

# Sector Halal en Marruecos



Oportunidades para empresas catalanas

Oficina ACCIO Casablanca  
Shan Elasri, Director

**ACCIÓ**



**Generalitat de Catalunya**  
Gobierno de Cataluña

**Conéctate a ACCIÓ**  
[accio.gencat.cat](http://accio.gencat.cat)

# PRESENTACION DEL MERCADO HALAL EN MARRUECOS



- TERMINO HALAL: EXISTE DESDE HACE 1437 AÑOS
- ORGANISMOS QUE CERTIFICAN DESDE HACE UNA DECADA EN MARRUECOS
- ESTILO DE VIDA EN CUESTIONES DIARIAS: HIGIENE, ALIMENTACIÓN, ECONOMÍA,...
- POR QUÉ AHORA? CUALES SON LOS MOTIVOS DEL ETIQUETAJE?
  - AUMENTO CALIDAD DE VIDA
  - OCCIDENTALIZACIÓN DEL PAÍS
  - AUMENTO DE LAS IMPORTACIONES
  - DESARROLLO DE UN MARCO NORMATIVO SIGUIENDO EL EJEMPLO DE MALASIA, DONDE SE HA COMPROBADO QUE LA REGULACION DE LA INDUSTRIA HALAL FAVORECE LA ACTIVIDAD COMERCIAL POTENCIANDO LAS IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES
- PROGRESIVA REGULACIÓN DE UN MARCO LEGAL ENTORNO LA INDUSTRIA HALAL Y SE PREVÉ QUE LA CERTIFICACIÓN HALAL SEA CADA VEZ MAS NECESARIA
- DEMANDA DE PRODUCTOS EN AUMENTO

# MERCADO HALAL EN LA VIDA MARROQUÍ



**ACCIÓ**



**Generalitat de Catalunya**  
Gobierno de Cataluña

**Conéctate a ACCIÓ**  
[accio.gencat.cat](http://accio.gencat.cat)

# HALAL COMO MODO DE VIDA

ALIMENTACIÓN

FARMACIA  
COSMÉTICA

BANCA

TURISMO

# ORGANISMOS RESPONSABLES DE LA GESTION HALAL Y SANITARIA EN MARRUECOS



IMANOR: Institut Marocain de Normalisation



Office national de sécurité sanitaire des produits alimentaires



Ministerio de la sanidad

# CONCEPTOS BÁSICOS PARA EXPORTAR A MARRUECOS

## ¿QUIÉN ETIQUETA MIS PRODUCTOS?

- El sello español más conocido en Marruecos es el que otorga el Instituto Halal de Córdoba.
- IMANOR, le reconoce como su homólogo español.
- Existen negociaciones entre ambos para que las autoridades de ambos países reconozcan sus productos y favorezcan y faciliten sus exportaciones.
- Todos los productos, si se quiere que cumplan con el término halal, deben de tramitar el certificado antes de entrar en Marruecos



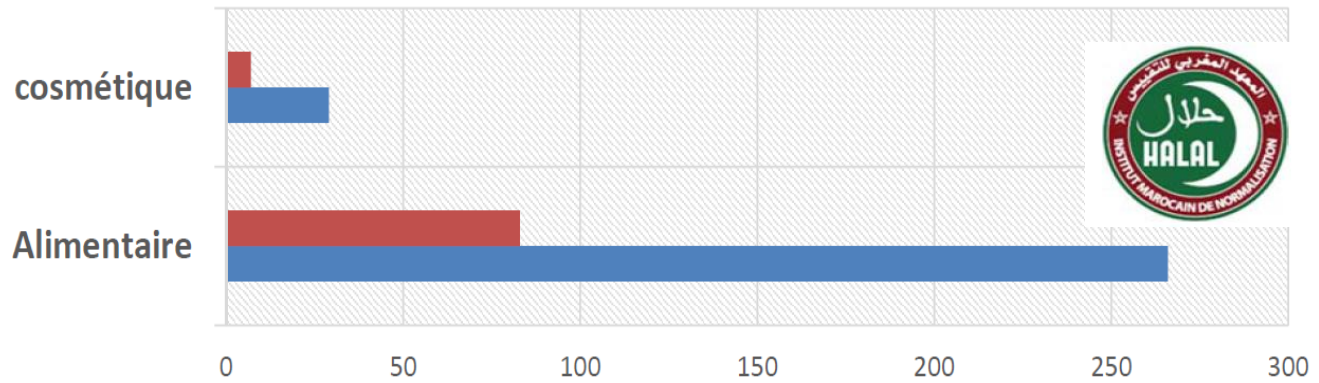
# CONCEPTOS BÁSICOS PARA EXPORTAR A MARRUECOS

