



Vlaanderen
is internationaal
ondernemen



DE BIERMARKT IN MAROKKO

FLANDERS INVESTMENT & TRADE MARKETSTUDIE

////////////////////////////////////

DE BIERMARKT IN MAROKKO

Publicatiedatum / augustus 2022

////////////////////////////////////

Flanders Investment & Trade Casablanca
T +212 522 26 60 62
casablanca@fitagency.com

INHOUD

1. Introductie.....	3
2. Market Overview.....	3
2.1 Achtergrondinformatie.....	3
2.2 Religie.....	3
2.3 Biermarkt.....	4
2.4 Consumptie.....	5
2.5 Verkooppunten.....	7
2.6 Vooruitzichten.....	8
3. Reglementering.....	9
3.1 Invoervereisten.....	9
3.2 Invoerheffingen.....	10
3.3 Voedselveiligheid.....	11
3.4 Etikettering.....	12
3.5 Advertising.....	13
4. Eerste hulp bij exporteren.....	14
4.1 Stappenplan.....	14
4.2 Contacten.....	14
4.2.1 Importeurs.....	14
4.2.2 Brouwerij.....	15
4.2.3 Retailers bier.....	15
4.2.4 Retailers alcoholvrij bier.....	16

1. INTRODUCTIE

De biersector, bij ons is hij welbekend. In tal van landen hebben onze bieren hun plaats gevonden in de winkelrekken en menukaarten. Ook in Marokko zijn al enkele van onze parels aanwezig. Echter is dit gezien ons rijk assortiment aan bieren nog maar schaars. Met oog op de positieve evolutie van de Marokkaanse biermarkt lijkt de markt nog niet optimaal benut en zien we dus nog veel potentieel voor Vlaamse brouwers. Deze studie geeft daarom een schets van het potentieel van de markt alsook een leidraad voor de export van bier naar de Marokkaanse markt.

2. MARKET OVERVIEW

In de eerste sectie van deze studie wordt een overzicht van de markt gegeven. Hier wordt dieper ingegaan op de Marokkaanse markt in zijn geheel alsook de Marokkaanse biermarkt. Bij dit laatste komen de verkoop, import, consumptievoorkeuren en de vooruitzichten van de markt aan bod.

2.1 ACHTERGRONDINFORMATIE

Alvorens specifiek in te gaan op de biermarkt, schetsen we graag een beeld van de huidige Marokkaanse markt in het algemeen. De Marokkaanse markt presteert momenteel relatief goed, dit mede dankzij grote overheidsinvesteringen en structurele hervormingen. Dit maakt de markt aantrekkelijk voor buitenlandse bedrijven uit verscheidene sectoren.

Momenteel telt Marokko 36,7 miljoen inwoners en dit aantal blijft gestaag groeien. De bevolking is over het algemeen vrij jong met een mediane leeftijd van 29 jaar in 2020. De leeftijd is als volgt verdeeld:

- 27% van de bevolking is jonger dan 15 jaar;
- 16,5% is tussen 15 en 24 jaar oud;
- 40,6% is tussen 25 en 54 jaar oud;
- 8,6% is tussen 55 en 64 jaar oud;
- 7,1% is 65 jaar of ouder.

Verder is er sterke urbanisatie merkbaar. De stedelijke bevolking is de afgelopen decennia aanzienlijk gegroeid en maakte in 2021 zo'n 64% uit van de totale bevolking. Dit is een gemiddelde jaarlijkse groei van 2% tussen 2015 en 2021. De spreiding van de verstedelijking is echter bijzonder ongelijk, met een op de drie inwoners geconcentreerd in twee regio's: Groot-Casablanca en Rabat Salé Zemour Saer.

De officiële talen van Marokko zijn het Modern Arabisch en het Amazigh (Berbers). Marokkaans Arabisch (Darija) is de gesproken moedertaal, maar in het dagelijks leven wordt er ook veel Frans gesproken.

