

## Plan de développement du secteur commercial Rawaj vision 2020

### Objectifs :

- **Améliorer les conditions d'approvisionnement du citoyen marocain**
- **Améliorer le niveau de vie des commerçants**
- **Augmenter la contribution de la valeur ajoutée du secteur au PIB national**
- **Créer des opportunités d'emplois**

### Rawaj 2020 : pourquoi ?

Le commerce intérieur contribue annuellement à la création de richesse à hauteur de 11% (la valeur ajoutée du secteur, au prix courant, s'est établie, au titre de l'année 2006, à 63 milliards de dirhams) et emploi environ 1,2 millions de personnes soit 12,8% de la population active marocaine réparties sur plus de 850.000 points de vente, dont 40% exercent sous forme ambulante, occasionnelle ou saisonnière principalement en milieu rural.

Par ailleurs, il est à noter que le commerce intérieur a connu, durant cette dernière décennie, l'émergence de nouveaux modes de commerce et plus particulièrement les réseaux de franchise et de la grande distribution.

Dans ce cadre et eu égard au rôle important que joue ce secteur en tant que canal incontournable entre les producteurs et les consommateurs, il a besoin, aujourd'hui, d'une vision claire, qui se fixe pour objectifs une adaptation à l'évolution économique et sociale et une structuration de la distribution à même de permettre d'améliorer la compétitivité des secteurs productifs.

Dans ce sens et après avoir établi une vision pour le secteur industriel avec le plan « Emergence », le Ministère de l'Industrie, du Commerce et de la Mise à Niveau de l'Economie a lancé une étude stratégique pour le développement du commerce et de la distribution. Elle a pour ambition de faire du Maroc un hub commercial par excellence.

Ainsi et en se basant sur un diagnostic approfondi et sur les meilleures pratiques étrangères (France Italie, Grèce, Turquie et Emirats Arabes Unies), cette étude a permis d'identifier des plans d'actions concrets en terme de politique de développement, de restructuration et de modernisation du Commerce et de la Distribution.

Ces choix stratégiques ambitionnent, à l'horizon 2020, de :

- Tripler le PIB actuel du commerce ;
- Porter la contribution du commerce au PIB national à 15% (contre 11% pour l'année 2006) ;
- Créer plus de 450.000 emplois.

C'est ainsi que le programme de développement du Commerce et de la distribution, baptisé « RAWAJ VISION 2020 », s'est focalisé sur les quatre acteurs commerciaux suivants:

- La grande et moyenne distribution ;
- Le commerce indépendant ;

- Le commerce en réseau et la franchise ;
- Les espaces publics marchands sous la responsabilité des communes (marchés de gros, abattoirs et halles aux poissons).

Le programme RAWAJ VISION 2020 a identifié des plans transversaux et sectoriels, qui se résumant comme suit :

#### II- Plans transversaux:

- Renforcement de l'attractivité de l'offre commerciale ;
- Amélioration de l'environnement des opérateurs du commerce.

#### III- Plans sectoriels spécifiques :

- Commerce de proximité ;
- Grande et Moyenne Distribution ;
- Marchés de gros, abattoirs et halles aux poissons.

Aussi et en vue de mettre en œuvre ces plans, des contrats programmes avec les différents acteurs du secteur commercial devront être signés.

## Mesures transversales :

### I- Plan « Attractivité commerciale »

### II- Plan « Environnement de l'entreprise commerciale»

---

#### **I- Plan « Attractivité commerciale » :**

Le plan « Attractivité commerciale » vise à mieux organiser le jeu d'acteurs et à adapter l'offre d'accueil par rapport aux attentes des opérateurs tout en la rendant plus visible à travers la réalisation de schémas d'urbanisme commerciaux aussi bien au niveau national que régional.

La réalisation de ces schémas sera basée sur des études de faisabilité technique, juridique et économique globale fondée sur des critères socio-économiques qui prennent en considération :

- Les besoins de la clientèle potentielle et/ou des usagers professionnels,
- Les politiques d'habitat et d'aménagement du territoire mises en œuvre,
- L'impact sur la rentabilité des commerces avoisinants,
- Les conditions d'accès et de circulation,
- La cohérence avec le potentiel des infrastructures réalisées et celles projetées (routes, sentiers piétonniers, connexion en eau – électricité – télécommunications, éclairage extérieur, assainissement etc)
- Le respect de l'environnement, l'identité culturelle, ainsi que la vocation de la région.

Aussi, ces études préalables permettront l'organisation de l'espace commercial et une meilleure facilité dans le choix de l'implantation des activités pour les opérateurs.

De même, ces schémas permettront de promouvoir de façon harmonieuse les différentes formes de commerces (commerces de proximité, grande distribution, commerce non sédentaire, grands projets structurant...) et amélioreront l'attractivité du secteur pour les investisseurs nationaux et étrangers.