## CUÁLES SON LOS PRODUCTOS QUE DEBEN CERTIFICARSE?

- Las normas y **directrices Halal** son de **carácter voluntario** para todos los productos que se quiera exportar, a **excepción de productos cárnicos** y elaborados a base de carne, éstos son obligatorios.
- Los productos cárnicos además, deben llevar un **certificado sanitario** (ONSSA).
- La ley marroquí obliga a que los **productos cárnicos** y elaborados a base de carne, sean **certificados en su país de origen**, para garantizar su **trazabilidad** y seguimiento exhaustivo.
- Una **solución**, mientras se cierra el acuerdo entre IMANOR y el Instituto Halal de Córdoba es optar por la **doble certificación**. Así garantizamos la trazabilidad aquí y reconocimiento en suelo marroquí.

# EMPRESAS HALAL EN MARRUECOS

## PRODUCTOS Y EMPRESAS CON CERTIFICADO HALAL EN MARRUECOS



	Alimentaire	cosmétique
■ Entreprises certifiées HALAL	83	7
■ Produits certifiées HALAL	266	29



Feb 2017

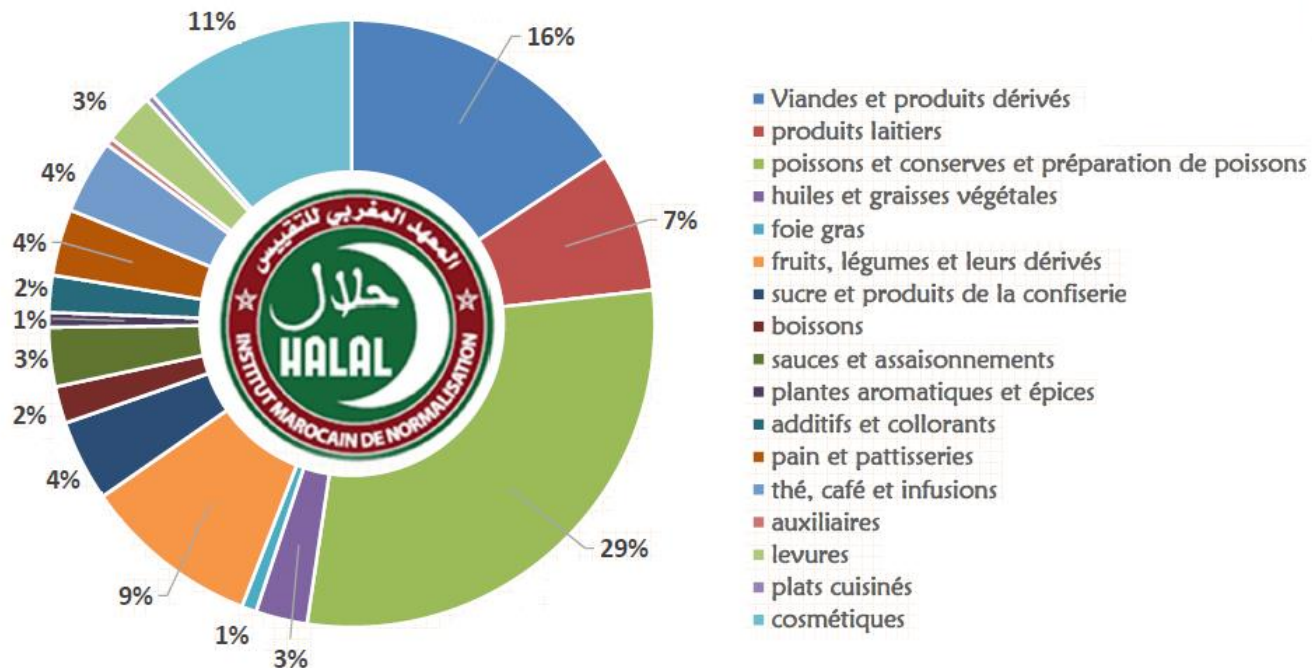
Catalunya: 26  
empresas halal



# PRESENTACIÓN DE IMANOR

## REPARTICIÓN ETIQUETADO HALAL POR FAMILIA DE PRODUCTO

Feb 2017



# CONSUMO ALIMENTARIO EN MARRUECOS



## FACTORES

### CRITERIO

- Factor básico: precio
- Un alto poder adquisitivo valora la compra de productos gourmet, orgánicos o saludables
- Alimentos: 40% del gasto en el hogar

