

FICHAS DE IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADES DE MERCADO

SETOR	Agroalimentar – Gorduras ou óleos animais e vegetais, etc. (Cap. 15)
TIPO DE PRODUTO / SERVIÇO	Azeite e suas frações (Cód. 1509)
MERCADO ALVO	Marrocos

I. RELAÇÕES ECONÓMICAS

Ano Referência

Tendência

Valores em euros

↗ → ↘

1	Valor total das importações	34.750.305.000€
2	Valor total das importações do setor	421.223.000€
3	Valor total das importações do produto - serviço	12.879.000€
4	Valor total das importações do produto - serviço de Portugal	0€

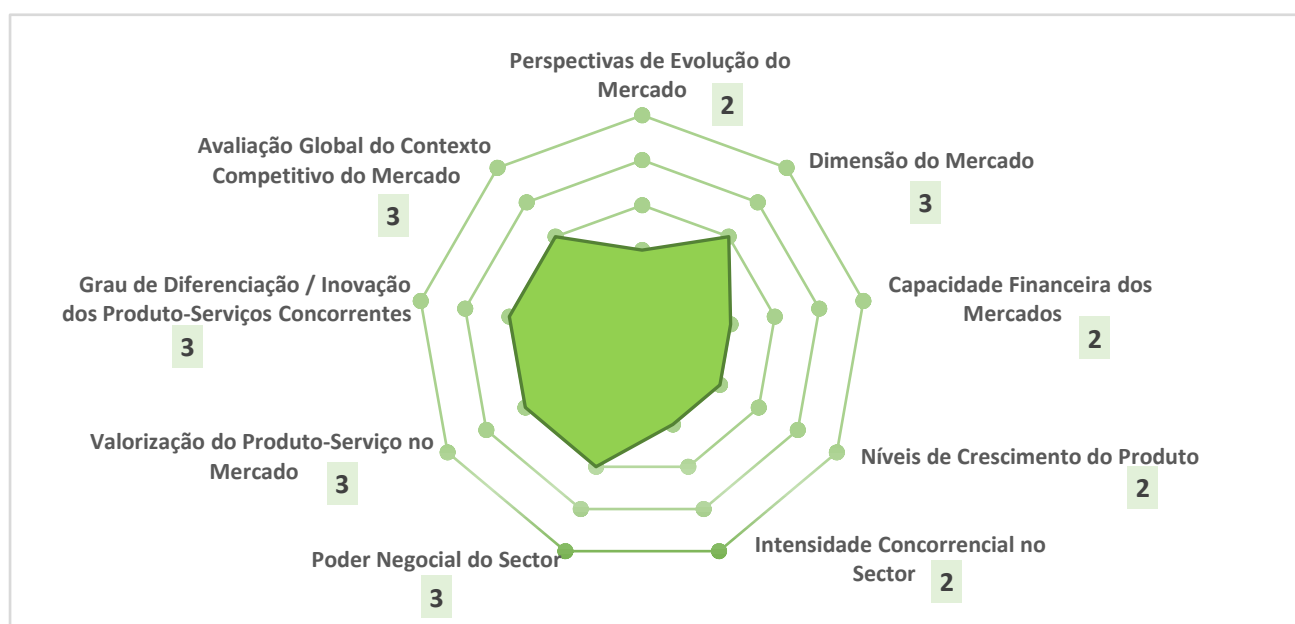
	X	
		X
	X	

Percentagem

5	Valor das importações do setor / valor total das importações)	1,21%
6	Valor das importações do produto-serviço / valor total das importações do setor)	3,06%
7	Valor das importações do produto-serviço de Portugal / valor das importações do produto-serviço)	0%

Fonte: Internacional TradeCenter (ITC) – UN ComtradeDatabase, segundo os códigos indicados de posições pautais dos produtos para a última atualização de Fevereiro de 2016.

