaire devient un enjeu stratégique.

Tourisme : 2 fonds, pour moderniser l'offre, attirer de nouveaux profils de visiteurs et renforcer les chaînes de valeur.

Transport et logistique : 1 fonds, essentiel pour améliorer la compétitivité territoriale. Enfin, 7 fonds généralistes, conçus avec des tickets d'investissement adaptés aux besoins des PME et ETI.

Cette segmentation sectorielle et par typologie d'entreprise témoigne d'un souci de pragmatisme. Elle vise à éviter l'écueil du « tout pour les grandes entreprises » et à intégrer pleinement les petites structures, souvent exclues des financements classiques.

Le FM6I a misé sur une diversité assumée : 9 sociétés de gestion marocaines, dotées d'une connaissance fine du terrain, ont été retenues aux côtés de 5 sociétés internationales disposant d'une expertise reconnue dans la gestion de fonds d'investissement. Un équilibre pertinent, qui permet de combiner enracinement local et standards internationaux.

Ce mix offre également une opportunité unique de transfert de compétences et de montée en gamme du savoir-faire national en matière de structuration financière, de due diligence, de gestion des risques ou encore d'analyse d'impact.

Au-delà du simple financement, l'objectif est clair : faire du Maroc un hub régional et continental en matière de private equity, capable d'attirer des capitaux long terme vers l'Afrique tout en consolidant son tissu productif interne.

Le FM6I ne se contente pas de financer. Il entend aussi donner l'exemple en matière de gouvernance. En tant que signataire des Principes pour l'Investissement Responsable (PRI) des Nations Unies, il impose à ses partenaires le respect strict des normes ESG (Environnement, Social, Gouvernance).

Cette exigence s'exprime dès la phase de sélection des sociétés de gestion et se poursuit tout au long de la vie des fonds via un suivi rigoureux. C'est une manière d'inscrire ces investissements dans une logique de performance durable, à la fois financière et sociétale.

Dans un pays confronté à de nombreux défis – changement climatique, inégalités régionales, fragilité de certaines catégories d'entreprises – cet ancrage dans une vision responsable constitue une avancée notable.

Ce déploiement marque sans doute un tournant structurel dans la politique publique d'investissement au Maroc.

Plutôt que de parier sur la dépense publique directe, l'État choisit ici de jouer un rôle de catalyseur, en facilitant l'accès au capital tout en responsabilisant les acteurs privés.

Ce type de montage financier permet également d'impliquer des investisseurs étrangers de long terme, attirés par la stabilité du cadre juridique, la crédibilité du FM6I et les perspectives de rendement.

Le message envoyé est clair : le Maroc ne veut plus subir les flux d'investissement internationaux ; il veut les organiser, les orienter et en tirer le meilleur parti, dans une logique de souveraineté économique.

Le bon signal, au bon moment

Dans un contexte mondial incertain, où la compétitivité passe de plus en plus par l'accès au financement long terme, cette initiative tombe à point nommé. Elle redonne confiance, structure le marché, et permet à des projets à fort potentiel de voir enfin le jour.

Le Fonds Mohammed VI pour l'Investissement, longtemps attendu, est désormais pleinement en marche. Il appartient maintenant aux entreprises marocaines, aux gestionnaires de fonds et aux institutions partenaires de transformer cette impulsion en résultats concrets. Car au bout du compte, ce ne sont pas les milliards investis qui comptent, mais les emplois créés, les chaînes de valeur dynamisées et les territoires réintégrés dans la croissance.



LE VRAI PRIX DU LAIT AU MAROC : DÉCRYPTAGE D'UN PRODUIT EMBLÉMATIQUE DE LA SURMARGE

Enquête sur une chaîne de valeur où le consommateur paie bien plus que le producteur ne gagne

Le lait, symbole d'un marché déséquilibré

Produit de base de l'alimentation quotidienne, le lait tient une place particulière dans le panier du consommateur marocain. Mais depuis plusieurs années, son prix à la consommation ne cesse d'augmenter, sans que cette hausse ne se traduise nécessairement par un meilleur revenu pour les producteurs ou une amélioration de la qualité.

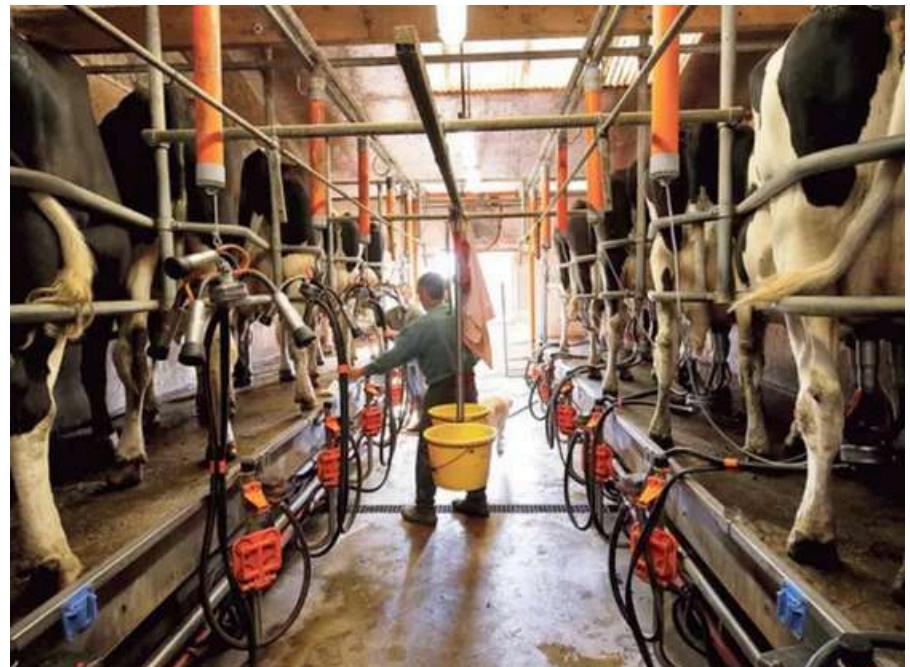
À travers son Avis A/1/25 publié en février 2025, le Conseil de la Concurrence a choisi d'en faire un cas d'école pour illustrer les dérives dans les circuits de distribution. Résultat : entre le prix de sortie usine et le prix affiché au rayon frais, le lait pasteurisé comme le lait UHT subissent des marges dont la justification économique reste floue, voire absente.

Une chaîne de valeur complexe, mais pas transparente

La filière laitière marocaine repose sur un tissu de petits producteurs, de coopératives, de collecteurs, d'unités industrielles, de grossistes et de distributeurs. Chaque maillon ajoute une couche de coûts... et de marges.

Selon le Conseil, le lait pasteurisé demi-écrémé en brique, vendu en moyenne à 4,50 DH le demi-litre en grande surface, est acheté par le distributeur autour de 3,00 DH. Or, le coût de sortie d'usine de ce même produit oscille entre 2,20 et 2,50 DH. L'écart total entre le producteur laitier et l'étagage dépasse donc 2 DH par demi-litre, soit plus de 40 % du prix final.

Pour le lait UHT, la situation est comparable : les prix de vente au détail dépassent régulièrement 10 DH le litre pour des produits dont le tarif de cession se situe autour de 6,50 à 7 DH. Et ce, même en l'absence de variation significative du prix du lait cru ou des intrants industriels.



Pasteurisé vs UHT : même dynamique inflationniste

L'un des constats les plus préoccupants du Conseil est que la logique inflationniste affecte aussi bien les produits frais que les produits longue conservation.

Le lait pasteurisé, qui nécessite une chaîne du froid plus rigoureuse et un écoulement rapide, devrait logiquement être plus coûteux en distribution. Pourtant, les marges observées sur ce segment restent proches de celles appliquées au lait UHT, qui bénéficie d'une durée de conservation de plusieurs mois et d'une logistique moins coûteuse.

Cette homogénéisation des prix de vente masque des différences de coûts réels, et témoigne d'un fonctionnement "mimétique" de la tarification dans les GMS, où les enseignes s'alignent sur les marques leaders sans considération pour la structure des coûts.

Marges arrière et frontales : la double peine pour le fournisseur

L'analyse de la répartition de la valeur montre que le producteur laitier reste le grand perdant de cette équation. La valeur ajoutée est principalement captée par l'industrie de transformation et la grande distribution.

Mais ce n'est pas tout : les distributeurs imposent aux industriels des marges arrière, autrement dit des remises ou commissions cachées, en échange d'un bon référencement en rayon. Ces marges ne sont pas intégrées dans les prix affichés, mais elles alourdissent les coûts des industriels... qui les répercutent sur les prix proposés aux distributeurs. Et ainsi de suite jusqu'au consommateur.

Le Conseil de la Concurrence alerte sur l'opacité de ces pratiques. Dans certains cas étudiés, les marges arrière représentent jusqu'à 25 % du tarif facturé par l'industriel, en plus de la marge frontale classique. Un système de double marge qui fausse la concurrence et étouffe les plus petits acteurs.