### LUGAR

- **Tiendas tradicionales:** mayor parte de compras efectuadas – sin certificados Halal - Se sobreentiende que los productos lo son.
- **Cadenas de distribución y supermercados:** etiquetado obligatorio - secciones « No Halal »

### CONCEPTO

- **BELDI:** productos del país o bien, hechos en casa
- **ROMMI:** productos procedencia extranjera o industrial. Buena percepción.
- **HALAL:** a fecha de hoy no es un criterio decisivo de compra, está más posicionado como concepto religioso. Se sobreentiende que todo es halal

### DEMANDA

- - PRODUCTO HALAL: **exigido**
- - PRODUCTO CERTIFICADO: **NO exigido**

# DATOS SOBRE EL SECTOR CARNICO

- Exportar carne roja hacia el mercado marroquí no es una tarea fácil.
- El arancel de importación esta fijado a fecha de hoy en 200%.
- Solo hay una decena de países en el mundo que dispongan de certificado sanitario para la exportación de sus carnes rojas hacia Marruecos, según ONSSA.
- Para obtener el certificado sanitario, se llevan a cabo auditorías y el procedimiento puede durar varios años.
- Según la Federación Interprofesional de Carne Roja (FIVIAR), la producción nacional cubre el 98% de la demanda. En otras palabras, solo el 2% de la demanda se satisface con carne importada.
- Este 2% representa un nicho de mercado de carne roja que cubre 3 mercados: ejército, fast-foods y restaurantes gourmet/cadenas hoteleras de 4 y 5 estrellas. ,...(9.000 tn en 2016)
- Por países, Argentina satisface las necesidades en carne para el ejército marroquí, España exporta la carne roja para Mc Donald's Marruecos, Australia, Brasil, Francia, Irlanda,...

# TAMANO DEL MERCADO DE ALIMENTOS ENVASADOS EN MARRUECOS

(previsiones millón \$ US)

Catégorie	2014	2015	2016	2017	2018	TCAC (2014-2018)
Aliments emballés	6 094,7	6 557,6	7 056,8	7 593,6	8 091,2	5,83 %
Aliments pour nourrisson	119,1	127,3	135,8	144,7	153,1	5,15 %
Produits de boulangerie	1 074,5	1 142,7	1 213,1	1 285,9	1 356,0	4,76 %
Aliments en conserve	250,9	270,2	289,4	308,1	321,3	5,07 %
<u>Aliments transformés réfrigérés</u>	0,3	0,4	0,5	0,6	0,8	21,67 %
Confiseries	581,6	627,0	675,3	727,2	778,2	6,00 %
Produits laitiers	2 252,7	2 439,5	2 643,5	2 863,1	3 086,7	6,50 %
Aliments transformés déshydratés	250,1	265,9	283,0	299,5	311,5	4,49 %
<u>Produits transformés surgelés</u>	142,9	170,6	202,8	240,9	257,4	12,49 %
Crème glacée	209,1	226,9	245,9	266,1	286,9	6,58 %
<u>Substituts de viande</u>	1,5	1,8	2,1	2,6	3,1	15,63 %
<u>Nouilles</u>	6,5	7,8	9,3	11,2	12,3	13,61 %
Huiles et gras	925,0	970,2	1 018,1	1 070,8	1 123,0	3,96 %
Pâtes	98,0	103,9	110,3	116,9	121,0	4,31 %
<u>Plats préparés</u>	4,0	4,8	5,7	6,8	7,3	12,79 %
Sauces, vinaigrettes et condiments	104,2	110,7	118,2	126,5	133,4	5,06 %
Barres collations	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	12,47 %
Soupes	3,7	4,0	4,5	4,9	5,4	7,85 %
Tartinades	99,6	106,1	113,3	121,3	129,2	5,34 %
<u>Grignotines sucrées et salées</u>	82,6	97,6	115,1	135,4	149,6	12,61 %

Source : Euromonitor : Aliments emballés au Maroc (2013)

