



La franchise au Maroc

29 août 2007

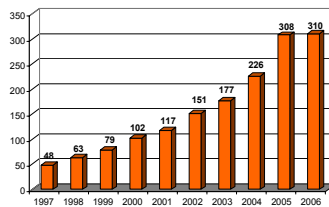
© MINEFE – DGTPE

Prestation réalisée sous système de management de la qualité certifié AFAQ ISO 9001

Panorama du secteur

Un secteur dynamique et attractif

Evolution du nombre d'enseignes



L'évolution de la consommation, le dynamisme économique, l'ouverture croissante du pays au travers des accords de libre échange, sont autant d'atouts qui ont facilité les franchiseurs étrangers à s'intéresser au Maroc. En 2006, le Ministère de l'industrie, du commerce et de la mise à niveau de l'économie a recensé plus de **310 enseignes**, soit **1 914 points de vente** grâce à un réseau de **46 franchiseurs** et plus de **141 masters franchisés**. Par ailleurs, cette tendance est largement soutenue par une population très jeune puisque 45 % des Marocains ont moins de 30 ans.

Typologie des franchises implantées au Maroc

Répartition de la franchise par secteur d'activité

L'habillement représente 28 % des enseignes franchisées, suivi de la restauration (7 %), de l'ameublement et de la coiffure et cosmétique, avec respectivement 5 % et 4 % de parts de marché. D'autres secteurs ont récemment émergé tels que les jouets, la lunetterie ou le café.

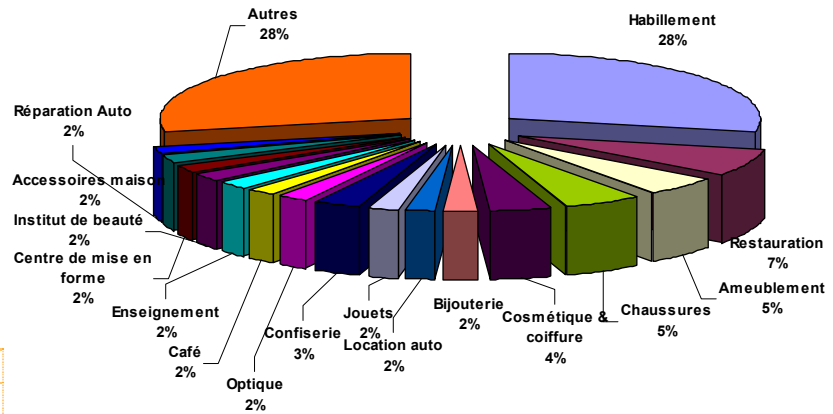
Les franchises internationales d'habillement, essentiellement françaises et espagnoles, rassemblent près de 60 enseignes et s'adressent principalement à la femme et à l'enfant comme Mango, Zara, Promod, Etam, Okaïdi, Orchestra, DPAM... Les enseignes locales ciblent également la femme : Océane, Flou-Flou et Marwa.

Avec **7% des réseaux de franchise opérationnels au Maroc**, la **restauration grand public hors domicile** constitue l'une des branches qui se développe le mieux en franchise. Toutefois, la part de ces enseignes reste encore marginale. Habitudes de consommation, pouvoir d'achat limité, diversité des intervenants, droits d'importation élevés, cherté du foncier sont autant d'éléments qui freinent la pénétration des franchises de restauration moderne. Si la restauration traditionnelle s'adresse à l'ensemble de la population sans discrimination, les franchises internationales se limitent aujourd'hui aux classes sociales aisées et relativement jeunes, du fait de la nature de l'offre et du niveau de prix pratiqué. Les franchises les plus actives sur le marché sont Mc Donald's et Pizza Hut avec respectivement 19 et 17 points de vente.

Même si l'étendue de la franchise est assez variée, le marché marocain est

loin d'être saturé et des niches porteuses sont encore vierges et méritent d'être explorées tel que le commerce de proximité (l'épicerie fine, les produits de l'artisanat), la garde d'enfants, la livraison des repas...