Dans ce cadre, le programme RAWAJ VISION 2020 propose de planifier des plateformes logistiques de distribution de 1er rang adaptées aux spécificités régionales (centre de collecte, plateforme multimodale, magasin sous douane, ...) ainsi que des pôles commerciaux de référence (malls, shopping entertainment, ...).

## **II- Plan « Environnement de l'entreprise commerciale » :**

La mise en œuvre du plan « Environnement de l'entreprise commerciale » vise à améliorer les conditions d'exercice de l'activité commerciale, à mettre en place de schémas de formation adaptés aux besoins de l'entreprise et à renforcer la protection du consommateur.

1. Amélioration des conditions d'exercice
2. Formation
3. Santé et sécurité du consommateur

### II-1- Amélioration des conditions d'exercice

#### a- Fiscalité

Plusieurs actions ont été menées pour améliorer l'environnement fiscal de l'entreprise commerciale. A ce titre, il y a lieu de citer la réforme de la fiscalité locale qui vise la réduction ou suppression de certaines taxes, ainsi que la promulgation de la loi sur la comptabilité super-simplifiée.

Toutefois, l'environnement fiscal de l'entreprise doit s'adapter à l'évolution que connaît le secteur, favoriser l'élargissement de l'assiette fiscale à travers une réduction des opérateurs intervenant dans l'informel.

De même, des mesures supplémentaires sont examinées pour faciliter l'adoption de régimes formels d'imposition aux petits commerçants.

#### b- Immobilier commercial

Pour pallier au problème de la cherté et de l'indisponibilité de l'immobilier et de l'assiette foncière destinés à abriter des projets commerciaux, le programme RAWAJ/VISION/2020 recommande la réforme du Dahir du 24 Mai 1955 sur le bail commercial et ce, dans le sens d'une meilleure protection du bailleur, l'incitant ainsi à offrir, en location, les biens dont il dispose.

De même et en vue de lutter contre les spéculations sur les locaux commerciaux, il est proposé d'instaurer un droit de préemption permettant aux collectivités locales de récupérer les locaux non utilisés et de les mettre à la disposition des investisseurs.

#### c- Procédures administratives

Concernant les procédures administratives, le programme RAWAJ VISION 2020 recommande de remplacer les procédures d'obtention des autorisations commerciales par un système déclaratif.

Aussi, il propose l'adoption de cahier des charges pour l'exercice de l'activité commerciale. Ces cahiers de charges fixent les conditions de bases relatives à la santé, la sécurité et la commodité du point de vente par rapport à son environnement.

## II-2- Formation:

Le programme Rawaj vision 2020 a identifié un besoin annuel d'accompagnement des commerçants dans le domaine de la formation est de près de 35.000 personnes / an.

Ainsi ce programme prévoit la mise en place de schémas de formation adaptés (de courte durée et orientés vers l'opérationnel) destinés aux étudiants et/ou aux projets de reconversion professionnelle. A cet effet, deux schémas sont proposés:

- Un schéma de soutien au développement du secteur commercial à travers des formations aux techniques de gestion et de commerce, porté par des organismes publics et/ou privés ;
- Un schéma de formation spécialisée pour le développement de la distribution moderne, conçu en partenariat avec les professionnels du secteur.

Un travail d'identification de la formation qualifiante a été opéré pour 10.000 personnes/an et concerne la formation courte, la formation qualifiante, Certificats d'Aptitude Professionnelle, techniciens (Bac+2) et cadres (Bac+4).

## II-3- Santé et sécurité du consommateur:

Dans un environnement commercial caractérisé par le niveau élevé d'exigence des consommateurs ainsi que l'extension des zones urbanisées et par conséquent et une demande de plus en plus accrue pour les produits alimentaires, des actions concrètes ont été retenues pour la protection du consommateur contre les risques d'insécurité alimentaire et la lutte contre la contrefaçon.

### a- Sécurité alimentaire

Un programme de modernisation des techniques de distribution des produits périssables devra être mis en place afin d'assurer l'acheminement des produits dans les meilleures conditions de sécurité et d'hygiène. De même des campagnes de sensibilisation doivent être menées pour informer les consommateurs et commerçants sur les risques sanitaires.

### b- Protection du consommateur

La protection du consommateur sera renforcée par l'adoption du projet de loi sur la protection du consommateur, qui vise le renforcement des droits du consommateur ainsi que ses structures représentatives.

### c- Plan de lutte contre la contrefaçon

Dans le cadre du plan national de lutte contre la contrefaçon, des campagnes de communication et de sensibilisation, contre la production, l'importation et le commerce de produits de contrefaçon et l'utilisation illicite de marques, seront lancées.

