

## FICHAS DE IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADES DE MERCADO

TIPO DE PRODUTO	Bens agroalimentares (v03.05.2017)
MERCADO ALVO	Marrocos

### RELAÇÕES ECONÓMICAS

Ano Referência

Valores em euros

Tendência

↗ ↘ ↙

1	Valor total das importações de bens	33.825.091.000€
2	Valor total das importações do produto	3.647.101.000€
3	Valor total das importações do produto de Portugal	25.707.000€

	X	
	X	
X		

Porcentagem

4	Valor das importações do produto / valor total das importações de bens	10,78%
5	Valor das importações do produto de Portugal / valor das importações do produto	0,70%

## PLANO DE AÇÃO SETORIAL PARA A INTERNACIONALIZAÇÃO

### I. LINHAS ESTRATÉGICAS

Em 2015, os principais produtos agroalimentares importados pelo país foram os seguintes: trigo e mistura de trigo com centeio (788 milhões EUR), milho (379,3 milhões EUR), açúcar de cana bruto (308,5 milhões EUR), óleo de soja e suas frações (301 milhões EUR), chá verde (173,6 milhões EUR), bagaços e outros resíduos sólidos da extração do óleo de soja (162,2 milhões EUR), tâmaras (98,9 milhões EUR), café e seus sucedâneos (87,5 milhões EUR), crustáceos (83,8 milhões EUR), cevada (71,9 milhões EUR), manteiga (65,1 milhões EUR), queijo e requeijão (59,2 milhões EUR) e bagaços e outros resíduos sólidos da extração de óleo de sementes de girassol (56,7 milhões EUR).

Entre 2013 e 2015, quer as importações de bens agroalimentares provenientes de Portugal, quer a nossa quota nas importações destes produtos, aumentaram de 7,8 para 25,7 milhões EUR e de 0,22% para 0,7%, respetivamente. Os produtos que mais se destacaram foram os seguintes: peras frescas (9 milhões EUR), óleo de soja e suas frações (4,7 milhões EUR), manteiga (2,1 milhões EUR), sarda e cavala congelada (2 milhões EUR), queijo e requeijão (1,1 milhões EUR), *ketchup* e outros molhos de tomate (797 mil EUR), tomate preparado ou conservado (680 mil EUR), produtos à base de milho (605 mil EUR), batatas preparadas ou conservadas, exceto em vinagre ou ácido acético, não congeladas (526 mil EUR), café e seus sucedâneos (513 mil EUR), biqueirão fresco ou refrigerado (486 mil EUR), soro de leite (328 mil EUR) e sumo de maçã (308 mil EUR).

Segundo a lei islâmica, os muçulmanos não devem beber álcool. No entanto, em virtude da prevalência de turistas e de jovens inspirados por estilos de vida ocidentais, os marroquinos consomem bebidas alcoólicas, mas em quantidades médias bastante menores do que as populações ocidentais. Apesar da venda de álcool a muçulmanos ser ilegal, o país produz, de acordo com o Financial Times (2016), cerca de 35 milhões de garrafas de vinho por ano, estimando-se que cerca de 85% seja consumido internamente.

### II. LINHAS ORIENTADORAS / POLÍTICA DE PRODUTO

Sendo Marrocos um país muçulmano, praticamente todos os alimentos adquiridos respeitam os princípios Halal. A Certificação Halal ("permitido" ou "lícito" em árabe) estabelece que os bens a comercializar, sobretudo os produtos alimentares, não podem contrariar os princípios da lei islâmica, de modo a poderem ser introduzidos no consumo. Um

dos produtos alimentares abrangidos por esta certificação é a carne e produtos cárneos; a identificação dos restantes alimentos depende do seu processo de fabrico e composição, devendo o exportador contactar os organismos encarregues da Certificação Halal em Portugal (Comunidade Islâmica de Lisboa e Instituto Halal de Portugal), com a descrição pormenorizada da composição e processo de fabrico do produto, para apurar da necessidade da referida certificação.

Apesar do poder de compra relativamente baixo, as vendas do setor de alimentos relacionados com a saúde e bem-estar têm registado um aumento constante em Marrocos. De acordo com o Euromonitor, as categorias de alimentos que mais contribuem para este aumento são os produtos “naturalmente saudáveis” e “melhores para a saúde”. Em termos percentuais, por outro lado, foram os produtos biológicos que registaram o maior aumento de vendas, prevendo-se a manutenção desta tendência.

