



CHIFFRES CLÉS

Pop. en M	PIB/hab. (USD)	Croissance PIB (%) 2016	Croissance PIB (%) 2017	Note env ^t des affaires
34,5	3 004	1,2	4,3	A4

Source : Coface 2018

CARACTÉRISTIQUES DU MARCHÉ

Taille du marché

Tendances

- ▶ Après 3 années consécutives de baisse de la consommation, le marché des vins et spiritueux renoue avec la croissance. Le secteur est porté par le changement de mode de consommation de la population marocaine, l'amélioration des circuits de distribution et le tourisme de masse.
- ▶ On observe un regain d'intérêt pour les vins locaux de qualité (83 % des parts de marché correspondent au vin rouge), encouragés par une offre plus diversifiée et des efforts en termes de marketing et communication de la part des distributeurs et des restaurateurs.
- ▶ Or, le marché des vins et spiritueux est très réglementé et fait l'objet de hausses successives des taxes (700Dh/HI pour le vin) et de difficultés d'obtentions de la licence aussi bien pour les restaurants que pour les importateurs-distributeurs.

Évolutions

- ▶ 72 % de la consommation d'alcool se fait à domicile (off-trade), ce qui augmente le besoin de diversification sur le segment retail.
- ▶ Ce besoin en diversification pousse les divers acteurs du marché à déployer de nouvelles gammes et à aller chercher de nouveaux produits à l'étranger.
- ▶ Si les importations d'alcool couvre une large partie de la demande, la production locale est en constante progression et tend à couvrir de plus en plus la demande intérieure.

CHIFFRES DU SECTEUR

Importations

Vins	13,4 M EUR
Spiritueux	30 M EUR
Bières	3,5 M EUR

Exportations

Vins	8,7 M EUR
Spiritueux	0 EUR
Bières	1,7 M EUR

Consommation

Vins	4 Mds L
Spiritueux	7,5 M L
Bières	63,7 M L

Source : Office des changes



La concurrence et positionnement de la France

La concurrence locale / internationale

► La production locale :

- **Vins** : 11 vignobles produisent 40 M de bouteilles / an
- **Liqueur** : production principalement informelle, correspondant majoritairement à de l'eau de vie de figues
- **Bières** : les bières les plus emblématiques, produites localement, sont la Heineken, la Casablanca ou La Spéciale.

► Importations :

Royaume-Uni	France	Etats-Unis	Espagne
38,3 % des ventes 87,8 % de whisky	32,3 % des ventes 64,2 % de vins	8 % des ventes	5,5 % des ventes

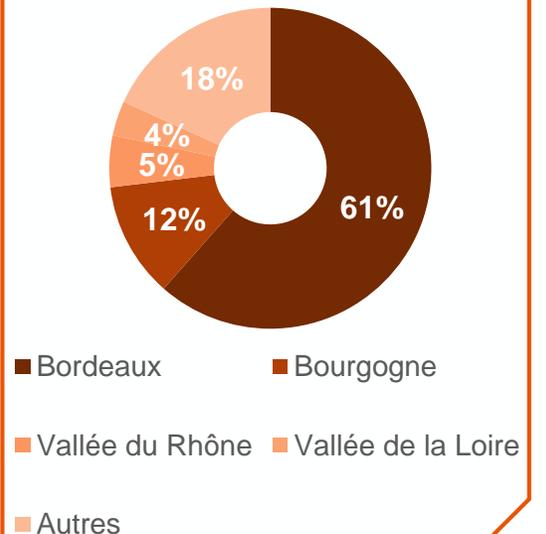
Le positionnement de l'offre française

- Les vins français représentent 72 % des importations de vins au Maroc, suivi du Royaume-Uni (13 %) et de l'Espagne en progression.
- L'augmentation de la consommation de vin et la propension au mode de consommation occidentaux tend à avantager les vins français qui bénéficient d'une image de qualité. Les BRASSERIES DU MAROC appartiennent au groupe CASTEL depuis 2003. Le groupe détient 91 % des parts du marché marocain de la bière.