2.2 RELIGIE

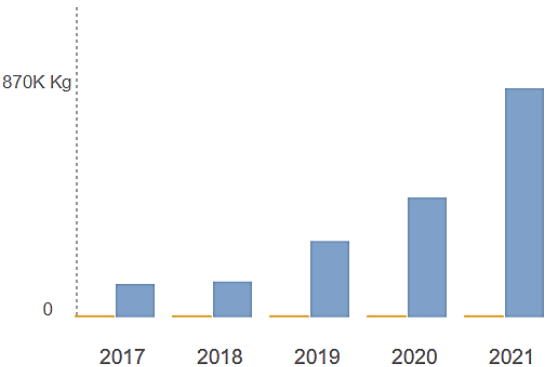
Religie is een belangrijk element in de Marokkaanse cultuur. De islam is de meest beoefende religie in Marokko gezien dat 99% van de bevolking bestaat uit moslims. Om deze reden is alcoholconsumptie in Marokko niet zo vanzelfsprekend. Vanuit de islam is alcoholconsumptie namelijk niet toegestaan.

//

brouwt, genoemd naar de gelijknamige stad waar het wordt gebrouwen. Heineken wordt dus ook plaatselijk gebrouwen maar onder toezicht van *Heineken International*. Daarnaast brouwt *Brasseries du Maroc* ook *Desperados* onder licentie. Verder worden onder andere *Budweiser*, *Corona*, *Stella Artois*, *Leffe* en *San Miguel* geïmporteerd. Ook *Kwak* en *Triple Karmeliet* zijn sinds kort op beperkte plaatsen verkrijgbaar.

De grafiek hieronder toont de uitvoer van bier van België naar Marokko. Deze is sterk toegenomen, tot 870 000 kg in 2021, wat ongeveer 852 941 liter is. Wat de invoer betreft, in geel aangeduid, is het volume gestaag laag gebleven. *Casablanca* wordt bijvoorbeeld geëxporteerd en aangeboden in bierspecialzaken.

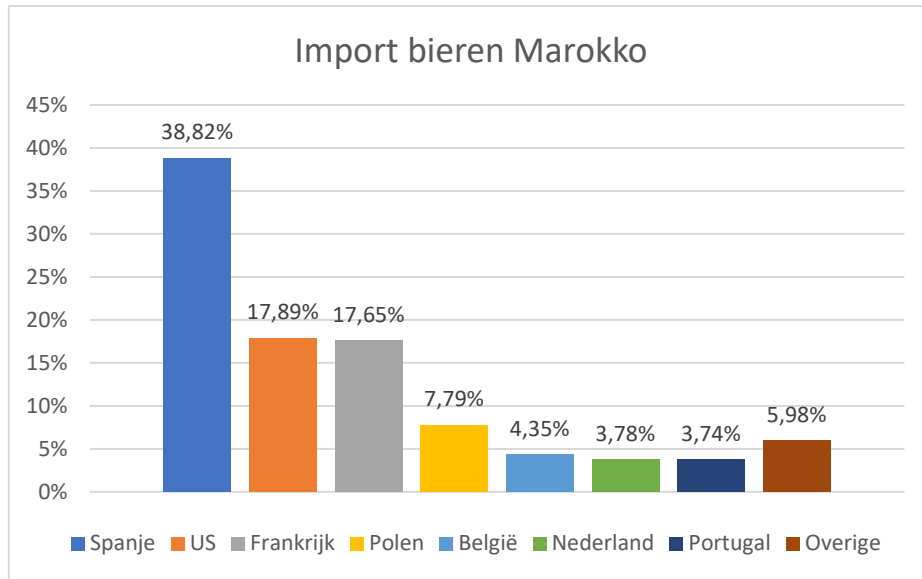
Hoeveelheid



Figuur 2: Export (blauw) en import (geel) van bier tussen België en Marokko in kilogram.

Als we verder kijken naar de importcijfers van Marokko wordt duidelijk dat België nog niet volop gebruik maakt van het potentieel van de Marokkaanse markt. Gezien ons talrijk aanbod van bieren is het opmerkelijk om te zien dat we slechts 4,35% van de totale hoeveelheid geïmporteerde bieren uitmaken. Spanje daarentegen, is met 38,82% het meest geëerde land van import voor de Marokkaanse biermarkt. Ook de Verenigde Staten, Frankrijk en Polen exporteren meer naar de Marokkaanse markt dan België. Uit gesprekken in de horeca en de retailsector kunnen we afleiden dat het succes van Spaanse en Poolse bieren veelal te wijten is aan de combinatie van een lage prijs en een internationale oorsprong.

//



Figuur 3: Herkomst van de geïmporteerde bieren in Marokko.