### III. LINHAS ORIENTADORAS / POLÍTICA DE PREÇO

De acordo com o Haut Commisariat au Plan (HCP), o Rendimento Nacional Bruto Disponível por habitante passou de 29.093 Dirhams (MAD), em 2013 (2691,77 EUR), para 30.895 MAD, em 2015 (2858,5 EUR).

No que se refere à concentração de rendimentos, o último levantamento do HCP (publicado em 2012) mostrou que 20% das famílias que têm rendimentos mais elevados concentraram 52,6% dos rendimentos totais.

No outro extremo, estão os 20% das famílias com menores rendimentos, que recebem apenas 5,4% do rendimento total. Assim, a classe média (com rendimentos entre 2.800 MAD - cerca de 260€ - e 6.763 MAD - cerca de 628€ - por mês) representa 53,3% da população total, a classe de rendimentos mais baixos 33,6% e a classe mais rica 13,1%. Para os mesmos limites salariais, em comparação com a última análise (2007), o número de pessoas pertencentes à faixa com rendimentos mais baixos diminuiu em 126.000 pessoas.

O Índice de Gini<sup>1</sup> para Marrocos, em 2014, era de 0,388, representando uma distribuição desigual da riqueza. O salário mínimo é de 13,46 MAD/hora, sendo a semana de trabalho legal de 44 horas.

<sup>1</sup> Índice publicado pelo Banco Mundial que mede a equidade na distribuição do rendimento nacional num país. O seu valor 0 representa a igualdade perfeita e 1 a desigualdade perfeita.

### IV. LINHAS ORIENTADORAS / POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO

O certificado Halal possui um papel fundamental na transação de bens alimentares para mercados onde se destaca a religião Muçulmana. Para obter esta certificação a produção necessita de seguir as regras islâmicas, por exemplo animais para consumo como frango ou vaca não podem ter sido alimentados com ração contendo aditivos ou com proteína animal. Além disso, os processos de embalagem, armazenagem, certificação e embarque da carne Halal são feitos de forma segregada da produção comum. Ou seja, existem as empresas que só fazem alimentos Halal e existem as que fazem alimentos comuns e Halal. No segundo caso, não pode haver mistura de ingredientes e os procedimentos podem até ocorrer na mesma fábrica, mas em equipamentos diferentes. Assim, a certificação Halal é de extrema importância para o acesso a este mercado. Deve ter-se em atenção que esta certificação cria um mercado potencial que se estende muito além de Marrocos, na medida em que perto de um quarto da população mundial é muçulmana.

### V. LINHAS ORIENTADORAS / POLÍTICA DE DISTRIBUIÇÃO

A distribuição retalhista, normalmente independente e especializada, é composta por estruturas muito heterogéneas, com predominância de pequenas lojas familiares. Cinco cadeias dominam a grande distribuição alimentar: Marjane e Acima (grupo SNI), com 65% do mercado, hipermercados Carrefour e supermercados Carrefour Market (grupo Hyper SA), com 28%, e Aswak Assalam (grupo Ynna Holding), com 8%. A região de Casablanca e Rabat concentra 53% do total dos pontos de venda.

A grande distribuição é, maioritariamente, do setor alimentar, e regista um volume de negócios anual entre 1,5 e 1,9 mil milhões de Euros. As grandes e médias superfícies representam 12% do mercado, contra 88% para o comércio tradicional. Os supermercados e hipermercados têm vindo a desenvolver-se recentemente em Casablanca, Rabat, Marraquexe e noutras grandes cidades, representando atualmente cerca de 10% das vendas.

Existem duas vias principais de acesso ao mercado: a primeira é através dos departamentos de compras das grandes cadeias de distribuição (ex: Marjane, Carrefour, BIM); a segunda é através dos importadores existentes, que fornecem essencialmente o canal Horeca e o retalho. Os principais canais concorrentes são a denominada distribuição informal, que consiste no pequeno comércio das medinas e *souks*, caracterizado por níveis de preço e qualidade inferiores.

Recorrer a um agente comercial pode ser vantajoso na medida em que este facilita uma penetração rápida no mercado, uma vez que está estabelecido. Os montantes médios das comissões rondam os 5% a 10% das vendas ou cerca de 50% da margem bruta, variando de acordo com os setores. É altamente recomendável celebrar um contrato escrito, que deve estabelecer o montante da remuneração, bem como uma cláusula de não-concorrência durante a vigência do mesmo.