ATOUTS DE L'OFFRE FRANÇAISE

- Image de qualité des vins français
- La diversité des produits français (champagnes, liqueurs, ...)

Importations de vins français





👍 OPPORTUNITÉS POUR L'OFFRE FRANÇAISE

La vitiviniculture

- ▶ La vitiviniculture marocaine est un marché restreint mais en croissance. Même si on dénombre 11 vignobles au Maroc, le marché est couvert à plus de 68 % par les filiales de DIANA HOLDING.
- ▶ Les producteurs de vins utilisent en général des équipements haut de gamme et de futurs investissements sont à prévoir dans la filière.
- ▶ L'Italie est de loin le premier fournisseur d'équipements spécifiques à la vitiviniculture (48 % des parts de marché contre 6 % pour les équipements français).

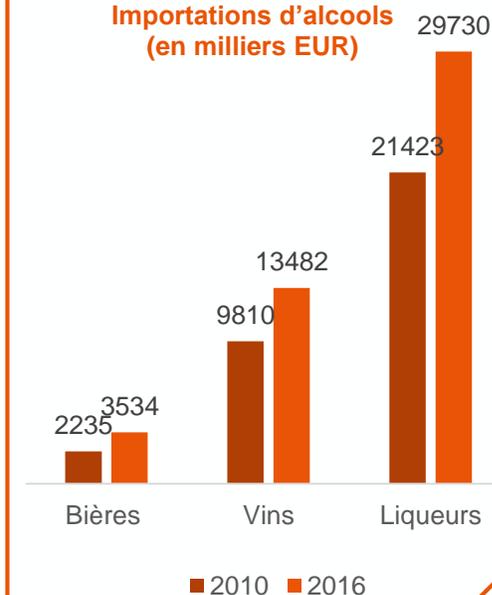
Boissons alcoolisées haut de gamme

- ▶ Les Marocains ont le goût des marques et des produits haut de gamme. De fait, les belles étiquettes et les grands crus onéreux se vendent relativement bien.
- ▶ La croissance du segment haut de gamme est tirée par l'augmentation du niveau de vie de la population marocaine et le tourisme de luxe, en particulier dans la région de Marrakech et les grandes agglomérations comme Casablanca ou Rabat.
- ▶ La filière « champagne » enregistre une croissance constante estimée à 3,5 % par an. Actuellement 55 % des importations de vins français correspondent à des vins effervescents.
- ▶ Par ailleurs, ce segment de marché manque de diversification, notamment dans les liqueurs haut de gamme. En effet, les marques représentées sont limitées, notamment du fait des tarifs très élevés générés par les différentes taxes appliquées à ce type de produits.

SECTEURS PORTEURS

- ▶ La bière haut de gamme
- ▶ Les liqueurs et boissons à cocktail
- ▶ Les formations sommelières pour le secteur du tourisme en pleine croissance

Importations d'alcools
(en milliers EUR)





CLÉS D'ACCÈS

Le profil des partenaires commerciaux / Approche commerciale à privilégier

- ▶ PELLENC est l'un des principaux importateurs-distributeurs spécialisé dans le matériel de vitiviniculture.
- ▶ Les acteurs de l'importations de vins et spiritueux sont peu nombreux au Maroc et donc plus sélectifs. Nous pouvons citer DOVERN, MR RENOVO, BOURCHANIN & CIE, FOODS & GOODS et les filiales des producteurs locaux comme EBERTEC de DIANA HOLDING ou LCL de LES BRASSERIES DU MAROC.
- ▶ Par ailleurs, certaines marques ont choisi de s'implanter directement afin de vendre leur propre marque, notamment PERNOD RICARD.
- ▶ Quand à la distribution BtoC, celle-ci se fait principalement par un réseau de petites épiceries avec quelques chaînes qui se positionnent comme NICOLAS dont la franchise est détenue par LES BRASSERIES DU MAROC. Peu d'enseignes GMS proposent de l'alcool, exceptées CARREFOUR-LABEL VIE.