2.4 CONSUMPTIE

Om verder een goed beeld te kunnen schetsen van de bierconsument in Marokko, zijn we in gesprek gegaan met zowel importeurs als een caféuitbater en een handelaar. Uit deze gesprekken hebben we kunnen afleiden dat de bierconsumptie zich quasi uitsluitend bevindt in steden en voornamelijk in Groot-Casablanca en Rabat Salé Zemour Saer. Hier kunnen we drie consumentensegmenten onderscheiden. Allereerst zijn er de oudere mannelijke consumenten die een voorkeur hebben voor het goedkoopste bier en niet loyaal zijn aan een specifiek merk. Deze consument drinkt voornamelijk pilsbier, dit mede door de lage prijs en de grote verkrijgbaarheid van het bier. Het tweede segment zijn de jongere Marokkaanse consumenten. In dit segment is merkbaar dat ook vrouwen alsmaar vaker bier consumeren. Deze consumenten staan desondanks het kleine aanbod aan bieren, open voor nieuwe smaken en internationale bieren. De derde en laatste groep zijn de expats, toeristen en rijkere Marokkaanse klasse. Deze groep maakt een kleiner deel uit van de totale consumptie. Daarnaast is ze minder prijsgevoelig dan de vorige groepen en gaat ze op zoek naar de kwaliteit van internationale bieren. De toeristen en expats kennen deze internationale merken veelal van hun thuisland, de Marokkaanse consument kent deze van internationale reizen of gaat uit van het hogere prijs – hogere kwaliteit principe.

Desondanks dat de consument momenteel bijna uitsluitend aan pilsbieren wordt blootgesteld, staan ze wel open voor nieuwe smaken. Zoals eerder vermeld zijn veel consumenten hier al mee bekend door internationale vakanties. Zo proberen ze ook sommige smaken na te bootsen door bijvoorbeeld kerssiropen toe te voegen aan het bier om een fruitbier te creëren. Daarnaast lijkt *Leffe Ruby*, vrijwel het enige fruitbier op de markt, het goed te doen. Ook alsmaar meer hoppige bieren betreden de markt, zo zijn, zoals eerder vermeld, in 2022 *Kwak* en *Triple Karmeliet* de markt ingetreden. De naamsbekendheid van Belgische bieren en de curiositeit naar nieuwe smaken zorgen voor een potentiële markt voor de Belgische brouwers. Vooral high class hotels, bars, cafés en restaurants in

////////////////////////////////////

grootsteden en winkels in welstellende quartiers bieden veel potentieel. Dit gezien het feit dat de consumenten hier minder prijsgevoelig zijn en de merken reeds kennen uit internationale reizen.

De consument heeft verder vrijwel geen voorkeur voor verpakking. Zo zijn voor consumptie buitenshuis fles en tap evenwaardig voor de consument. Echter wordt er meer en meer geëxperimenteerd met Belgische bieren op tap, maar dit is slechts in de beginfase. In winkels worden flessen en blikken verkocht. Flessen hebben meestal een inhoud van 33cl. Blikverpakkingen worden door biermerken veelal aangeboden in 33cl en 50cl. Blikverpakking wordt hier over het algemeen vaker gebruikt dan wij in België gewoon zijn. Zo wordt bij consumptie buitenshuis frisdrank vaak uit blik aangeboden. Echter kunnen we vanuit onze gesprekken geen eenduidig antwoord bieden voor welke van beide het best verkoopt binnen retail.

Over alcoholvrij bier bestaat ook onenigheid. Hoewel dit goed lijkt te verkopen in de detailhandel, is alcoholvrij bier verrassend zeldzaam in de horeca. Uit onze gesprekken blijkt verder wel dat er steeds meer zware bieren op de markt komen en dat de consumenten dat waarderen. Ook al staat de pilsverkoop nog steeds bovenaan, neemt het aandeel van zware bieren gestaag toe.

2.5 VERKOOPPUNTEN

Binnen de horeca zijn bieren in allerlei soorten verkooppunten aanwezig. Dit gaat van hotels tot restaurants tot cafés en bars. Echter, zoals eerder vermeld, geldt hier wel de voorwaarde dat de consumptie van alcohol niet zichtbaar is voor de buitenwereld. De verkooppunten dienen dus creatief te zijn door ramen af te plakken, terrassen af te schermen of gebruik te maken van rooftops of binnenpleintjes. De prijzen in de horeca liggen tussen de €4 en €8 per consumptie, afhankelijk van klasse van de zaak en het bier.