Circuits traditionnels vs modernes : mêmes hausses, logiques différentes

On pourrait croire que les circuits traditionnels (épiciers de quartier, souks) échappent à cette logique inflationniste. Pourtant, le rapport montre que les prix pratiqués y sont globalement comparables, voire légèrement plus élevés dans certaines zones rurales.

Comment expliquer cela ? D'une part, ces détaillants achètent à des intermédiaires ou grossistes, qui eux-mêmes intègrent des marges souvent peu régulées. D'autre part, en l'absence de concurrence directe et de surveillance, les petits commerçants s'alignent souvent sur les prix des marques leader, quel que soit leur prix d'achat.

Dans les deux circuits, c'est donc la désorganisation, l'absence de régulation et la mimétisme tarifaire qui alimentent une hausse systématique des prix.

Une hausse des marges, même en période de baisse des coûts

Autre révélation du Conseil : même lorsque le prix du lait cru ou des matériaux d'emballage baisse, les prix à la consommation ne suivent pas. En 2022 et 2023, alors que certains intrants ont vu leur coût reculer, les prix en rayon ont continué de grimper. Cela signifie que les hausses de marge ne sont pas uniquement justifiées par des pressions sur les coûts, mais relèvent aussi d'une stratégie de maximisation du rendement par les distributeurs.

Cette inertie à la baisse illustre le déséquilibre du pouvoir de marché au sein de la chaîne de valeur : les distributeurs imposent leur prix, et le consommateur n'a pas de levier réel pour arbitrer.

Conséquences : chute de la consommation et défi de souveraineté

Dans un pays où le lait représente un apport nutritionnel essentiel, notamment pour les enfants, l'augmentation des prix a des conséquences sociales fortes. Le Conseil rappelle que les dépenses alimentaires représentent 38 % du budget moyen des ménages marocains, une part bien supérieure à celle des pays européens.

La baisse de consommation de produits laitiers est déjà constatée dans certains milieux populaires. À long terme, cette dynamique risque d'aggraver la précarité nutritionnelle, tout en fragilisant la filière agricole locale, déjà soumise au stress hydrique et à la concurrence étrangère.

Quelles solutions pour un lait à prix juste ?

Le Conseil de la Concurrence propose plusieurs mesures pour casser ce cercle inflationniste :

Encadrement des marges arrière : plafonner ces commissions et obliger leur transparence contractuelle.

Création d'un observatoire national du prix du lait : pour suivre les évolutions et alerter en cas d'abus.

Réduction des intermédiaires : soutien aux circuits courts, centrales d'achat coopératives, digitalisation logistique.

Modernisation du commerce traditionnel : outils de gestion, accès au financement, formation.

Dialogue entre distributeurs et industriels : pour restaurer un équilibre contractuel équitable.

Pour que chaque goutte compte

Le lait est un révélateur : à travers ce produit simple, essentiel, se cristallisent les dérives d'un système de distribution où les intérêts du consommateur sont trop souvent relégués derrière les logiques de rentabilité.



Restaurer un prix juste du lait, c'est poser les bases d'une politique alimentaire équitable, transparente et durable. C'est aussi redonner confiance à des millions de Marocains qui, chaque matin, versent un peu plus que ce qu'ils devraient dans leur bol de petit déjeuner.

LODj
R212

DISPONIBLE SUR
Google Play



SCAN ME!

فضيحة - اذاعة مغربية العالمية

WEB RADIO DES MAROCAINS DU MONDE

+750.000 AUDITEURS PAR MOIS | ÉMISSIONS, PODCASTS & MUSIC



DISTRIBUTION ALIMENTAIRE : FAUT-IL ENCADRER LES MARGES ARRIÈRE ?

Avec une prévision de croissance de quatre virgule quatre pour cent, l'économie nationale confirme sa résilience. Mais le ralentissement mondial et les incertitudes géopolitiques appellent à une vigilance stratégique accrue.

L'économie marocaine s'apprête à franchir le cap du troisième trimestre 2025 avec un optimisme mesuré. Les projections établies par les autorités nationales anticipent une croissance de quatre virgule quatre pour cent sur la période, soit un léger repli par rapport aux performances du premier semestre, mais suffisamment solide pour confirmer la tendance de reprise enclenchée depuis la fin de l'année 2024.

Cette progression reste avant tout portée par une demande intérieure vigoureuse. L'investissement, tout comme la consommation, devraient continuer à jouer un rôle déterminant dans la dynamique de l'activité, à un rythme toutefois plus modéré que précédemment. En revanche, la contribution de la demande extérieure s'annonce plus incertaine, voire négative, dans un contexte international alourdi par les tensions commerciales et le ralentissement économique en Europe.

L'analyse des leviers de cette croissance projetée fait apparaître une architecture déjà bien connue mais toujours aussi robuste. Selon les estimations, la demande intérieure contribuerait à hauteur de six virgule six points à la croissance du produit intérieur brut national. Une performance notable, surtout lorsqu'on la compare à la contribution extérieure attendue, qui devrait, elle, demeurer faible, voire défavorable.

Depuis la fin de l'année 2024, l'économie marocaine bénéficie d'un regain de confiance des agents économiques. Ce climat favorable a encouragé à la fois l'investissement – notamment dans l'infrastructure et l'industrie – et la consommation des ménages, qui reste le principal moteur de la demande globale.



En effet, les activités non agricoles devraient enregistrer une croissance de quatre virgule deux pour cent, contre quatre virgule quatre pour cent au deuxième trimestre. Ce léger tassemement ne constitue pas un retournement de tendance, mais plutôt une stabilisation dans un contexte de normalisation progressive après la relance post-crise.

L'un des points les plus rassurants de ce scénario conjoncturel réside dans la trajectoire modérée de l'inflation. Sous l'hypothèse d'une stabilité des prix de l'énergie, l'inflation globale devrait s'établir à un virgule un pour cent au troisième trimestre 2025. La composante sous-jacente de l'inflation, qui exclut les produits volatils, le carburant et les tarifs régulés, devrait, elle, se limiter à zéro virgule huit pour cent.

Cette désinflation, amorcée depuis plusieurs mois, tient à plusieurs facteurs : la détente des prix du pétrole, l'amélioration de l'offre alimentaire (notamment sur certains produits de base comme les céréales transformées, les légumineuses ou les poissons en conserve), ainsi qu'un repli relatif de la demande extérieure qui allège la pression sur les coûts de production.

Une inflation contenue constitue un atout majeur dans la période actuelle. Elle permet de maintenir le pouvoir d'achat des ménages tout en laissant à la Banque centrale la possibilité de maintenir une politique monétaire accommodante.

Un contexte international de plus en plus volatil

Mais cette apparente sérénité ne doit pas masquer une réalité plus incertaine : celle d'un environnement international en détérioration rapide. La balance des risques entourant le scénario de croissance est dominée par des facteurs exogènes difficiles à anticiper mais potentiellement déstabilisateurs.

Le principal danger vient du ralentissement généralisé de l'économie mondiale, en particulier en Europe, principal partenaire commercial du Maroc. L'introduction récente de nouveaux droits de douane par les États-Unis sur les exportations européennes pourrait produire un double effet : d'une part, une contraction des capacités d'achat européennes, et d'autre part, un déplacement des excédents vers d'autres marchés, y compris ceux du Sud, générant une concurrence plus rude pour les produits marocains.

Les secteurs les plus exposés sont bien identifiés : automobile, métallurgie, textile et chimie. Autant d'industries marocaines qui dépendent étroitement des débouchés européens et dont la dynamique pourrait se trouver freinée si la demande étrangère continue de flétrir.

Une agriculture sous surveillance

Autre élément de vulnérabilité : l'agriculture. Si le secteur a affiché des performances honorables au cours des deux premiers trimestres, sa composante animale reste sous tension. En cas d'intensification des vagues de chaleur au cœur de l'été, les conséquences pourraient être lourdes sur les filières d'élevage déjà affaiblies depuis 2022. Un repli marqué de la production animale aurait des répercussions à la fois économiques et sociales, en particulier dans les régions rurales.