A progressiva evolução do comércio organizado, aliada ao ainda menor desenvolvimento agroindustrial, tem possibilitado a entrada de alguns produtos alimentares de origem portuguesa nas grandes cadeias de distribuição com atividade em Marrocos. Por outro lado, os canais de distribuição organizados só representam 15% do comércio global do país, ou seja, o pequeno comércio das medinas e *souks* tem um enorme peso na atividade comercial, e a maioria dos produtos importados por Marrocos é controlada por grandes importadores que estão sediados em Casablanca.

No caso específico das bebidas alcoólicas, as importações podem ser feitas, teoricamente, por qualquer importador, mas a sua comercialização está sujeita a uma licença específica, quer para supermercados, quer para o canal Horeca. O Carrefour é a única cadeia de supermercados que possui essa licença. A comercialização é feita pelo Carrefour e pelos estabelecimentos de pequena dimensão que possuem licença para o efeito; estes localizam-se, essencialmente, em Casablanca e Rabat, sendo difícil comprar álcool no resto do país.

## VI. CONDIÇÕES LEGAIS DE ACESSO AO MERCADO

Praticamente todas as mercadorias podem ser importadas livremente. Contudo, existem produtos cuja importação se encontra proibida ou sujeita a formalidades específicas. Os interessados podem aceder a informação sobre os bens em causa no *site Administration des Douanes et Impôts Indirect*, clicando em “*Entreprises & Professionnels*” / “*Entreprises*” / “*Dédouanement à l’Importation*” / “*Importations prohibée*” ou “*Importations avec formalités*”.

A importação de animais vivos e produtos de origem animal deve ser acompanhada de um certificado veterinário, ficando estes ainda sujeitos a inspeção prévia por parte das autoridades locais. No que respeita aos produtos vegetais, é necessária a apresentação de um certificado fitossanitário, no qual deve constar que os mesmos se encontram livres de parasitas e foram embalados de acordo com as normas sanitárias em vigor no mercado.

Os produtos comunitários e, como tal, os portugueses, beneficiam de isenções/reduções das taxas dos direitos de importação. Os direitos aduaneiros sobre produtos comunitários cobrados à entrada em Marrocos, bem como a documentação exigida, podem ser consultados no *site Market Access Database (MADB)*, da responsabilidade da Comissão Europeia (clicar em *Tariffs* e *Procedures and Formalities*).

Para além destes encargos, no ato do desalfandegamento, os produtos estão ainda sujeitos ao pagamento do Imposto sobre o Valor Acrescentado, de acordo com as seguintes taxas: normal de 20% (generalidade dos bens e prestação de serviços); de 14% (manteiga, à exceção da manteiga de fabrico artesanal e energia elétrica); de 10% (sal de cozinha, arroz, patés e óleos alimentares, entre outros); reduzida de 7% (alguns produtos alimentares; farmacêuticos e escolares, entre outros). Há, ainda, alguns produtos sujeitos a taxas específicas (ex: Impostos Especiais sobre o Consumo), tais como as bebidas alcoólicas e não alcoólicas (consultar, no *site da Administration des Douanes et Impôts Indirects*, o tema *Réglementation des Douanes et Impôts Indirects*, Título 3, Capítulo 4, Secção 1, sobre as taxas do IVA e o Título 3, Capítulo 8, Secção 2 sobre as taxas dos Impostos Especiais sobre o Consumo).

No que se refere à rotulagem dos produtos alimentares em geral, os produtos importados devem observar o disposto no *Décret n.º 2-12-389*, alterado e complementado pelo *Décret n.º 2-15-218*, bem como no *Arrêté conjoint n.º 281-16*, que regula as informações nutricionais dos produtos alimentares pré-embalados.

Relativamente aos pagamentos, a lei local não permite o pagamento adiantado para além de 30% do valor da fatura; porém, o exportador poderá recorrer à carta de crédito irrevogável confirmada ou ao seguro de crédito, para garantir o recebimento dos restantes 70%.