In de retail wordt alcohol, waaronder bier, voornamelijk aangeboden in buurtwinkels. Het Marokkaanse retailenvironment bestaat momenteel nog voor 80% uit buurtwinkels, hoewel dit percentage wel jaarlijks afneemt. Deze buurtwinkels zijn te vinden in verschillende vormen, zo heb je buurtwinkels zonder een alcohol assortiment, met een alcohol assortiment en met uitsluitend een alcohol assortiment. Verder wordt ook veel alcohol verkocht in winkels met als core business de verkoop van alcoholische dranken. Een voorbeeld hiervan zijn de [Nicolas](#) winkels die in het bezit zijn van de grootste brouwerij van Marokko (*Brasseries du Maroc*). De keten heeft 12 filialen verspreid over Marokko en verkoopt uitsluitend alcohol. Verder is alcohol verkrijgbaar in enkele filialen van [Carrefour](#). Echter wordt dit wel verkocht in een afgesloten kamer. De andere grote supermarktketens *BIM*, *Aswak Assalam* en *Marjane* bieden geen alcohol aan. Alcoholvrije bieren zijn echter wel te vinden in *Aswak Assalam* en *Marjane*. De prijzen in retail variëren veelal rond de €2 per consumptie afhankelijk van het verkooppunt en het bier.

Verder zijn alcoholische dranken ook steeds vaker te verkrijgen op events. Een voorbeeld hiervan is het [Oktoberfestival](#), een klein festival uit initiatief van de *Duitse Kamer van Koophandel en Industrie* in Marokko. De meningen over het festival zijn echter verdeeld. Andere voorbeelden van festivals zijn het *Moga Festival* in Essaouira en *Jazzablanca* in Casablanca. Verder is bier ook te vinden in nachtclubs, de bekendste zijn *Theatro* en *Secret Room* in Marrakesh.

De verkoop van alcohol in Marokko blijft toch allesbehalve vanzelfsprekend. Velen beschrijven het als een administratieve doolhof en dit is te danken aan het [besluit van de Directeur-generaal van het Koninklijk Kabinet, nr. 3-177-66 van 17 juli 1967](#), dat de handel in alcoholische dranken regelt. Daarin

//

staat dat een vergunning voor de exploitatie van een verkooppunt van alcoholhoudende dranken wordt verkregen door de Wilaya (= regio), na onderzoek door de plaatselijke politie of gendarmerie. Er zijn echter verschillende voorwaarden en verboden waaraan moet worden voldaan om deze vergunning te verkrijgen. Na het verkrijgen van de vergunning kan de exploitant nog steeds onderworpen worden aan controles die kunnen leiden tot intrekking van de vergunning.

Binnen dit besluit gelden strikte openings- en sluitingstijden van alcoholinrichtingen. Deze kunnen verschillen tussen steden. Zo mogen winkels en supermarkten in Casablanca enkel alcohol verkopen van 11.00 tot 20.00 uur terwijl de meesten open zijn van 8:30 tot 23:00 uur.

2.6 VOORUITZICHTEN

Vóór de pandemie was Marokko al sterk aan het veranderen en dit is gedurende de laatste jaren nog versneld. In de alcoholsector is dit zichtbaar in de vraag, die meer op één lijn is komen te liggen met de ontwikkelde westerse landen. Voorspeld wordt dat de consumptie van bier in de toekomst nog verder zal stijgen. Hier zijn verschillende redenen voor. Allereerst gaat de stijgende urbanisatie gepaard met meer blootstelling aan westerse invloeden alsook een stijging van de koopkracht die een positieve invloed hebben op de consumptie van bier. Daarnaast is ook merkbaar dat de nieuwe generatie consumenten alsook de expats, toeristen en welvarende Marokkaanse consumenten open staan voor internationale bieren met een hogere prijs en een grotere verscheidenheid aan smaken en alcoholgehaltes. Dit mede door internationale reizen die de consument blootstellen aan verschillende soorten internationale bieren en die vervolgens de consument warm maken voor een breder gamma bieren die een bredere doelgroep kunnen aanspreken. Verder is merkbaar dat alsmaar meer vrouwen bier consumeren en dit wordt voorspeld alleen nog maar te stijgen.