Des compensations possibles à court terme

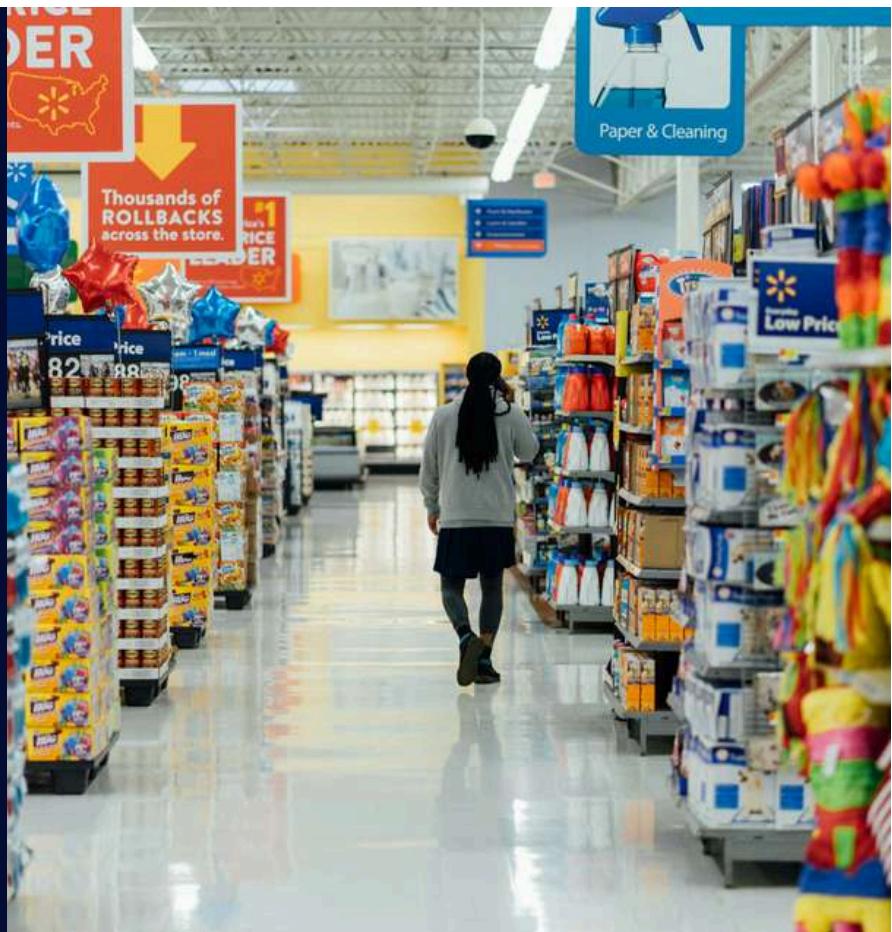
Face à ces incertitudes, certains leviers internes pourraient venir amortir les chocs. D'abord, la relance du secteur agroalimentaire – notamment dans les branches de transformation des céréales et des conserves de poisson – pourrait contribuer à redynamiser l'activité industrielle. Ensuite, la bonne tenue des filières chimiques, si elle se poursuit, renforcerait la capacité de résistance du tissu industriel marocain.

Enfin, si le prix du baril de pétrole venait à chuter en dessous de la barre des soixante-dix dollars, cela constituerait une opportunité majeure pour stabiliser davantage les coûts de production, alléger la facture énergétique et contenir les pressions inflationnistes. À condition toutefois que cette baisse ne soit pas le symptôme d'un choc de demande plus large.

Conclusion : entre continuité et précaution

Le troisième trimestre 2025 s'annonce donc comme un moment charnière. L'économie marocaine continue de croître à un rythme honorable, grâce à une demande intérieure qui résiste bien. L'inflation est maîtrisée, les fondamentaux restent solides, et la confiance demeure, aussi bien du côté des ménages que des investisseurs.

Mais les risques sont bien présents. Ils ne relèvent pas de dysfonctionnements internes, mais d'un environnement mondial devenu instable et imprévisible. Dans ce contexte, la stratégie économique du Royaume devra conjuguer consolidation et agilité : renforcer les acquis structurels, tout en restant capable d'adapter rapidement ses instruments aux signaux extérieurs.



L'URBANISME COMMERCIAL À REVOIR D'URGENCE

De la périphérie au cœur des villes

Longtemps cantonnées aux périphéries des grandes métropoles marocaines, les grandes et moyennes surfaces (GMS) opèrent aujourd'hui une offensive stratégique vers les villes moyennes. Supermarchés, hypermarchés, enseignes à bas coût ou centres commerciaux compacts apparaissent désormais à Meknès, Kénitra, Taza, Safi, Oujda, Tétouan, Errachidia, Guelmim...

Pour certains, cela marque un progrès : accès facilité à des produits diversifiés, hygiène maîtrisée, horaires étendus, prix parfois compétitifs. Pour d'autres, c'est une menace directe : concurrence déloyale pour le commerce de proximité, saturation foncière, désertification des centres historiques.

Dans son Avis A/1/25, le Conseil de la Concurrence consacre plusieurs pages à cette expansion incontrôlée des GMS dans les villes moyennes marocaines. Il y dénonce une absence totale de planification commerciale, avec des effets délétères à la fois économiques, sociaux et urbains.

L'explosion des GMS hors contrôle

Selon les données recueillies par le Conseil, le Maroc compte aujourd'hui plus de 650 GMS, toutes enseignes confondues. Si Casablanca, Rabat et Marrakech demeurent les épicentres, on observe une croissance annuelle à deux chiffres dans les villes de taille moyenne.

Problème : cette croissance s'opère sans coordination territoriale, ni vision d'ensemble. Les autorisations sont délivrées de manière opaque, au cas par cas, souvent sous la pression d'intérêts fonciers ou commerciaux.

Le Conseil signale par exemple que plusieurs projets de supermarchés ont été implantés à proximité immédiate de marchés traditionnels ou de quartiers historiques, provoquant une érosion rapide du commerce local.

Une urbanisation commerciale déséquilibrée

L'essor rapide des grandes et moyennes surfaces pose un double



problème, tant en matière d'aménagement urbain que de cohésion sociale. D'un côté, un déséquilibre croissant affecte la planification urbaine. Les GMS s'implantent majoritairement en périphérie, dans des zones mal desservies par les transports publics. Cette dynamique favorise l'étalement urbain, encourage l'usage de la voiture individuelle et accentue les nuisances environnementales. En centre-ville, leur présence provoque une envolée des loyers commerciaux, excluant progressivement les petits commerçants et artisans. À cela s'ajoute une pression accrue sur la circulation, les livraisons et le stationnement, souvent mal anticipée, qui désorganise la vie des quartiers résidentiels.

De l'autre, on assiste à une désertification lente mais réelle des centres historiques. Les médiinas et les marchés traditionnels perdent leur clientèle au profit d'enseignes modernes, climatisées et standardisées. Les commerçants traditionnels, souvent en situation précaire, peinent à rivaliser en termes de prix, d'horaires ou de marketing. Ce glissement ne se limite pas à l'économie locale : il affecte également la vie sociale de quartier, qui se déplace vers des espaces impersonnels, coupés de leur ancrage historique et culturel.

Impact direct sur le commerce de proximité

Les conséquences sont visibles sur le terrain : dès l'implantation d'un supermarché ou d'un centre commercial, les petits commerces du voisinage enregistrent une baisse moyenne de chiffre d'affaires de 20 à 40 % dans les 18 premiers mois.

Dans plusieurs villes (Fès, Mohammedia, Béni Mellal), le Conseil a documenté la fermeture définitive de 25 à 30 % des épiceries et boucheries dans un rayon de 500 mètres autour d'une GMS nouvellement implantée.

Ce phénomène s'amplifie dans les quartiers populaires, où les commerçants n'ont ni les moyens de moderniser leur offre, ni la capacité de négocier avec les fournisseurs.

Une régulation locale quasi-inexistante

Contrairement à plusieurs pays, le Maroc ne dispose pas de règles urbanistiques spécifiques pour encadrer l'implantation des grandes et

moyennes surfaces. Ainsi, aucune évaluation d'impact économique n'est systématiquement exigée avant toute nouvelle implantation. Les autorisations sont souvent délivrées sans étude préalable sur la saturation commerciale locale.

Par ailleurs, les schémas directeurs d'aménagement urbain (SDAU) ne comportent généralement pas de volet dédié au commerce, ce qui limite leur capacité à anticiper et réguler le développement des équipements marchands.

Enfin, les élus locaux, faute d'outils juridiques adaptés et de formation suffisante, peinent à orienter efficacement les décisions d'implantation sur leur territoire.

Le Conseil de la Concurrence déplore cette absence de politique nationale d'urbanisme commercial, qui priverait le pays d'un instrument stratégique essentiel pour planifier de façon équilibrée la répartition des infrastructures commerciales à l'échelle territoriale.

Que faire ? Les recommandations du Conseil

Face à l'absence de cadre clair, le Conseil préconise d'abord l'adoption d'une loi dédiée à l'urbanisme commercial, inspirée des modèles français et tunisien. Cette législation instituerait des autorisations spécifiques pour toute grande ou moyenne surface dépassant une certaine superficie, en intégrant systématiquement une analyse d'impact sur l'emploi, la mobilité et les commerces existants.

Par ailleurs, la création d'un observatoire territorial du commerce permettrait de suivre de près l'évolution du tissu commercial local. En cartographiant les zones saturées, sous-dotées ou en mutation, cet outil offrirait un appui précieux aux communes pour mieux orienter leurs décisions en matière d'implantation commerciale.

Le Conseil recommande également de rendre les communes pleinement décisionnaires dans l'approbation des projets de GMS, en concertation avec les chambres de commerce et les représentants des commerçants. Ces décisions reposeraient sur des critères objectifs, tels que la distance minimale entre enseignes, leur intégration dans le tissu urbain et la complémentarité de l'offre.

