

Université Moulay Ismail
ECOLE SUPERIEURE DE TECHNOLOGIE
Meknès

Département : Techniques de Commercialisation et de Communication

**Epreuve concours d'accès au Cycle de Licence Professionnelle en Marketing
des Services et Management de Point de Vente (Année 2014-2015)**

Durée : 2 H

Grande distribution : après les métropoles, la conquête des petites villes est engagée

De 13% du commerce de détail, la part de la grande distribution devrait atteindre 30% en 2020. Marjane, dont le plan d'action 2012-2014 prévoit un investissement de 4,8 milliards de DH, vient de s'installer à Berkane.

Grandes opportunités de développement dans le secteur de la grande distribution. C'est le constat établi par les professionnels quant aux perspectives d'évolution de cette activité. Constat à peu près confirmé par le cabinet américain AT Kearney qui classe le Maroc au 15^e rang sur 30 pays à fort potentiel pour le commerce de détail. La grande distribution n'en représente encore que 12 à 13%, loin derrière certains pays comme l'Espagne avec 75%, la France avec 85% ou encore le Portugal où l'on compte 100 ouvertures par an. Mais avec une croissance annuelle du chiffre d'affaires (16 milliards de DH) de l'ordre de 9%, l'objectif de 30% du commerce de détail à l'horizon 2020 fixé par le plan Rawaj reste réaliste.

Cette croissance assez soutenue repose sur le changement des habitudes de consommation des Marocains et le développement de l'urbanisation. Ce sont ces deux facteurs qui encouragent les grandes enseignes (Label Vie, Marjane, Acima et Asswak Assalam) à multiplier les ouvertures. Après les grandes métropoles, elles vont maintenant à la conquête des petites et moyennes villes comme Taza, Béni-Mellal, Fquih Bensalah, Al Hoceima, Kalaât Sraghna ou encore Larache.

Label Vie (Carrefour Market, Carrefour et Atacadao) qui détient 28% du marché actuellement, prévoit d'investir 800 MDH pour ouvrir, entre autres, deux hypermarchés Carrefour -un à Fès et un à Oujda- et cinq Atacadao à Sidi Kacem, Khouribga, Fquih Bensalah, Béni-Mellal et Taza.

Marjane Holding (Marjane, Acima et Electroplanet) compte bien garder l'écart face à ce challenger très ambitieux. Dans son plan d'action 2012-2014, la filiale de SNI (Société Nationale d'Investissement) a inscrit l'ouverture de 40 nouveaux magasins ainsi que des centres commerciaux. L'investissement prévisionnel est de 4,8 milliards de DH.

La grande distribution a contribué à l'émergence de plusieurs filières de production

Le groupe, qui dispose aujourd'hui de 30 hypermarchés Marjane (le dernier a ouvert il y a quelques jours à Berkane), 35 Acima et 9 points de vente Electroplanet, consolidera ainsi sa part de marché qui est de 60%.

Quant à Asswak Assalam qui revendique environ 10% du marché, il n'a qu'une douzaine de magasins. L'élargissement de son réseau est sans doute suspendu à l'aboutissement des négociations avec le groupe saoudien candidat à l'achat de 30% du capital.

La course aux ouvertures est, de l'avis des professionnels, pleinement justifiée parce que les Marocains demandent des produits spécifiques, de plus en plus variés et de bonne qualité. Ce à quoi répond l'offre de la grande distribution qui dispose de la logistique nécessaire pour la conservation et la commercialisation. Une étude du panier moyen en grande distribution laisse apparaître que globalement les ventes concernent en premier lieu les produits de première nécessité (farine, huile et sucre). Viennent ensuite les fruits, légumes et produits laitiers. Les viandes et le poisson complètent les courses. La facture moyenne est 100 à 110 DH en supermarché et varie de 200 à 250 DH dans les hypermarchés. Dans le Cash & Carry, la fourchette est de 500 à 700 DH. Ce niveau élevé du panier tient au fait que ces magasins s'adressent en priorité à une clientèle de professionnels.

Quoi qu'il en soit, les consommateurs restent très attentifs au prix. Ce qui explique qu'une grande frange penche encore pour le circuit traditionnel.

Pourtant, des professionnels de la grande distribution assurent que leurs prix sont parfois moins élevés que dans les épiceries en regard à leur puissance de négociation qui leur permet de réaliser des économies.

Néanmoins, une enquête apparue dans la Revue Economica a montré par exemple que 46% des r'batis dépensent moins de 100 dh par visite au supermarché. Les supermarchés servent-ils de lieu d'approvisionnement d'appoint tandis que le gros de la consommation quotidienne proviendrait du commerce traditionnel ? Cette affirmation est difficile à étayer. Elle peut être en partie expliquée par les exigences alimentaires de certains clients qui rechignent à s'approvisionner en fruits et légumes, viande et poissons, produits de consommation quotidienne (et pour beaucoup, principale), dans les supermarchés. La question du prix (globalement plus élevé sur ces produits en grande et moyenne surface), de la qualité mise en doute, et du manque de fraîcheur de ces denrées sont souvent avancés pour expliquer la préférence affichée par les chalands pour le marché ou le boucher du coin.

Si la distribution moderne a accompagné le changement et l'évolution des habitudes de consommation des Marocains, elle a également contribué, expliquent les opérateurs, au développement de plusieurs filières. Il en est ainsi de l'émergence des produits surgelés qui n'existaient pas du tout sur le marché marocain il y a dix ou quinze ans.

«Et l'on peut citer aussi le cas des filières de la viande blanche et de la charcuterie qui ont connu un important développement et une diversification de tailles», souligne un professionnel. L'impact de la distribution moderne est aussi palpable sur le marché de l'emploi. Employant aujourd'hui quelque 250 000 personnes, le secteur devrait atteindre les 600 000 emplois à l'horizon 2020, selon le Plan Rawaj qui prévoit l'ouverture de 600 points de vente à la même échéance. Le manque de profils qualifiés donne cependant des soucis aux opérateurs, tenus d'investir dans la formation.

Sources : La Vie économique du 28-02-2014 (www.lavieeco.com) / Economica, Novembre 2009 (www.economica.ma)

Travail à faire :

En partant de vos connaissances et de votre lecture du texte ci-dessus, traiter

distribution moderne est aussi palpable sur le marché de l'emploi. Employant aujourd'hui un peu plus de 250 000 personnes, le secteur devrait atteindre les 600 000 emplois à l'horizon 2020, selon le Plan Rawaj qui prévoit l'ouverture de 600 points de vente à la même échéance. Le manque de profils qualifiés donne cependant des soucis aux opérateurs, tenus d'investir dans la formation.

Sources : La Vie économique du 28-02-2014 (www.lavieeco.com) / Economía, Novembre 2009 (www.economia.mad)

Travail à faire :

En partant de vos connaissances et de votre lecture du texte ci-dessus, traitez les quatre consignes suivantes :

- 1- Quels sont les facteurs explicatifs de la montée en puissance des grandes surfaces au Maroc ? (6 points)
- 2- Discutez la question soulignée au niveau du texte. (4 points)
- 3- Comment des cadres bien formés et bien qualifiés en Marketing pourraient-ils conduire au succès commercial d'un magasin ? (4 points)
- 4- Selon vous, quelle est la menace principale qui pèserait sur le commerce en magasin et comment y remédier ? (4 points)

NB : Qualité de rédaction et organisation de la copie : 2 points