II. AVALIAÇÃO DO CONTEXTO COMPETITIVO DO MERCADO



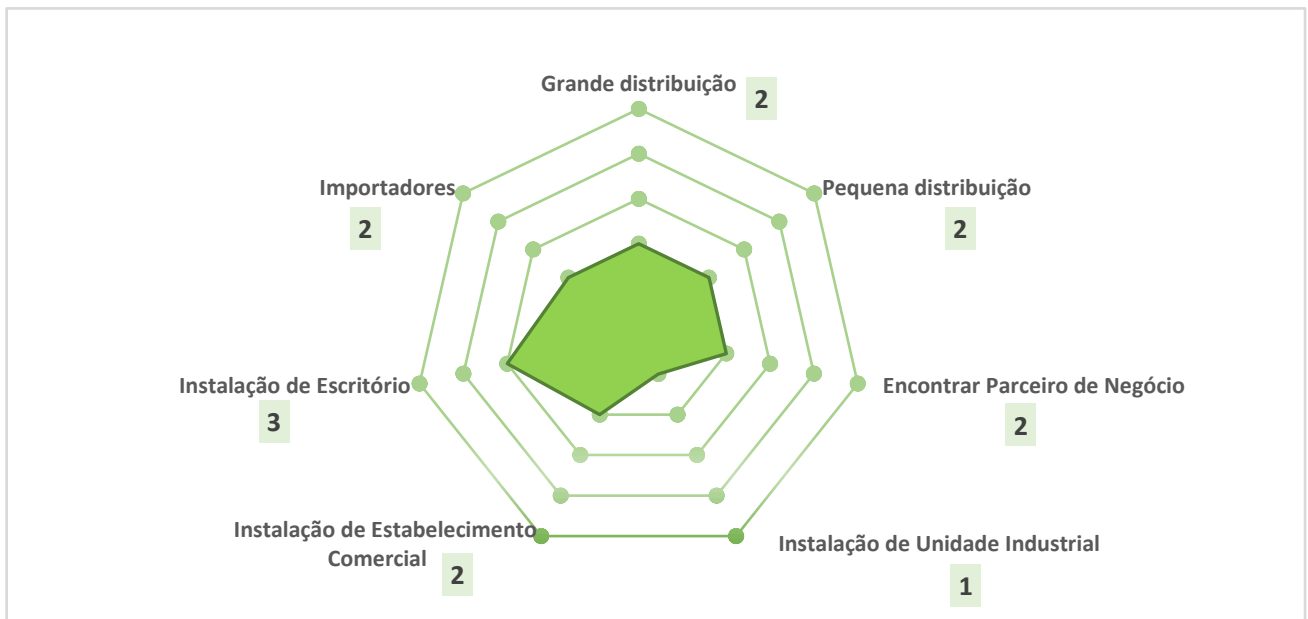
Escala de 1 a 5, em que o 1 corresponde a "Contexto Muito Desfavorável" e o 5 corresponde a "Contexto Muito Favorável".

III. FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO DO SETOR



Escala de 1 a 5, em que o 1 corresponde a "Contexto Muito Desfavorável" e o 5 corresponde a "Contexto Muito Favorável".

IV. FORMAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO



Escala de 1 a 5, em que o 1 corresponde a "Contexto Muito Desfavorável" e o 5 corresponde a "Contexto Muito Favorável".

V. AVALIAÇÃO GLOBAL DA OPORTUNIDADE

Avaliação Global da Oportunidade



PLANO DE AÇÃO SETORIAL PARA A INTERNACIONALIZAÇÃO

SETOR	Agroalimentar – Gorduras ou óleos animais e vegetais, etc. (Cap. 15)
TIPO DE PRODUTO / SERVIÇO	Azeite e suas frações (Cód. 1509)
MERCADO ALVO	Marrocos

I. LINHAS ESTRATÉGICAS

Marrocos é um dos principais consumidores de azeite do mundo, apontando-se para 3,6 quilos *per capita* por ano (em Portugal o consumo é de 7,2 quilos). Contudo, é também um país tendencialmente exportador deste produto. De acordo com a Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Agricultura (FAO), Marrocos é o 4º principal produtor de azeite, com 10,6% da produção mundial. Ainda assim, desde 2001, houve sete anos em que a balança comercial de azeite marroquino foi deficitária (entre 2001-2003, 2007-2009 e em 2013). Em 2014 e 2015 registaram-se os valores mais favoráveis, com saldos na ordem dos 58 e 68 milhões de Euros, respetivamente.

Depois de alguns anos numa posição de menor destaque, em 2015 o país foi o 7º maior exportador de azeite do mundo, tendo vendido cerca de 68 milhões de Euros (Portugal ficou em 5º lugar, com cerca de 431 milhões de Euros). De acordo com o Gabinete Nacional de Coordenação de Exportações de Marrocos, o país tem grandes ambições para a indústria, das quais podemos destacar, por exemplo, a plantação de 1,2 milhões de hectares de oliveira nos próximos 5 anos.

II. LINHAS ORIENTADORAS / POLÍTICA DE PRODUTO

O país tem importado mais azeite refinado do que azeite virgem (6,8 contra 3,2 milhões de Euros em 2015). Por outro lado, no que às exportações diz respeito, é o azeite virgem que tem maior destaque.

Desde 2010, as exportações marroquinas de azeite virgem, em comparação com as de azeite refinado, têm crescido de forma assinalável. Em 2013, o valor das exportações de azeite virgem foi de mais do triplo do que o de azeite refinado; em 2014, foi quase 7 vezes superior e, em 2015, quase 10 vezes superior. Entre 2013 e 2015, o país quase quintuplicou as exportações de azeite virgem.

De acordo com um inquérito realizado pela Interprolive (Federação Marroquina Interprofissional da Azeitona), 51,4% dos consumidores adquire azeite em embalagens de plástico, 25,7% em embalagens de vidro e 16,2% adquire-o sem qualquer embalagem.