## Mesures Sectorielles :

### I- Commerce de proximité

### II- La grande et moyenne distribution

### III- Les marchés de gros des fruits et légumes, les abattoirs et les halles aux poissons

---

#### **I- Commerce de proximité**

Le commerce de proximité occupe une place importante dans l'économie nationale compte tenu de sa participation à la création d'emplois et de richesses. Ce mode de commerce, économiquement et socialement ancré à l'identité nationale, recèle d'innombrables atouts et est fortement apprécié chez le citoyen marocain.

En effet, les avantages compétitifs du commerce de proximité résident dans :

- La proximité au consommateur ;
- Les facilités de paiement accordées au client à travers le carnet de crédit;
- Les horaires d'ouvertures adaptés ;
- Le contact personnalisé entre le commerçant et le consommateur.

Malgré ces avantages, le petit commerce reste soumis à plusieurs difficultés internes et externes qui handicapent son développement et sa compétitivité ; notamment à cause de:

- L'apparition de nouveaux modes de commerce ;
- L'influence du secteur non structuré ;
- La concurrence des foires et salons opérant la vente en direct ;
- L'absence de pratiques et techniques modernes de vente et de gestion pouvant répondre aux besoins des consommateurs.

Par ailleurs, le programme RAWAJ VISION 2020 sous-tend au développement du commerce de proximité la réorganisation de ses structures et la modernisation de ses modes de gestion. Dans ce cadre, il recommande un package pour améliorer la compétitivité du commerce de proximité à travers l'adoption d'un système de labellisation des commerces permettant d'attester de la qualité des services, des produits offerts au sein du point de vente. De même, le programme propose pour le commerce de proximité une spécialisation du petit commerce et son regroupement en réseaux commerciaux et ce en vue d'augmenter sa rentabilité économique et financière.

Pour ce faire et en vue d'inciter les commerçants à adhérer à ce plan de modernisation, le programme RAWAJ VISION 2020 prévoit la mise en place d'un mécanisme de financement dédié, notamment, la création d'un fonds de développement du commerce.

Ce fonds permettra de financer et d'appuyer les projets initiés par les collectivités locales dans le but d'organiser les espaces commerciaux, moderniser les espaces publics et aménager des sites pour la sédentarisation des commerçants ambulants.

Ce programme a retenu également comme action l'appui à la diffusion et à la promotion des techniques modernes de gestion telles que l'adoption d'un système de labellisation,

la promotion des concepts nationaux de franchise, l'adhésion aux réseaux commerciaux et la modernisation des équipements, etc.

Par ailleurs, le programme RAWAJ VISION 2020 prévoit des actions spécifiques pour l'accompagnement et la modernisation du commerce de proximité en milieu rural, notamment en matière de réhabilitation des souks et des marchés ruraux.

## **II- La grande et moyenne distribution:**

La grande et moyenne distribution et le commerce moderne ont connu un rythme de croissance soutenu lors des deux dernières décennies. Cet essor vient accompagner et répondre aux nouveaux besoins de consommation du citoyen marocain, induits notamment par l'évolution du mode de vie, la mondialisation culturelle et économique, l'urbanisation croissante et l'amélioration du niveau de vie.

C'est ainsi que le nombre d'hypermarchés est passé de 6 en 1997 à 26 actuellement. De même, le nombre de réseaux de franchise dépasse 300 avec plus de 2000 points de vente dont une quarantaine de réseaux marocains.

Par ailleurs, il est à noter que le développement de ces nouveaux modes de commerce participe à la modernisation de l'appareil commercial et répond aux besoins du consommateur concernant la variété de l'offre, le rapport qualité/prix, l'animation commerciale, les campagnes de promotion, les facilités de paiement, la convivialité de l'espace de vente, etc.

En outre, ce secteur contribue de manière significative au développement de notre économie eu égard son importance dans l'attrait des capitaux étrangers au Maroc.

Néanmoins et malgré l'évolution remarquable de ces nouveaux modes de commerce, il n'en demeure pas moins vrai qu'ils sont confrontés à plusieurs difficultés liées notamment à :

- L'Indisponibilité de personnel qualifié dû au manque, voire l'absence, de filières de formation adaptées aux besoins de la distribution moderne;
- La difficulté à s'approvisionner en produits frais (boucherie, fruits et légumes, poissons....) lié au manque d'organisation des filières dans ce domaine et à l'obligation d'approvisionnement auprès des marchés communaux en ces produits ;
- Le déficit et la cherté de l'immobilier commercial et du foncier ;
- La faiblesse du système logistique et de transport.

D'un autre côté, il y a lieu de souligner que ce secteur connaît une concentration du nombre d'acteurs, ce qui constitue un frein au libre jeu de la concurrence.