# INTRODUCIRSE EN EL MERCADO MARROQUÍ...



**ACCIÓ**



**Generalitat de Catalunya**  
Gobierno de Cataluña

**Conéctate a ACCIÓ**  
[accio.gencat.cat](http://accio.gencat.cat)

# PUEDE ENCAJAR MI PRODUCTO?

## FORTALEZAS

- ✓ Posición geográfica
- ✓ Variedad productos
- ✓ Responde a las necesidades cliente
- ✓ Nuevo nicho de mercado
- ✓ Productos innovadores

## DEBILIDADES

- Nuestro sector cárnico está especializado en productos del cerdo
- Sector cárnico necesita certificados de trazabilidad exhaustivos
- Costes para llevar a cabo una correcta trazabilidad

## HALAL

## OPORTUNIDADES

- Incurción a nuevos mercados
- Poca competencia en el sector
- VC pq te distingue vs competidores
- Buen posicionamiento vs competidores
- Apto para todos los públicos
- Sinergias con otros productos

## AMENAZAS

- Mercado inmaduro
- Aranceles muy elevados para según qué productos
- No hay marco legal regulatorio
- Importadores pueden exigir sellos muy concretos
- Baja apreciación según franja edad

# BARRERAS DE ENTRADA



## NORMA IMANOR



1. Aranceles muy elevados para según qué productos, sobretodo cárnicos
2. Única norma existente en el país y único marco regulatorio, pero no es un marco legal
3. No constituye un requisito indispensable para la exportación de productos al país, a excepción de los productos cárnicos
4. Los importadores y distribuidores del país pueden utilizar la norma como discriminación entre proveedores
5. No es obligatoria, pero sí es recomendable ya que puede constituir una ventaja competitiva si se quiere trabajar con grandes distribuidores e importadores





# CASO Mc DONALD'S EN MARRUECOS

## CLAVES DE ÉXITO

1. Hoja de ruta iniciada en 2014 entre Mc Donald's e Imanor
2. Implementación para todos sus establecimientos de Marruecos
3. Dar imagen de calidad, seguridad alimentaria y responsabilidad social
4. Estrategia: doble certificación para sus proveedores
5. Lista de proveedores:
  - a. Patatas fritas - Farm frites (Egipto)
  - b. Carne pollo – Amparo (Brasil)
  - c. Aceite freir – Baltimar
  - d. Bollos – Maroc Buns Industries
  - e. Carne roja, salsas, etc.



# CONCLUSIONES

SECTOR POCO  
DESARROLLADO

FALTA  
CONCIENCIACION  
CONSUMIDORES

EMPRESAS NO  
TIENEN PRISA POR  
CERTIFICAR SUS  
PRODUCTOS

SECTOR MUCHO  
RECORRIDO

NO SE VE  
AFECTADO POR LA  
CRISIS POR SER UN  
MODO DE VIDA

AUMENTO DE LOS  
PRODUCTOS HALAL  
DE CALIDAD Y  
GOURMET

MARCO  
REGULATORIO  
FIRME

EXIGENCIAS  
PARA EXPORTAR  
SERAN  
MAYORES

REQUISITO  
INDISPENSABLE

**Servicio de Información  
Empresarial**

934 767 206  
info.accio@gencat.cat

**Alt Penedès, Garraf i Maresme**

Tel. 934 767 251  
altpenedesgarrafmaresme.accio@gencat.cat

**Catalunya Central**

Tel. 936 930 209  
manresa.accio@gencat.cat

**Girona**

Tel. 872 975 991  
girona.accio@gencat.cat

**Lleida**

Tel. 973 243 355  
lleida.accio@gencat.cat

**Tarragona**

Tel. 977 251 717  
tarragona.accio@gencat.cat

**Terres de l'Ebre**

Tel. 977 449 333  
terresebre.accio@gencat.cat



@accio\_cat

Accra / Berlín / Bogotá / Bombay / Boston / Bruselas / Buenos Aires / Casablanca / Copenhague / Dubai / Hong Kong / Estambul /  
Johannesburgo / Lima / Londres / Mexico DF / Miami / Milán / Montreal / Moscú / Nairobi / Nueva York / Panamá / París / Pequín /  
Santiago de Chile / São Paulo / Seúl / Shanghai / Silicon Valley / Singapur / Stuttgart / Sidney / Teheran / Tel Aviv / Tokyo / Varsovia /  
Washington DC / Zagreb-Belgrado

**ACCIO**



**Generalitat de Catalunya**  
Gobierno de Cataluña

**Conéctate a ACCIO**  
accio.gencat.cat