Enfin, pour encourager la diversité et la mixité commerciale, il propose d'imposer dans les centres commerciaux un quota réservé aux commerces locaux ou artisanaux. Cette mesure serait accompagnée de subventions pour alléger les loyers des petits commerçants dans les projets mixtes. Une autre innovation envisagée est la création de "marchés connectés", qui mêleraient tradition et digital en associant souks traditionnels et drives modernes.

Penser la complémentarité, pas la substitution

Plutôt que de les opposer frontalement, le Conseil de la Concurrence propose d'encourager une complémentarité intelligente entre grande distribution et commerce de proximité. Les grandes et moyennes surfaces pourraient s'approvisionner davantage en produits locaux, artisanaux ou frais, directement auprès des producteurs et commerçants régionaux. Par ailleurs, des espaces de vente partagés ou des corners dédiés au « terroir marocain » pourraient être réservés aux petits producteurs au sein même des grandes surfaces.

En outre, les commerces de quartier pourraient jouer un rôle logistique crucial en devenant des points relais pour les commandes en ligne des GMS.

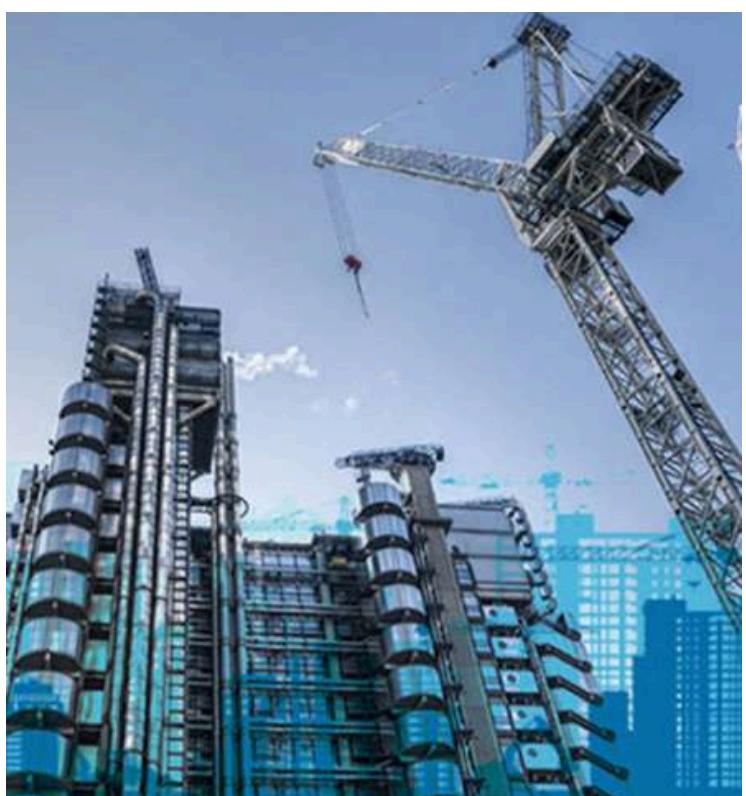
Cette approche permettrait de concilier efficacité logistique et justice territoriale, évitant ainsi la création de zones de rente d'un côté et de désertification commerciale de l'autre.

De la stratégie foncière à la stratégie sociale

L'urbanisme commercial n'est pas qu'une affaire de permis de construire ou de mètres carrés. Il dessine les relations économiques, sociales et symboliques entre les habitants, les producteurs et les commerçants d'un territoire.

En laissant les grandes surfaces proliférer sans boussole, le Maroc prend le risque d'un déséquilibre durable, au détriment de la diversité économique, de l'équité territoriale et de la qualité de vie.

Il est temps d'inverser la logique : planifier d'abord, autoriser ensuite. Pour que l'urbanisme ne devienne pas le fossoyeur du commerce local, mais son allié éclairé.



POST-RAWAJ : QUELLES POLITIQUES PUBLIQUES POUR SAUVER LE COMMERCE DE PROXIMITÉ ?

Entre bilan d'un plan oublié et nécessité d'une relance adaptée au terrain

L'héritage inachevé du plan Rawaj

En 2008, le Maroc lançait en grande pompe le Plan Rawaj, première stratégie nationale dédiée à la modernisation du commerce intérieur. L'objectif affiché : structurer les circuits traditionnels, faire émerger un commerce organisé, créer des emplois stables et améliorer la compétitivité.

Mais seize ans plus tard, le constat demeure amer. Resté largement au stade des intentions, le programme a été interrompu sans qu'un véritable bilan public ne soit dressé. Pis encore : les problématiques que Rawaj devait corriger, telles que la précarité des commerçants, la persistance de l'informel et la fracture urbaine, se sont, entre-temps, accentuées.

Dans son Avis A/1/25, le Conseil de la Concurrence appelle à un nouveau souffle politique, plus enraciné, plus territorial, plus adapté aux réalités du commerce de proximité marocain.

Rawaj : une ambition brisée par les faits

Le Plan Rawaj s'articulait autour de quatre axes majeurs : la modernisation des structures commerciales traditionnelles, telles que les boucheries, épiceries et marchés ; la professionnalisation des commerçants via des formations en gestion, comptabilité et bonnes pratiques ; le soutien à la logistique urbaine et au développement naissant du commerce électronique ; enfin, l'essor de la grande distribution pour structurer l'offre à l'échelle nationale.

Doté d'un budget initial de 900 millions de dirhams, le plan visait à moderniser 15 000 commerces, créer 80 000 emplois et impulser la montée en puissance d'un commerce marocain plus moderne et compétitif.



Cependant, dès 2012, le projet marque le pas. Retards administratifs, faible engagement des communes, résistance de certains commerçants face aux normes, ainsi qu'un changement des priorités politiques, viennent freiner sa progression. En 2015, le Plan Rawaj disparaît sans qu'un successeur officiel ne soit mis en place.

Les raisons d'un échec

Le Conseil de la Concurrence pointe plusieurs facteurs structurels ayant conduit à l'abandon du Plan Rawaj. D'abord, une approche top-down imposée depuis Rabat, sans réelle concertation avec les acteurs locaux ni prise en compte des spécificités territoriales.

Ensuite, une méconnaissance profonde du tissu commercial de proximité, caractérisé par une grande fragmentation, une forte informalité et une prédominance de commerces familiaux.

Par ailleurs, les outils financiers mobilisés se sont révélés inadaptés, reposant essentiellement sur des crédits bancaires souvent inaccessibles à la majorité des commerçants concernés.

Enfin, l'absence de dispositifs rigoureux de suivi et d'évaluation a privé le plan d'indicateurs précis et de mécanismes correctifs, affaiblissant sa capacité à s'ajuster en cours de route.

Dans les faits, Rawaj a surtout profité à la grande distribution, dont le maillage territorial s'est largement densifié, au détriment des objectifs initiaux de revitalisation du commerce local.

Les conséquences : un commerce de proximité marginalisé

Aujourd'hui, le commerce traditionnel concentre encore près de 70 % des transactions alimentaires au Maroc. Pourtant, il traverse une phase de fragilité avancée. Les locaux sont souvent vétustes et ne répondent pas aux normes d'hygiène en vigueur. La numérisation y est quasi inexistante, avec une absence quasi totale de gestion informatisée des stocks ou de paiement électronique.

De plus, ces commerçants dépendent majoritairement de circuits informels d'approvisionnement, ce qui complique leur accès aux marchés de gros et aux fournisseurs structurés.

Face à cette situation, le Conseil de la Concurrence tire la sonnette d'alarme. Sans plan de relance ciblé, le commerce de proximité est voué à un déclin progressif, aux conséquences sociales et territoriales potentiellement lourdes.

Quelles pistes pour une relance efficace ?

Loin de préconiser un simple retour du Plan Rawaj, le Conseil de la Concurrence propose une stratégie renouvelée, articulée autour de cinq principes fondamentaux. D'abord, une gouvernance locale renforcée, qui confierait aux communes et aux régions le pilotage de micro-programmes de modernisation. La création de guichets uniques locaux faciliterait l'accompagnement des commerçants dans leurs démarches administratives, la formalisation et l'accès au foncier. Par ailleurs, l'implication active des associations de commerçants dans la co-construction des projets est jugée essentielle.

Ensuite, un financement adapté aux réalités du terrain. Le Conseil recommande de développer des microcrédits à taux réduit, assortis de différends de remboursement et garanties publiques. Il préconise également la création d'un fonds national dédié à la modernisation du commerce de proximité, financé de manière pérenne, ainsi que l'association des caisses régionales, des banques participatives et des coopératives de crédit à cette dynamique.

Par ailleurs, un appui technique et numérique généralisé est nécessaire. Il s'agit de déployer des formations ciblées en gestion, marketing de quartier et comptabilité simplifiée, tout en promouvant des outils numériques simples tels que la gestion de caisse via smartphone, la commande de stock en ligne, les QR codes ou les systèmes de fidélisation. Le Conseil suggère aussi la mise à disposition de modèles standardisés de boutiques modulables ou de conteneurs réhabilités.

Sur le plan urbanistique, une approche inclusive est requise. Il convient de réserver des emplacements accessibles dans les nouveaux lotissements, de réhabiliter les médinas commerciales avec une attention particulière au patrimoine, et de limiter l'implantation anarchique des grandes surfaces dans les villes moyennes.

