

PRESENTATION

Le commerce intérieur occupe une place importante au sein de l'économie nationale. En effet, il participe dans le produit intérieur brut du pays à hauteur de 11,5% environ. En 1997, la production et la valeur ajoutée du commerce intérieur ont été évaluées, respectivement, à 48 milliards de Dhs et 37 milliards de Dhs.

Le commerce intérieur occupe 10% de l'effectif global des emplois dont 78% en milieu urbain. Il connaît actuellement une évolution vers des activités nouvelles telles que la grande distribution, la franchise et le commerce électronique. Le nombre de points de vente est estimé à plus de 400.000 unités, dont plus de 80% se trouvent en milieu urbain.

Durant les années 80 et avec la mise en place du Programme d'Ajustement Structurel (PAS), la production et la valeur ajoutée du commerce se sont améliorées avec un rythme soutenu stimulé par la politique de libéralisation instituée depuis lors, (libéralisation des prix de certains produits, du commerce extérieur, démonopolisation des circuits de distribution contrôlés par l'Etat, etc...). Le taux d'évolution moyen de la production et de la valeur ajoutée de la distribution, entre 1983 et 1990, a été de l'ordre de 14% par an.

Le réseau commercial des produits alimentaires est principalement approvisionné par les marchés de gros. Ces derniers sont constitués par 34 marchés de fruits et légumes, 27 marchés de volailles, 27 halles aux poissons, 69 halles aux grains et 78 abattoirs.

Le nombre de grandes surfaces est estimé à 90 unités, essentiellement installées dans les grandes villes dont :

- Huit hypermarchés : Marjane Rabat, Marjane Casa Bouskoura, Marjane Casa Twin Center, Makro Salé, Makro Fès, Makro Casa Bouskoura, Makro Casa Aïn Sebâa, et Asswak Salam à Rabat.
- Plusieurs supermarchés concentrés dans les grandes villes suivantes : Casablanca, Rabat, Marrakech, Agadir, Fès, Meknès, et Mohammedia. Ces villes abritent 84% de l'ensemble des grandes surfaces.

Dans les autres villes du Maroc ce genre de distribution est encore absent. Le petit commerce de proximité reste le plus répandu.

Par ailleurs, 64% du chiffre d'affaires, réalisé par les grandes surfaces au Maroc, est généré par la vente de produits alimentaires.

En matière de financement, il a été constaté que le secteur du commerce est fortement dominé par l'autofinancement. En effet, un tiers seulement des commerçants recourt aux crédits bancaires.

Les investissements extérieurs dans le secteur du commerce restent faibles et ne comptent que pour quelques 4%.