En relation avec le commerce moderne, le plan d'actions RAWAJ vision 2020 vise à atteindre les objectifs chiffrés suivants :

- Implantation de 600 grandes et moyennes surfaces à l'horizon 2020 ; dont plus de 50 hypermarchés générant près de 80.000
- Création de 15 malls pouvant abriter près de 3000 magasins de franchise et de commerce moderne et générant près de 21.000 emplois ;
- Création de 15 outlets, solderies et magasins d'usine générant 5.000 emplois ;

Par ailleurs, il convient de signaler que le programme RAWAJ VISION 2020 recommande un encadrement du développement des nouveaux modes de commerce à travers

l'établissement de schémas directeurs national et régionaux d'implantation commerciale (voir plan attractivité commerciale).

Dans ce sens, le programme RAWAJ VISION 2020 propose un accompagnement du secteur en mettant en œuvre les mécanismes suivants :

- Mettre en place des branches de formation adaptées à la distribution moderne pour permettre une adéquation entre l'offre et la demande en formation ;
- Permettre aux grandes et moyennes surfaces l'intégration amont de la filière des produits frais ;
- Mettre en œuvre des chartes d'éthique entre les producteurs et les opérateurs de distribution moderne.
- Encourager le développement de marques de distributeurs et ce, dans le cadre d'un partenariat entre les distributeurs et les PME PMI locales.

### **III- Les marchés de gros des fruits et légumes, les abattoirs et les halles aux poissons:**

Les infrastructures commerciales communales jouent un rôle important dans le développement de l'économie du pays et l'approvisionnement du marché local en fruits et légumes, en viandes et en poissons.

Les principales forces de ces structures sont :

- Une large couverture régionale ;
- Des volumes significatifs de transaction pour certains marchés de gros ;
- La filière exportation est professionnelle et peut servir d'exemple pour la distribution / consommation domestique ;
- La satisfaction des besoins de la population;
- La possibilité de la concession au privé (expérience des abattoirs de Casablanca) ;
- Une mission initiale de fixation des cours ;
- Une large culture de consommation des produits carnés dans la société marocaine avec une valorisation de l'ensemble de la carcasse ;
- Amélioration de la qualité du poisson vendu par les marchés sous tutelle de l'Office National de Pêche.
- Un système de contrôle sanitaire de l'abattage et de la vente des poissons garantit la qualité au consommateur.

Malgré ces points forts, le secteur de la vente en gros des produits frais connaît plusieurs faiblesses qui les empêchent de jouer leur rôle comme chaînon important de l'approvisionnement du marché national. Ces faiblesses se résument comme suit :

- Inadaptation des textes régissant ces espaces commerciaux au développement du secteur du commerce ;
- Problèmes liés à la dégradation de l'infrastructure particulièrement dans les marchés de gros des fruits et légumes et des abattoirs ;
- Système fiscal bloquant la relance du secteur ;
- Problèmes liés aux mandataires au niveau des marchés de gros des fruits et légumes, des abattoirs et marchés de vente en gros des poissons, qui ne jouent plus leur rôle économique consistant à faciliter les opérations de vente ;
- Manque de conditions d'hygiène pour certains abattoirs et marchés de vente en gros de poissons frais, ce qui représente un danger pour la santé et la sécurité des citoyens ;
- Concurrence déloyale de la part du secteur informel ;
- Incapacité des moyens actuels des abattoirs à répondre aux besoins du contrôle sanitaire des viandes ;

- Manque d'acteurs spécialisés dans la gestion de ces infrastructures commerciales communales.

Pour pallier à ces problèmes, le programme RAWAJ VISION 2020 prévoit :

- La mise en place d'un schéma directeur visant le redéploiement des marchés de gros, des abattoirs et des marchés de vente en gros de poissons frais et ce, dans le but de les professionnaliser. Ce schéma directeur statuera sur le sort des marchés informels en décrétant soit leur fermeture soit leur restructuration en vue de leur réintégration.
- Dans ce sens, il est opportun d'étudier la possibilité de redéployer les marchés de gros et les abattoirs (à vocation régionale adossés à des marchés locaux) afin de créer un effet de masse et assurer la rentabilité économique nécessaire à la pérennisation et au développement de leurs services. Il est proposé comme modèle cible 16 marchés de gros des fruits et légumes et 16 abattoirs industriels à l'horizon 2020.
- L'implication du secteur privé dans la gestion des marchés de gros des fruits et légumes et des abattoirs.
- La suppression de l'obligation de passage par le marché de gros.
- La spécialisation des marchés de gros des fruits et légumes en fonction de la nature des territoires (marché de gros « de consommation », marchés de gros « de production » ou « d'expédition »).
- la substitution du système de taxation appliqué via les mandataires par une taxe sur l'exploitation du bien public. Cette taxe pourra être complétée par des redevances liées aux services rendus par le marché aux professionnels et aux clients.
- L'adoption une politique de labellisation des marchés de vente en gros des produits frais.