Enfin, la fiscalité doit être incitative et juste. La création d'un statut simplifié pour les petits commerçants, assorti d'une fiscalité forfaitaire modulée, figure parmi les recommandations. Le Conseil propose également des exonérations temporaires pour les efforts de mise à niveau et de digitalisation, tout en appelant à la suppression des taxes multiples et non coordonnées qui pèsent actuellement sur les commerçants, notamment au niveau communal.

Intégrer les circuits courts et les coopératives

Le Conseil de la Concurrence préconise de renforcer les liens entre commerce de proximité et producteurs locaux afin de dynamiser l'économie locale et d'améliorer la qualité de l'offre.

Cela passe notamment par le soutien aux coopératives de producteurs, qui pourraient devenir des fournisseurs directs des épiciers. Le développement de circuits courts, via les marchés de producteurs et des livraisons hebdomadaires, est également encouragé.

Par ailleurs, la digitalisation des échanges entre agriculteurs, plateformes logistiques régionales et détaillants figure parmi les leviers essentiels pour moderniser ces relations commerciales.

Ce modèle, en réduisant les marges d'intermédiation, vise à soutenir l'économie locale tout en répondant aux attentes croissantes des consommateurs en matière de qualité et de traçabilité.

Vers un label « commerce de quartier » ?

Parmi les pistes envisagées, la création d'un label national de qualité et de proximité apparaît comme un levier majeur pour redorer l'image du commerce de quartier.

Ce label pourrait reconnaître plusieurs critères essentiels : la régularité de l'approvisionnement, le respect des normes d'hygiène, la qualité de la relation client, ainsi que l'origine locale des produits proposés.

Pour assurer sa visibilité et son impact, ce label serait accompagné d'un affichage obligatoire dans les commerces, d'une plateforme en ligne permettant de localiser les établissements labellisés, ainsi que de campagnes de communication à l'échelle nationale.

L'objectif est clair : renforcer la confiance des consommateurs tout en valorisant les commerçants engagés dans une démarche de qualité et de proximité.

Réhabiliter le commerce de proximité, c'est réconcilier économie et société. Le commerce de proximité n'est pas un vestige à moderniser à contrecœur. C'est un maillon vital de la chaîne alimentaire, un lieu de socialisation, un vecteur de cohésion locale.

L'échec de Rawaj ne doit pas être un prétexte à l'inaction. Il doit servir de leçon : les politiques publiques doivent être ancrées, participatives, adaptées, et non plaquées d'en haut.

Aujourd'hui, le Maroc a l'opportunité de construire une nouvelle génération de politiques commerciales, centrées sur la proximité, la dignité, et l'inclusion. Pour que le petit commerce redevienne un levier de développement, et non un souvenir en voie d'extinction.



FAUT-IL UNE LOI SPÉCIFIQUE POUR ENCADRER LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE AU MAROC ?

Un secteur vital sans cadre cohérent

Le secteur de la distribution alimentaire est un pilier stratégique de l'économie marocaine. Elle irrigue le quotidien des consommateurs, assure l'écoulement de la production agricole et agroalimentaire nationale, et génère des milliers d'emplois directs et indirects. Pourtant, ce secteur évolue dans un flou juridique inquiétant.

Aucune loi spécifique ne lui est dédiée. Les opérateurs naviguent entre des textes généraux comme ceux sur la liberté des prix, la protection du consommateur, la concurrence, la fiscalité ou l'urbanisme, sans qu'aucun ne construise une vision cohérente et globale.

Dans son Avis A/1/25, le Conseil de la Concurrence met en lumière cette fragmentation réglementaire qui engendre opacité et inefficacité. Il invite les pouvoirs publics à envisager une loi-cadre inspirée des expériences internationales pour structurer et assainir ce secteur stratégique.

Un cadre juridique éclaté et permissif

Le droit marocain repose sur une mosaïque de textes disparates qui ignorent les spécificités du secteur. La loi sur la concurrence régule les abus de position dominante sans introduire de mécanismes propres à la distribution alimentaire.

La loi sur la protection du consommateur encadre les pratiques commerciales trompeuses mais ne traite ni des marges ni des circuits d'approvisionnement. Le Code général des impôts fixe la TVA alimentaire sans distinction entre circuits modernes et traditionnels. Les textes relatifs à l'urbanisme ignorent la logique commerciale du secteur.

Cette fragmentation laisse place à des abus et des déséquilibres. Les marges restent opaques, les obligations de service public inexistantes, et les acteurs évoluent dans un environnement flou et permissif.

Un secteur aux spécificités ignorées

La distribution alimentaire possède



des caractéristiques uniques qui justifient une régulation adaptée. Les produits alimentaires sont essentiels et leur prix, disponibilité et qualité impactent directement la sécurité alimentaire nationale.

Le secteur est marqué par un déséquilibre entre quelques grandes enseignes puissantes et une multitude de petits commerçants et producteurs fragiles. Les circuits sont multiples et opaques, mêlant marchés informels, franchises, supérettes, grandes et moyennes surfaces (GMS) et plateformes digitales, sans règle homogène.

Toute fluctuation de prix ou de disponibilité peut provoquer des tensions politiques ou sociales, comme l'ont montré les crises alimentaires de 2022 et 2023.

Des exemples internationaux inspirants

Plusieurs pays ont adopté des lois spécifiques pour encadrer la distribution alimentaire, avec des résultats probants.

En France, la loi Egalim impose la transparence des marges, encadre les relations contractuelles entre producteurs et distributeurs et limite les promotions abusives.

En Espagne, la loi sur la chaîne alimentaire interdit l'achat à un prix inférieur au coût de production, impose une contractualisation obligatoire et sanctionne les déséquilibres contractuels.

En Tunisie, la loi sur le commerce intérieur régule les marges, les licences d'implantation et intègre l'urbanisme commercial dans les plans d'aménagement.

Ces modèles montrent qu'une loi-cadre peut renforcer la transparence et l'équité tout en soutenant la résilience du marché.

Les pistes pour une loi marocaine

Une loi-cadre adaptée au Maroc pourrait définir les typologies de distribution en identifiant les différentes formes de commerce comme le commerce de proximité, les GMS, l'e-commerce ou les circuits courts.

Elle pourrait imposer des règles de transparence commerciale avec une déclaration obligatoire des marges, la publication régulière des prix et des audits indépendants des pratiques commerciales.

Elle pourrait également protéger les petits opérateurs en plafonnant les redevances imposées par les grandes enseignes, en garantissant une contractualisation équitable et en soutenant la digitalisation des petits commerçants.

Enfin, elle pourrait encadrer les implantations commerciales en introduisant une autorisation préalable pour les nouvelles GMS et en intégrant l'urbanisme commercial dans les plans d'aménagement.

Les risques de l'inaction

Sans cadre juridique dédié, les déséquilibres actuels risquent de s'aggraver. La concentration autour de quelques grandes enseignes pourrait marginaliser les circuits traditionnels. La hausse incontrôlée des prix, faute de transparence, et la dépendance accrue vis-à-vis d'importateurs étrangers pourraient fragiliser davantage le secteur.

L'absence de régulation pourrait aussi freiner l'innovation logistique, les circuits courts et les partenariats équitables, pourtant essentiels à la souveraineté alimentaire nationale.

À défaut d'un cadre juridique dédié, les déséquilibres actuels risquent de s'aggraver. La concentration autour de quelques grandes enseignes pourrait marginaliser les circuits traditionnels.

La hausse incontrôlée des prix, faute de transparence, et la dépendance accrue vis-à-vis d'importateurs étrangers pourraient fragiliser davantage le secteur. L'absence de régulation pourrait aussi freiner l'innovation logistique, les circuits courts et les partenariats équitables, pourtant essentiels à la souveraineté alimentaire.

Ainsi, il ne s'agit pas de bureaucratiser ou d'étatiser le commerce, mais de lui offrir un cadre juridique stable et équilibré.

Une loi-cadre pourrait protéger les consommateurs, valoriser les petits commerçants et encadrer la grande distribution tout en traçant une vision à long terme pour un secteur crucial. Le Maroc a besoin d'une législation moderne qui clarifie les règles, réduit les abus et garantit une distribution alimentaire équitable et durable.





UNE PRÉSENCE FORTE SUR LES RESEAUX SOCIAUX



167,2K
FOLLOWERS



412K
FOLLOWERS



1,2M
FOLLOWERS



138K
FOLLOWERS

QUI DIT MIEUX ?

SUIVEZ-NOUS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX
ET RECEVEZ NOS DERNIÈRES ACTUALITÉS



CINQ LEVIERS POUR RÉFORMER LES CIRCUITS DE DISTRIBUTION AU MAROC

Un système déséquilibré, mais réformable

Le circuit de distribution des produits alimentaires au Maroc est devenu, au fil des années, un labyrinthe économique : entre les grands groupes de distribution, les commerçants de quartier, les souks, les marchés de gros et le e-commerce émergent, le consommateur ne sait plus à quel prix ni à quelle logique se fier.