A variedade de oliveira predominante no país é a *Picholine marocaine*, que corresponde a 96% do total e tem uma dupla finalidade: produção de azeite e de conservas de azeitonas.

III. LINHAS ORIENTADORAS / POLÍTICA DE PREÇO

De acordo com a Ecofin, agência de notícias económicas Africana, o preço de venda do azeite virgem marroquino em 2015 rondaria 35 Dirhams por quilo (cerca de 3,22€), contra 24 Dirhams (cerca de 2,21€) no ano anterior.

Segundo a referida publicação da Interprolive (dados de 2010), o preço de venda a retalho do azeite a granel situa-se entre 30 a 50 Dirhams (entre 2,76€ - 4,60€), dependendo da época. Relativamente ao azeite condicionado, uma garrafa de vidro de 1 litro custa entre 45 e 60 Dirhams (4,14€ - 5,53€); para uma garrafa de plástico, o preço será de 40 a 50 Dirhams (3,68€ - 4,60€); uma garrafa de plástico de 500 ml custa entre 16 e 25 Dirhams (1,47€ - 2,30€).

IV. LINHAS ORIENTADORAS / POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO

O consumo de óleos vegetais em Marrocos está estimado em cerca de 400.000 toneladas por ano, o que corresponde a cerca de 12 quilos *per capita*. Neste sentido, ainda existe uma margem considerável para o aumento do consumo do

azeite, à medida que a população for sensibilizada relativamente aos benefícios deste produto para a saúde, devendo este ser um dos pilares da política de comunicação.

De acordo com o referido inquérito realizado pela Interprolive, o Sabor é o principal critério de escolha do azeite, com uma ponderação de 26,8%, seguido pela Qualidade, com 16,5%; surgem depois o Preço, a Cor, a Origem e o Odor, com pesos de 14,2%, 13%, 11,5% e 10%, respetivamente. O fator Saúde assume uma importância relativa de 8% na decisão.

V.LINHAS ORIENTADORAS / POLÍTICA DE DISTRIBUIÇÃO

Existem duas vias principais de acesso ao mercado: a primeira é através dos departamentos de compras das grandes cadeias de distribuição (ex: Marjane, Carrefour, Acima); a segunda é através dos importadores existentes, que fornecem essencialmente o canal Horeca. Em regra, estas grandes cadeias não vendem mais de uma ou duas marcas estrangeiras. Os principais canais concorrentes são a denominada distribuição informal, que consiste nas pequenas lojas e bancas caracterizadas por níveis de preço e qualidade inferiores.

A já referida publicação da Interprolive refere que a maioria dos consumidores (38,8%) adquire o azeite diretamente ao produtor; 17,9% abastecem-se por autoconsumo e o comércio de proximidade totaliza 16,5%; 14,9% é adquirido em mercados municipais e 7,5% em grandes superfícies.

VI.CONDIÇÕES LEGAIS DE ACESSO AO MERCADO

A importação de azeite virgem proveniente da União Europeia¹ é isenta de direitos aduaneiros desde que a quantidade importada seja até 500 toneladas (1.500 toneladas para o azeite extra virgem). Aos restantes casos (azeite virgem para além do contingente e azeite refinado) aplica-se a Cláusula da Nação Mais Favorecida, sendo a taxa aplicável de 40%. Em regra, esta taxa incide sobre o valor CIF (*Cost, Insurance and Freight / Custo, Seguro e Frete*).

Além dos direitos aduaneiros, o azeite virgem está sujeito ao IVA à taxa de 20%, aplicando-se uma taxa reduzida (10%) ao azeite refinado e semi-refinado, bem como ao imposto parafiscal, à taxa de 0,25% sobre o valor aduaneiro.

VII.CONTACTOS ÚTEIS

Instituição	Âmbito	Website
Aswak Assalam	Cadeia de supermercados	AswakAssalam
Marjane	Cadeia de supermercados	Marjane
Carrefour – Label Vie	Cadeia de supermercados	LabelVie
BIM	Cadeia de supermercados	BIM

VIII.FEIRAS E EVENTOS ÚTEIS

Feiras ou Eventos	Local / Data	Website
Expo SIAB	Casablanca / Novembro 9-12	SIAB
MAFEX – Maghreb Food Exhibition	Casablanca / Dezembro 14-17	MAFEX
CFIA	Casablanca / Setembro 27-29	CFIA
Morocco FoodExpo	Casablanca / Dezembro 5-7	MoroccoFoodExpo
SIAM	Meknès / Abril 26 – Maio 01	SIAM

IX.OUTRAS INFORMAÇÕES ÚTEIS

¹ 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 euros, 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 euros, 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 6000 euros 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>.

IX. 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 nossa)
- 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)