La réglementation spécifique

Vitiviniculture

- ▶ Exonération de droits de douane pour les importations de produits agricoles provenant de l'UE (semences, ...).
- ▶ Démantèlement total des droits de douanes sur les équipements provenant de l'UE.
- ▶ La TVA est fixée à 20 % mais certaines machines agricoles bénéficient d'une exonération.

Boissons alcoolisées haut de gamme

- ▶ Il n'existe pas de régime spécifiques aux boissons alcoolisées haut de gamme. Celles-ci sont soumises au régime détaillé dans l'encadré « NIVEAU DE TAXATION ».

NIVEAU DE TAXATION

- ▶ TVA : 20 %
- ▶ Taxe parafiscale à l'importation : 0,25 %
- ▶ Droits d'importation sur les boissons alcoolisées : 49 %
- ▶ Taxe sur les vins et bières : 5 DH/HL
- ▶ TVA spécifique sur certaines boissons : 100 DH/HL
- ▶ Taxe sur la consommation de vins : 700 DH/HL
- ▶ Taxe sur la consommation de bières : 900 DH/HL
- ▶ Taxe sur la consommation d'alcool pur (liqueurs) : 15 000 DH/HL



➔ POUR ALLER PLUS LOIN

PROCUREZ-VOUS LE GUIDE DES AFFAIRES BUSINESS FRANCE AU MAROC

Pour comprendre les spécificités commerciales de ce pays et vous aider à faire les bons choix : de l'information très opérationnelle assortie de conseils précieux. [Commandez-le...](#)

RETROUVEZ TOUTES LES PUBLICATIONS BUSINESS FRANCE SUR LE MAROC EN SUIVANT CE LIEN :

<https://export.businessfrance.fr/prestations/conseil/marches-et-secteurs/analyse-et-potentiel-de-marche-export.html>



➔ LES ÉVÉNEMENTS À NE PAS MANQUER

LES PLUS GRANDS RDV DU SECTEUR AGRICOLE AU MAROC :

<http://www.programme-france-export.fr/>

SALONS :

Salon International de l'Agriculture au Maroc (SIAM) - annuel – Meknès

<http://www.salon-agriculture.ma/>

Carrefour des Fournisseurs de L'Industrie Agroalimentaire au Maroc (CFIA) - Biennuel – Casablanca - <http://www.cfcim.org/magazine/agenda-archive/carrefour-des-fournisseurs-de-industrie-agroalimentaire>



GRÂCE AU V.I.E, DÉTECTEZ VOS FUTURS CHAMPIONS À L'EXPORT !



@BF_VIE

N° azur 0810 659 659

export.businessfrance.fr/vie



NOUS CONTACTER

Chambre française de Commerce et d'Industrie du Maroc

15 avenue Mers Sultan
20130 Casablanca
Maroc

Tél. : +212 (0) 522 43 96 49

Mail : ldelay@cfcim.org

www.cfcim.org

© 2018 - BUSINESS FRANCE

Toute reproduction, représentation ou diffusion, intégrale ou partielle, par quelque procédé que ce soit, sur quelque support que ce soit, papier ou électronique, effectuée sans l'autorisation écrite expresse de Business France, est interdite et constitue un délit de contrefaçon sanctionné par les articles L.335-2 et L.335-3 du code de la propriété intellectuelle.

CLAUSE DE NON-RESPONSABILITÉ

Business France ne peut en aucun cas être tenu pour responsable de l'utilisation et de l'interprétation de l'information contenue dans cette publication dans un but autre que celui qui est le sien, à savoir informer et non délivrer des conseils personnalisés. Les coordonnées (nom des organismes, adresses, téléphones, télécopies et adresses électroniques) indiquées ainsi que les informations et données contenues dans ce document ont été vérifiées avec le plus grand soin. Business France ne saurait en aucun cas être tenu pour responsable d'éventuels changements.