Cette complexité cache des déséquilibres structurels : concentration excessive, marginalisation du commerce traditionnel, opacité des marges, tensions inflationnistes, et absence de gouvernance claire.

Dans son Avis A/1/25, le Conseil de la Concurrence dresse un diagnostic sans concession et propose un ensemble de recommandations. À partir de ces travaux, cinq grands leviers de réforme apparaissent comme prioritaires. Encore faut-il les activer, avec courage et cohérence.

Refonder la gouvernance du secteur

Premier constat : le secteur de la distribution alimentaire souffre d'un vide institutionnel. Il n'existe ni autorité de coordination, ni stratégie nationale, ni articulation claire entre les ministères concernés (Intérieur, Commerce, Agriculture, Santé...).

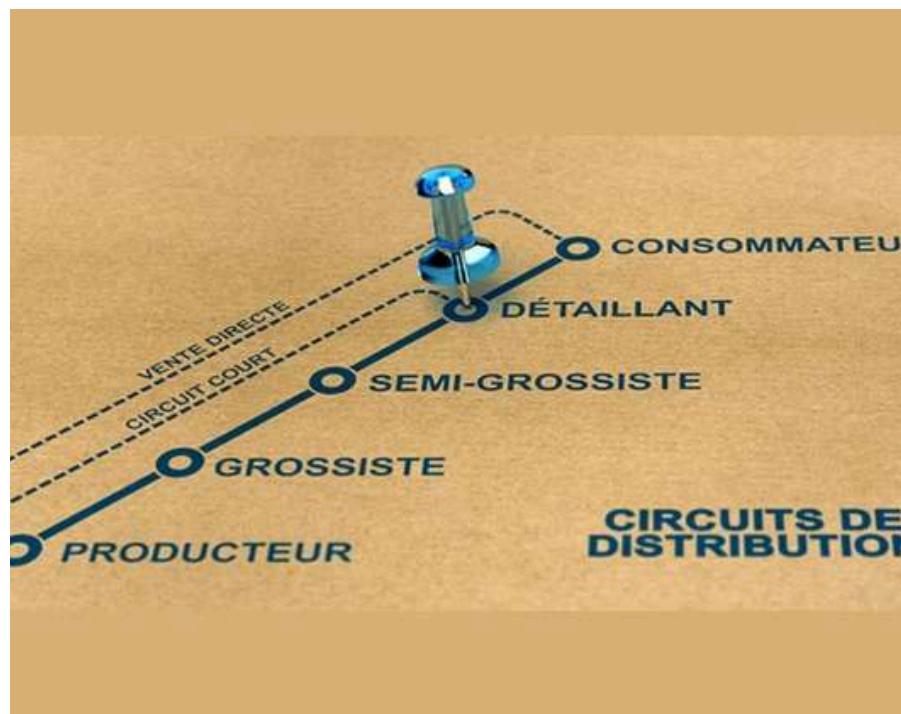
Le Conseil recommande la création d'un comité national de coordination de la distribution alimentaire, placé sous l'égide du Chef du Gouvernement. Cette instance permettrait de :

Superviser les politiques publiques liées à l'offre, à l'urbanisme commercial, à la régulation des marges ;

Centraliser les données et harmoniser les diagnostics ;

Piloter des réformes structurantes sur le long terme.

C'est une condition sine qua non pour sortir de l'approche par silos et mettre fin à la confusion actuelle entre acteurs locaux, régionaux et nationaux.



Créer un Observatoire national des prix et des marges

Le manque de transparence est l'un des points noirs du système. Ni les citoyens, ni les producteurs, ni les autorités n'ont accès à des données fiables, continues et territorialisées sur la formation des prix.

L'Observatoire permettrait de :

Suivre l'évolution des prix à chaque maillon de la chaîne (producteur, logisticien, distributeur, détaillant) ;

Identifier les écarts anormaux, les hausses spéculatives ou les pratiques anticoncurrentielles ;

Alerter les pouvoirs publics et orienter les mesures correctives (subventions, contrôles, plafonnement).

Sa mission serait technique, neutre, mais hautement stratégique dans un contexte de forte inflation et de tensions sociales liées à l'alimentation.

Protéger et moderniser le commerce traditionnel

Le commerce de proximité, qu'il s'agisse des épiceries, des souks ou des marchés hebdomadaires, représente encore plus de 70 % du chiffre d'affaires de la distribution alimentaire. Et pourtant, il demeure le grand oublié des politiques publiques.

Or, il constitue un tissu économique de premier ordre : emploi non délocalisable, proximité logistique, ancrage social dans les quartiers.

Il est urgent de :

Mettre en place un fonds d'appui à la modernisation des commerces de proximité (digitalisation, gestion de stock, logistique) ;

Garantir un accès équitable aux produits (centrales d'achat mutualisées, plateformes numériques coopératives) ;

Créer des zones commerciales protégées dans les plans d'aménagement urbain, pour éviter la désertification commerciale des quartiers.

Ne pas investir dans ce pilier, c'est condamner à moyen terme une partie essentielle de l'économie populaire.

Encadrer les pratiques des grandes surfaces

Les GMS ont apporté professionnalisation, traçabilité et hygiène. Mais elles concentrent désormais des parts de marché importantes, avec un pouvoir de négociation écrasant sur les fournisseurs.

Le Conseil pointe en particulier :

Les marges arrière opaques (remises, frais marketing, bonus de référencement) ;

Les pratiques contractuelles déséquilibrées, imposant des conditions léonines à des TPE ;

Le développement anarchique dans les villes moyennes, souvent sans étude d'impact territorial.

Les leviers proposés :

Encadrer légalement les marges arrière et les rendre déclaratives ;

Créer un cadre contractuel équitable, inspiré des lois françaises (Egalim) ou espagnoles ;

Intégrer l'urbanisme commercial aux plans d'aménagement et imposer des autorisations préalables à l'ouverture de GMS.

Il ne s'agit pas de brider la grande distribution, mais de lui imposer des règles de responsabilité et de loyauté.

Intégrer les innovations digitales et les circuits alternatifs

La distribution alimentaire au Maroc évolue aussi en dehors des circuits classiques. De nouvelles initiatives émergent : marketplaces rurales, applications de circuits courts, plateformes logistiques partagées, e-commerce alimentaire.

Ces innovations peinent à percer à cause :

Du manque de cadre réglementaire clair (statut juridique, TVA, sécurité sanitaire) ;

De l'infrastructure numérique inégale entre les territoires ;

Du manque de financement adapté (microcrédit, capital patient, subventions locales).

La réforme doit viser à :

Créer un statut juridique spécifique pour le commerce digital alimentaire ;

Favoriser l'accès aux plateformes mutualisées pour les petits producteurs ;

Accompagner les collectivités dans la digitalisation de leurs marchés de gros et la dématérialisation des circuits.

Ces modèles hybrides sont l'avenir d'un système alimentaire plus durable, plus équitable, et plus résilient face aux crises.

Des réformes difficiles, mais nécessaires

Aucun de ces leviers ne peut être activé sans volonté politique forte, concertation multi-acteurs et suivi rigoureux. Il ne s'agit pas de "faire la révolution", mais de corriger une trajectoire déséquilibrée.

Le Maroc ne manque pas de talents, d'expériences pilotes ou de ressources techniques. Ce qui manque, selon le Conseil, c'est :

Une vision intégrée et partagée :

Des arbitrages courageux face aux lobbies ou à l'inertie administrative ;

Une priorisation claire, avec un calendrier de mise en œuvre.

Une opportunité historique de modernisation économique. Le moment est propice. L'inflation a rendu visibles les failles du système. Le numérique ouvre de nouvelles solutions. Et la société civile s'empare de plus en plus de la question alimentaire.

Réformer les circuits de distribution, c'est reprendre le contrôle sur notre économie quotidienne. C'est redonner de la dignité au commerçant de quartier, de la transparence au citoyen, de la valeur au producteur, et de la souveraineté à la nation.

Les cinq leviers sont là. Il ne reste qu'à les actionner. Avant que le déséquilibre ne devienne irréversible.



LA TRANSPARENCE SUR LES PRIX ALIMENTAIRES EST-ELLE IMPOSSIBLE AU MAROC ?

Enquête sur un brouillard organisé autour des marges, des circuits et des responsabilités

Quand le citoyen ne sait plus ce qu'il paie

Pourquoi un litre de lait vendu 3 dirhams au producteur atteint-il 9 dirhams dans les rayons ? Pourquoi les tomates flambent à Casablanca quand elles pourrissent à Agadir ? Pourquoi l'ail importé coûte moins cher que celui de Taza ?

Au Maroc, comprendre les prix alimentaires relève souvent du casse-tête, voire du mystère. Et pour cause : il n'existe aucun dispositif public structuré permettant de suivre la formation des prix, ni de rendre compte de la répartition des marges dans les circuits de distribution.