Répartition de la franchise par secteur d'activité en 2006



Les franchises marocaines

Secteurs	Enseignes
Ameublement	Décora, Kitéa, Kaoba, Mobilia, Richbond, Yadecco, Layalits
Habillement	Factory, Fashion Victim, Indigo, Marwa, Océane, Planet Sport, Flou
Chaussures	Benson Shoes
Confiserie/ glaces	Venezia Ice, Dragée d'or, Pralinor
Restauration	Aladdin, Kini's, Kyotori
Cafés	Lavazza Espresso, Oasis Café, Top Class
Décoration / arts de la table / linge de maison	Kshop, La maison du lin et du coton, Layalis Déco, Yatout, Florelement votre, Maïda
Habitat	Castory
Téléphonie	Aloha, Eho! Ehooboutik
Cosmétique	Style de parfum
Accessoires de mode	Bigdil, Captiva
Réparation auto	Rapid'Auto
Alimentaire	Label'Shop, Mini Brahim, Hanouty

Source : ME de Rabat

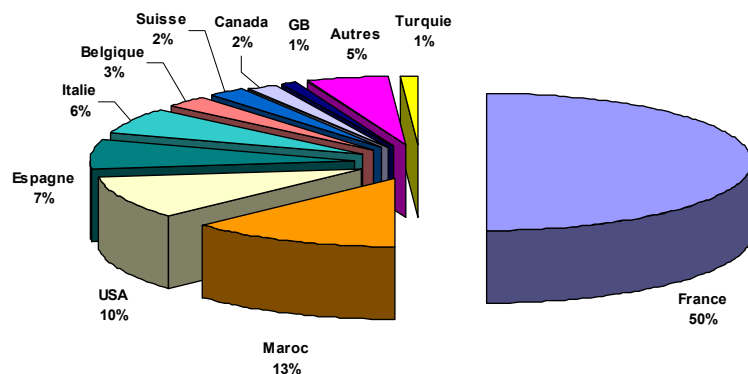
Source : Direction du commerce intérieur

Le nombre de points de vente par enseigne reste toutefois encore limité ; à peine 23 enseignes disposent de plus de 10 magasins, 154 enseignes ne comptent qu'un seul point de vente et la moyenne est de l'ordre de 6 magasins par enseigne.

Répartition de la franchise par pays d'origine

La France est le principal pays d'origine des réseaux implantés au Maroc avec **50 % des enseignes**, concentrées principalement dans les secteurs de l'habillement, la restauration, la bijouterie et la coiffure. Très présentes dans la restauration, l'enseignement et la location de voitures, les franchises américaines arrivent en seconde position avec 10 % de parts de marché. Le succès remporté par les enseignes étrangères a encouragé des investisseurs marocains à développer leurs propres concepts si bien que les **enseignes marocaines représentent aujourd'hui 13 % des réseaux de franchises**.

Répartition de la franchise par pays d'origine en 2006

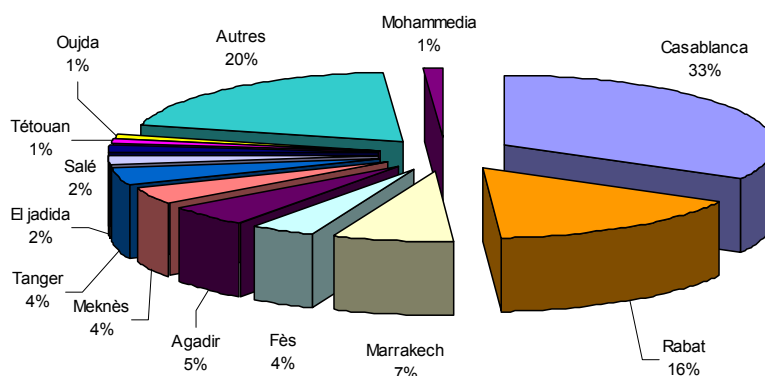


Source : Direction du commerce intérieur

Répartition géographique de la franchise

La répartition géographique de la franchise fait ressortir la ville de **Casablanca avec 33 % des points de vente en franchise**, suivie de **Rabat avec 16 %** où le niveau de vie est assez élevé. Néanmoins, il est à noter un développement vers d'autres villes comme Marrakech, Fès, Tanger, Agadir, notamment grâce aux implantations de grandes surfaces abritant des galeries marchandes.