## VII. AVALIAÇÃO GLOBAL DA OPORTUNIDADE

# Avaliação Global da Oportunidade



## VIII. CONTACTOS ÚTEIS

Instituição	Âmbito	Website	Pessoa de contacto	Função	Contacto tel.	Email
Inedit Utilization, Lda	Organismo de certificação Halal		Paulo Vitorino			ineditutilization@gmail.com
Instituto Halal de Portugal	Organismo de certificação Halal	<a href="#">Halal</a>	Sr. Vali			info@halal.org.pt
Marjane Holding-Cofarma	Grande cadeia de supermercados	<a href="#">Marjane</a>	Sr. ELHOUARI	Responsável da importação	0529 021 000 / 0529 031 000	aelhouari@marjane.co.ma
Aswak Assalam	Cadeia de supermercados	<a href="#">AswakAssalam</a>	Sr. IMAD ILKASSIMI Sra. MALIKA FARISS	Responsáveis da importação	(05 22) 34 18 51/52/56; 0523 30 66 05	i.ilkassimi@aswakassalam.com m.fariss@aswakassalam.com
Carrefour - Label Vie	Grande superfície	<a href="#">LabelVie</a>	Sra. Mounia AZRIYAA	Responsável de compras e importação	+212662 776 438	m.azriyaa@labelvie.ma
BIM	Cadeia de supermercados	<a href="#">BIM</a>	Sra. Zeyneb El Alj	Diretora de compras	+212522 677 490	zeyneb.elalj@bim.ma

## IX. FEIRAS E EVENTOS ÚTEIS

Evento	Local / Data	Website
CREMAI	Casablanca / 21-24 Março 2017	<a href="#">CREMAI</a>
SIAM (Salon International de l'Agriculture au Maroc)	Meknés / 18-23 Abril 2017	<a href="#">SIAM</a>
SIAB (Salon International de l'Alimentation et des Boissons)	Casablanca / 18-21 Maio 2017	<a href="#">SIAB</a>
MaroCarne & Milk	Casablanca / 04-07 Dezembro 2017	<a href="#">Marocarne-milk</a>
Morocco FoodExpo	Casablanca / 08-10 Dezembro 2017	<a href="#">MFoodExpo</a>
MAFEX (Maghreb Food Exhibition)	Casablanca / 13-16 Dezembro 2017	<a href="#">MAFEX</a>

## X. OUTRAS INFORMAÇÕES ÚTEIS

Para que os bens possam beneficiar do regime de redução de direitos aduaneiros, a origem comunitária deve ser comprovada mediante a apresentação do certificado de circulação de mercadorias EUR. 1 (emitido pelas alfândegas do país de origem) ou de declaração emitida pelo exportador, numa nota de entrega ou em qualquer outro documento comercial, que descreva os produtos em causa de uma forma suficientemente pormenorizada para permitir a sua identificação (normalmente designada por declaração na fatura). A declaração de origem na fatura pode ser feita por qualquer exportador no caso de remessas de mercadorias cujo valor não exceda 6.000 EUR, ou por um “exportador autorizado” no que diz respeito a remessas de mercadorias de valor superior a esse montante.

Caso o valor da mercadoria seja inferior a 6.000 EUR, é aconselhável a utilização da declaração na fatura por qualquer exportador apenas para envios ocasionais de mercadoria. Se os envios de mercadorias forem frequentes, mesmo que inferiores a 6.000 EUR cada, pode haver problemas no mercado de destino e ser exigido o estatuto de “exportador autorizado”.

A AICEP disponibiliza vários documentos com informação relativa ao mercado Marroquino, que podem ser consultados acedendo ao website, no separador Mercados Externos, selecionando o país, ou através do link <http://www.portugalglobal.pt/PT/Internacionalizar/Paginas/MercadosExternos.aspx?marketId=26>.

## XI. RECOMENDAÇÕES DE NEGOCIAÇÃO

- Ser simpático, confiante e assertivo
- Comunicar de forma clara e positiva
- Marcar reuniões com antecedência
- Vestir-se formalmente
- Investir na relação com o interlocutor
- Ser paciente e persistente (a noção temporal é completamente diferente da europeia)
- Mostrar boa vontade
- Encontrar um intermediário local
- Cumprir horários



- Abordar precocemente assuntos como política em geral, sexualidade, religião, bebidas alcoólicas
- Abordar assuntos "tabu" (territorialidade, a primavera árabe, a religião, o fundamentalismo islâmico)
- Avançar sem recolher o máximo de informação sobre o parceiro (solvência financeira, idoneidade e credibilidade)