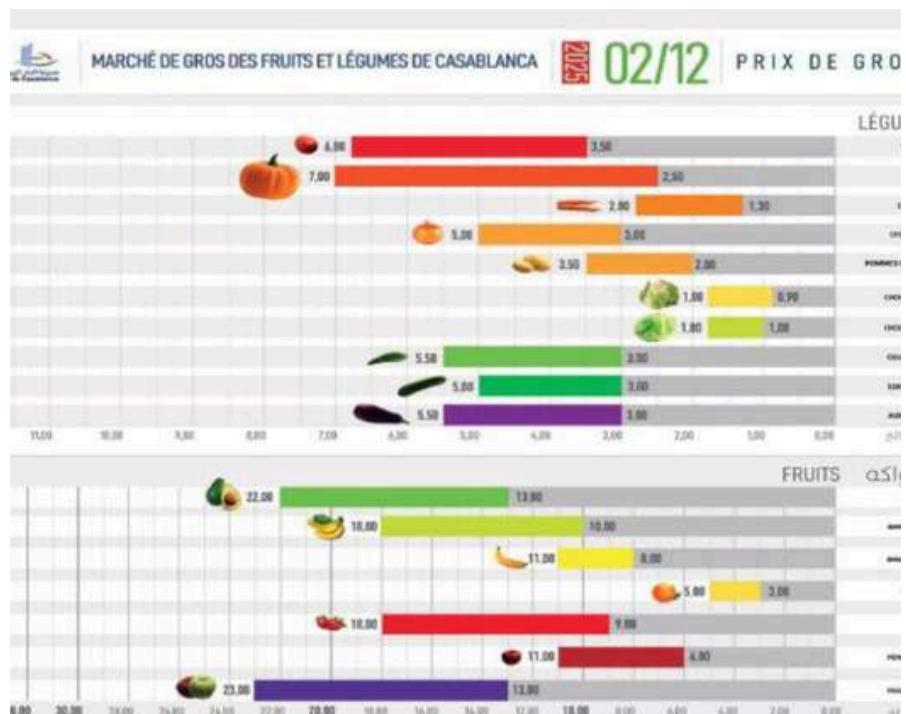
Dans son Avis A/1/25, le Conseil de la Concurrence dénonce cette opacité systémique comme l'un des grands freins à une politique efficace de lutte contre l'inflation et de protection du consommateur. Mais aussi comme un révélateur des résistances profondes à la régulation.

Une chaîne de valeur sous surveillance... privée

Au Maroc, les prix agricoles à la production sont relativement bien documentés, notamment par les Chambres d'agriculture et les services du ministère. Cependant, dès que les produits quittent le stade primaire, que ce soit le champ ou l'unité de transformation, la traçabilité des prix devient lacunaire, rendant opaque la formation des marges tout au long de la chaîne de valeur.

Le ministère du Commerce ne publie aucune base de données sur les prix de vente moyens par ville, par circuit ou par type de distributeur. Les les grandes surfaces alimentaires (GMS) gardent jalousement leurs informations, au nom du secret commercial. Les commerçants de quartier n'ont souvent ni registre comptable, ni relevé de stock.

Résultat : aucune institution ne sait vraiment qui prend quelle marge, à quel moment, ni pourquoi un même produit peut varier de 30 à 200 % entre sa source et sa mise en rayon.



Pas d'observatoire, pas de politique

Le constat est sans appel : le Maroc ne dispose pas d'un Observatoire national des prix et des marges. Une carence qui le distingue des pays membres de l'Organisation de Coopération et de Développement Économiques (OCDE) et même de voisins comme la Tunisie.

Un tel outil, pourtant indispensable, permettrait de collecter des données fiables sur les prix à chaque niveau de la chaîne de valeur, d'identifier les pratiques abusives telles que les surmarges, les ententes ou la spéculation, et de fournir une base objective pour orienter les politiques publiques.

Plafonnement des prix, ajustements fiscaux, dispositifs de soutien ciblé : autant de mesures qui pourraient s'appuyer sur des données précises et actualisées. En outre, cet instrument serait crucial pour rétablir la confiance des citoyens dans un marché souvent perçu comme opaque et déséquilibré. À ce jour, le Haut-Commissariat au Plan (HCP) publie des indices globaux, notamment l'indice des prix à la consommation. Toutefois, l'absence de ventilation fine par produit ou secteur rend toute analyse opérationnelle impossible, limitant ainsi la capacité d'intervention face aux dérives économiques.

Pourquoi cet observatoire n'existe pas ?

L'absence d'un Observatoire des prix au Maroc s'explique par un manque de volonté politique, alimenté par la crainte de froisser les grands distributeurs, une culture économique encore largement dominée par le laisser-faire et l'ajustement par le marché, un morcellement institutionnel qui rend la coordination entre ministères, collectivités locales et fédérations professionnelles particulièrement complexe, ainsi que des résistances corporatistes, notamment de la part des syndicats de commerçants, peu enclins à accepter une transparence accrue, une opacité qui semble ainsi servir les intérêts des acteurs dominants tout en pénalisant les consommateurs et les petits producteurs.

Quand la loi se tait

Le droit marocain ne fixe aucune obligation de publication des prix ou des marges dans le secteur de l'agroalimentaire. Contrairement à d'autres pays,

aucune obligation légale n'impose la publication des prix ou des marges pratiqués par les grandes surfaces, aucun distributeur n'est tenu de justifier ses hausses de prix, et les entreprises peuvent librement fixer leurs marges, même abusives, tant qu'aucune entente anticoncurrentielle n'est prouvée.

La Loi sur la liberté des prix et de la concurrence (n°104-12) prévoit des contrôles en cas de pratiques anticoncurrentielles, mais elle n'instaure pas de transparence proactive, laissant l'action publique dépendante de mécanismes réactifs, souvent lents et inefficaces.

L'argument du "secret commercial"

Chaque fois que la question des marges est posée, les grandes enseignes et industriels invoquent le secret des affaires : rendre publiques leurs marges reviendrait, selon eux, à révéler des données sensibles à leurs concurrents.

Cet argument est recevable en théorie... mais problématique dans un marché où les mêmes acteurs dominent le secteur, et où les asymétries d'information faussent la concurrence.

Le Conseil propose donc une solution intermédiaire : rendre les données anonymisées obligatoires, consolidées par secteur ou par région, sans identifier les marques ou les entreprises.

L'enquête menée par le Conseil de la concurrence sur la filière lait met en lumière les dysfonctionnements liés à l'absence de transparence dans la chaîne de valeur. Les producteurs vendent le litre de lait cru à 3 DH, tandis que les industriels, après transformation, le cèdent à 5 DH aux distributeurs. Pourtant, le prix en rayon grimpe parfois jusqu'à 9 ou 10 DH le litre, selon les enseignes et les villes.

Ce gouffre entre le prix initial et celui payé par le consommateur reste inexpliqué. Aucune donnée officielle ne permet de déterminer les marges exactes pratiquées par les transformateurs, logisticiens, distributeurs ou détaillants. Le consommateur, lui, se retrouve à payer... sans savoir.

Les conséquences d'un marché sans transparence

L'opacité du marché agroalimentaire engendre quatre effets majeurs. Elle accentue les pressions inflationnistes en empêchant l'État de cibler efficacement les segments nécessitant une régulation. Elle alimente une défiance généralisée des agents économiques, les hausses de prix étant perçues comme arbitraires.

Elle limite l'efficacité des politiques publiques en rendant impossible un ciblage optimal des aides, faute de données fiables sur les marges des différents acteurs. Enfin, elle favorise les comportements collusifs entre les acteurs dominants, réduisant la concurrence et renforçant les structures oligopolistiques. Ces effets illustrent l'urgence de mécanismes de transparence pour rétablir l'équilibre du marché.

Ce que propose le Conseil

Le Conseil de la Concurrence propose trois mesures clés pour améliorer la transparence. Il recommande la création d'un Observatoire national des prix et des marges, indépendant, rattaché au Chef du Gouvernement, et doté d'un pouvoir d'enquête pour publier des données mensuelles par produit et région.

Il préconise également d'imposer aux grandes enseignes une déclaration annuelle de la structure des prix sur des produits de base, avec sanctions en cas de non-conformité.

Enfin, il suggère de mettre en place une plateforme publique interactive permettant aux citoyens de comparer les prix locaux et de responsabiliser les distributeurs. Ces mesures visent à garantir une meilleure régulation du marché.

Au-delà des aspects techniques, la transparence sur les prix est une question de justice sociale et de démocratie économique : elle constitue un véritable enjeu de justice sociale et de démocratie économique.

Elle offre aux citoyens la possibilité de faire des choix éclairés, aux producteurs un cadre de négociation plus équitable, et à l'État les moyens d'assumer pleinement son rôle de régulateur au service de l'intérêt général.

Cet impératif devient encore plus crucial dans un contexte marqué par des tensions inflationnistes, une précarité alimentaire croissante et la nécessité de renforcer la souveraineté économique.



La transparence est le préalable à toute réforme

Ainsi, tant que le Maroc restera dans une zone grise de non-dits, d'intérêts croisés et de données absentes, toute réforme du secteur de la distribution sera vouée à l'échec.