Répartition des points de vente par ville d'implantation en 2006



Source : Direction du commerce intérieur

Environnement juridique et administratif

Un cadre juridique souple

La franchise au Maroc n'est pas réglementée par un texte spécifique. Cependant, le contrat de franchise est soumis, selon la situation, à différents textes :

- les dispositions juridiques du Dahir des Contrats et des Obligations ;
- notamment l'article 230 qui stipule que « les obligations contractuelles valablement formées tiennent lieu de loi à ceux qui les ont faites » ;
- le régime fiscal de droit commun tout en tenant compte des conventions évitant les doubles impositions en ce qui concerne les retenues à la source ;
- le code de commerce ;
- le droit du travail ;
- le droit de la propriété industrielle ;
- le droit de la concurrence ;
- la réglementation de l'Office des changes pour le transfert des droits d'entrée et des royalties ;
- la loi cadre n°18-95 formant charte de l'investissement (Article 17 et 19).

Toutefois, il est possible de préciser dans le contrat une clause prévoyant un arbitrage en dehors du territoire marocain et le règlement des litiges éventuels devant une justice étrangère. Pour cela, les parties doivent déterminer la juridiction et donc la loi applicable en cas de conflit en précisant le tribunal concerné avec le nom de la ville.

Structures représentatives de la franchise au Maroc

Un code de déontologie a été préparé par la Fédération Marocaine de la Franchise. Il permet de préserver l'équilibre global des relations entre franchiseurs, masters franchisés et franchisés.

Une **fédération marocaine de la franchise** a vu le jour en Avril 2002 afin de favoriser les relations de coopération avec les organisations internationales de la franchise, notamment la Fédération Française de la Franchise (FFF). Une deuxième association a vu le jour en 2004, c'est l'**Association Marocaine des Commerces en Réseau (AMCR)**, qui s'est fixée pour mission la formation de comités de travail destinés à réfléchir sur l'organisation du commerce au Maroc.

Perspectives

Le Maroc se distingue par sa position géographique et son rapprochement culturel qui lui permet une proximité avec plusieurs marchés notamment l'Europe et l'Afrique, ceci facilite l'adaptation des concepts étrangers dans la région et offre une meilleure maîtrise des délais de livraison.

Le Maroc présente de nombreux atouts économiques, géographiques, politiques et culturels qui favorisent l'investissement notamment dans le secteur de la franchise. Le Maroc connaît également un essor de consommation dû à l'accélération de la croissance de la population des villes. Le taux d'urbanisation est estimé à 55 % et devrait atteindre 62 % en 2010. Cette croissance associée à l'évolution des habitudes de consommation permet l'expansion des réseaux de franchise vers les villes moyennes du Royaume.

Le régime douanier au Maroc constitue, par ailleurs, un avantage très attractif, du fait du démantèlement tarifaire progressif et de la suppression des prix de référence dans le cadre des accords de libre échange avec l'Union européenne, la Turquie, certains pays arabes et les Etats-Unis.

Contacts :

Ministère de l'industrie, du commerce et de la mise à niveau de l'économie

<http://www.mcinet.gov.ma/mciweb/index.jsp>

Fédération marocaine de la franchise

<http://www.fmf.ma/>

Office marocain de la propriété industrielle et commerciale

<http://www.ompic.org.ma/>

Informations pratiques

Les publications disponibles sur le site www.ubifrance.fr



« S'implanter au Maroc »
(56,87 € HT)



« Ouvrir un point de vente à Casablanca » (59,72 € HT)

Copyright

Tous droits de reproduction réservés, sauf autorisation expresse de la Mission Economique de RABAT (adresser les demandes à rabat@missioneco.org).

Clause de non-responsabilité

La ME s'efforce de diffuser des informations exactes et à jour, et corrigera, dans la mesure du possible, les erreurs qui lui seront signalées. Toutefois, elle ne peut en aucun cas être tenue responsable de l'utilisation et de l'interprétation de l'information contenue dans cette publication qui ne vise pas à délivrer des conseils personnalisés qui supposent l'étude et l'analyse de cas particuliers.



Auteur :

Mission Économique
Adresse : 1, rue Aguelmane Sidi Ali
RABAT-AGDAL 10000
MAROC

Rédigée par : Christelle LABERNEDE
Revue par : Bruno ROQUIER-VICAT

Version originelle du 17/12/2002