Il est temps d'admettre que l'opacité n'est pas une fatalité mais un choix politique. Et que seule la lumière permettra de rééquilibrer les rapports entre l'agriculteur, le commerçant, le distributeur... et le consommateur.

DISTRIBUTION ALIMENTAIRE : FAUT-IL ENCADRER LES MARGES ARRIÈRE ?

Une pratique opaque mais centrale dans le modèle économique des grandes surfaces au Maroc

Quand la marge ne dit pas son vrai nom

Dans le débat public sur les prix alimentaires, on parle souvent du prix final, de l'inflation, ou de la spéculation. Mais rarement d'un levier décisif, pourtant au cœur de la formation des prix dans la grande distribution : les marges arrière.

Ces « frais cachés », comme la remises de fin d'année, participations marketing, contributions à l'implantation en rayon constituent désormais un système parallèle de rémunération, permettant aux grandes surfaces de gonfler leur rentabilité sans que cela transparaisse sur l'étiquette.

Dans son Avis A/1/25, le Conseil de la Concurrence consacre un chapitre entier à ces pratiques, et appelle à un encadrement plus strict, afin de protéger les producteurs, les fournisseurs... et, in fine, les consommateurs.

Qu'est-ce qu'une marge arrière ?

Contrairement à la marge frontale, qui correspond à la différence entre le prix d'achat et le prix de vente d'un produit, la marge arrière regroupe l'ensemble des avantages financiers qu'une enseigne obtient a posteriori de ses fournisseurs. Ces revenus complémentaires, souvent négociés dans un cadre contractuel, restent cependant entourés d'une opacité notable.

Ces avantages prennent différentes formes. On retrouve notamment les remises de fin d'année calculées sur le volume global acheté, les frais de référencement versés pour garantir la présence du produit en rayon, la participation aux opérations promotionnelles, ainsi que les coûts liés à la mise en rayon ou à la logistique inverse. S'y ajoutent parfois des exclusivités territoriales ou de marque.

Autrement dit, une enseigne peut vendre un produit avec une marge directe relativement faible tout en assurant une rentabilité élevée grâce à ces revenus indirects. Ce mécanisme, bien que parfaitement légal, est régulièrement critiqué pour son manque de transparence, la complexité contractuelle qu'il engendre



, ainsi que les déséquilibres qu'il crée dans les relations commerciales entre fournisseurs et distributeurs.

Un système lucratif mais inéquitable

Le Conseil de la Concurrence indique que les marges arrière peuvent représenter jusqu'à 30 % du chiffre d'affaires fournisseur dans certains cas, voire 50 % pour des PME fragiles.

Ces marges sont rarement répercutées sur les prix de vente. Résultat : le consommateur ne bénéficie pas de la baisse des coûts, et le producteur est étranglé.

Exemple typique :

Un agriculteur vend son produit à 2 DH/kg ;

L'enseigne l'achète à 2,5 DH/kg mais exige 0,5 DH/kg de marge arrière ;

Le produit est revendu à 5 DH/kg, sans que la marge arrière ne serve à réduire ce prix.

C'est donc un système à double détente, où le distributeur capte une rente invisible, sans gain pour les autres maillons de la chaîne.

Conséquences sur la concurrence

Le Conseil met en garde contre une série de dérives engendrées par les marges arrière. D'abord, une distorsion flagrante de concurrence : seules les grandes entreprises, dotées de moyens juridiques et financiers solides, peuvent absorber ces coûts cachés et conserver leur visibilité en rayon. Les petites structures, coopératives ou PME, sont trop souvent écartées dès les premières négociations.

Ensuite, cette pratique favorise une concentration du marché. En resserrant leurs liens commerciaux avec quelques fournisseurs stratégiques, les grandes surfaces verrouillent l'accès aux linéaires, réduisent la diversité des produits et étouffent l'innovation locale.

Troisième effet domino : une pression accrue sur les prix agricoles. Pour compenser ces prélèvements, les fournisseurs répercutent les pertes sur les producteurs ou sur la qualité des produits.

Enfin, l'opacité domine. Les marges arrière échappent à toute transparence : absentes des factures et des documents comptables publics, elles rendent impossible toute lecture claire de la répartition de la valeur.

Un encadrement juridique à la traîne

Au Maroc, les marges arrière ne sont ni interdites ni véritablement encadrées. Contrairement à la France, où la loi Galland puis la loi Egalim ont imposé des garde-fous, le droit marocain reste silencieux sur plusieurs points cruciaux : aucune obligation de transparence contractuelle, aucun plafonnement légal par produit ou secteur, et pas d'instance de médiation commerciale indépendante.

Ce vide juridique ouvre la porte à des rapports de force déséquilibrés. Le Conseil de la concurrence le souligne : en l'absence de cadre clair, la négociation tourne souvent à l'injonction unilatérale. Les grandes surfaces imposent leurs conditions, face à des fournisseurs privés de tout levier de contestation.

Les chiffres au Maroc : une boîte noire

Selon l'Avis A/1/25 du Conseil de la concurrence, les marges arrière sont massivement utilisées par les grandes enseignes marocaines. Mais l'étendue exacte du phénomène reste floue : aucune donnée officielle ne permet d'en mesurer l'ampleur. Seules quelques enquêtes de terrain lèvent partiellement le voile.

Les estimations évoquent en moyenne 10 à 25 % du chiffre d'affaires fournisseur ponctionnés sous forme de remises ou de "services" commerciaux, avec des pics vertigineux atteignant 60 % pour certains produits de grande consommation comme l'eau minérale, le lait ou les biscuits.

En l'absence d'audits indépendants sur les contrats liant distributeurs et fournisseurs, l'opacité demeure la règle. Une opacité qui, en creux, fait obstacle à tout débat public sur la répartition de la valeur au sein de la chaîne agroalimentaire.

Recommandations du Conseil

Face à l'opacité persistante entourant les marges arrière, le Conseil de la concurrence appelle à une série de réformes ambitieuses pour rééquilibrer la relation entre distributeurs et fournisseurs.

D'abord, un encadrement légal fort s'impose. Le Conseil propose de plafonner ces marges par secteur, avec un seuil de 15 % maximum dans l'agroalimentaire, tout en interdisant leur pratique pour les très petites entreprises, les coopératives ou les produits labellisés, fragilisés par ces pressions.

Ensuite, la transparence doit devenir la règle. Il recommande d'obliger la déclaration claire et séparée des marges arrière dans tous les contrats et d'instaurer un audit annuel obligatoire pour les grandes enseignes afin de mettre à nu la répartition réelle des revenus fournisseurs.

Par ailleurs, le Conseil plaide pour la création d'une autorité indépendante de régulation commerciale, calquée sur le modèle du médiateur français. Cette instance pourrait recevoir les plaintes, mener des enquêtes et sanctionner les pratiques abusives.

Enfin, pour protéger les acteurs modestes, il préconise de réservé une part des linéaires aux produits locaux, artisanaux ou coopératifs, tout en mettant en place un fonds public pour subventionner l'entrée en référencement des petits producteurs.

Vers une contractualisation plus équilibrée

Au-delà de la simple réglementation, le Conseil de la concurrence appelle à une refonte profonde des pratiques commerciales, fondée sur la loyauté, la durabilité et le partage équitable de la valeur.

Cela passe par la mise en place de contrats pluriannuels entre les grandes et moyennes surfaces et leurs fournisseurs, garantissant ainsi une stabilité des revenus. Le Conseil suggère également d'intégrer les producteurs en amont au sein d'accords tripartites, afin de renforcer la cohésion de la chaîne d'approvisionnement.

Par ailleurs, il insiste sur la nécessité de valoriser les produits porteurs d'une forte valeur sociale ou territoriale, même lorsque leur marge reste modeste.

L'objectif est clair : dépasser une approche strictement comptable pour adopter une stratégie de distribution responsable, respectueuse des équilibres économiques et sociaux.

Transparence ou opacité, il faut choisir

Les marges arrière ne sont pas illégales. Mais leur usage massif, opaque, et déséquilibré fausse la concurrence et mine la chaîne de valeur alimentaire. Tant que cette pratique restera hors de tout cadre, le Maroc sera incapable de maîtriser réellement l'inflation alimentaire, ni de garantir un accès équitable au marché pour tous les acteurs.

La réforme n'est pas simple : elle touche à des intérêts puissants. Mais elle est urgente, si l'on veut bâtir une distribution alimentaire plus juste, plus transparente, et plus conforme à l'intérêt général.



LE KIOSQUE 2.0 DE L'ODJ MÉDIA



PRESSPLUS EST LE KIOSQUE 100% DIGITAL & AUGMENTÉ
DE L'ODJ MÉDIA GROUPE DE PRESSE ARRISALA SA
MAGAZINES, HEBDOMADAIRE & QUOTIDIENS..

www.pressplus.ma



SCAN ME!

QUE VOUS UTILISIEZ VOTRE SMARTPHONE, VOTRE TABLETTE OU MÊME VOTRE PC,
PRESSPLUS VOUS APporte LE KIOSQUE DIRECTEMENT CHEZ VOUS