////////////////////////////////////

3. REGLEMENTERING

In de sectie *Reglementering* wordt dieper ingegaan op de vereiste documenten en de kosten verbonden aan export van bier. Daarnaast wordt meer informatie gegeven over voedselveiligheid en etikettering. Tenslotte wordt er kort ingegaan op advertizing van bier in Marokko.

3.1 INVOERVEREISTEN

Voor de douane-inklaring van goederen kan het nodig zijn de volgende documenten voor te leggen:

- A. Kopie van de douaneaangifte ten invoer**, met name de *Déclaration Unique de Marchandises (DUM)*. De registratie van de gedetailleerde aangifte kan online via [deze link](#). Deze dient later fysiek ingediend te worden op het douanekantoor van invoer binnen de gestelde termijnen.
- B. Bij te voegen documenten voor de toepassing van rechten en belastingen**
- Handelsfactuur met betrekking tot de aangegeven goederen
 - Bankcertificaat met vermelding van de naam van de domiciliëringsbank en het bedrag in gefactureerde valuta, de wisselkoers en de referenties van de invoerdocumenten
 - Verdeling van de waarde per item
- C. Bij te voegen documenten voor de toepassing van douaneprocedures**
- Certificaat van oorsprong voor preferentiële handel, met name het *EUR1* certificaat
- D. Documentatie ter begeleiding van verschillende niet-douanewetten**
- Invoerdocument (dit kan een invoerverbintenis, een invoervergunning of een pre-invoeraangifte zijn)
 - Gezondheidscertificaten of andere gelijkwaardige documenten die zijn afgegeven door de bevoegde autoriteit van het land van uitvoer waaruit blijkt dat het bier voldoet aan de geldende wetgeving en geen gevaar kan opleveren, met name *Certificat d'Analyse en Certificat sanitaire*
- E. Andere documenten**
- Transportdocumenten (vrachtbrieven, luchtvrachtbrieven.)
 - Paklijst (detailnotities met per pakket het gewicht, aantal en soort van geïmporteerde goederen)
 - Bewijs van inschrijving in het handelsregister ter goedkeuring van de handel van alcoholische dranken, genaamd *Certificat de libre vente*

Een eenduidig beeld schetsen van de nodige documenten is niet simpel gezien er weinig info over wordt vrijgegeven en de benodigde documenten aanhoudend veranderen. Ga daarom ook zeker na bij uw importeur wat de noodzakelijke documenten zijn. Verder is meer informatie over de benoemde documenten te vinden op het [Access2Markets-portaal](#). Dit is een zeer behulpzame website die bedrijven informatie biedt die is toegespitst op hun product(en). Dit omvat toepasselijke tarieven, oorsprongsregels, interne belastingen, douane- en invoerprocedures en andere vereisten waaraan moet worden voldaan. Daarnaast bevat het portaal ook informatie over alle gemelde



handelsbelemmeringen die van invloed zijn op de EU-uitvoer naar derde landen. Bedrijven kunnen op het portaal ook zelf handelsbelemmeringen melden. Naast het Access2Markets-portaal, kan ook veel informatie gevonden worden op de [website van de Marokkaanse douane](#), alsook de website van *Office National de Sécurité Sanitaire des Produits Alimentaires (ONSSA)*.

3.2 INVOERHEFFINGEN

Ook omtrent invoerheffingen en taxes is er veel onduidelijkheid. Wat we wel weten is dat in 2000 de [Euro-mediterrane associatieovereenkomst](#) tussen de EU en Marokko in werking is getreden. Dit heeft een vrijhandelszone tussen de EU en Marokko tot stand gebracht. In het kader van deze vrijhandelsovereenkomst worden voor veel producten preferentiële tarieven toegekend. Echter lijken deze in het geval van alcohol niet van toepassing te zijn. Zo zou bij uitvoer van België naar Marokko het invoertarief voor bier met alcohol gelijk zijn aan 49% en voor bier zonder alcohol aan 40%. Echter kan dit best gecheckt worden bij de importeur aangezien dit net als de benodigde documentatie continu verandert.

Wat de belastingen betreft, wordt de belasting over de toegevoegde waarde (btw) geheven tegen een tarief van 20% van de waarde na inklaring. Verder is alcoholvrij bier onderworpen aan een verbruiksbelasting van 600 MAD (€ 57,31¹) per hectoliter, terwijl alcoholhoudend bier onderworpen is aan een tarief van 1150 MAD (€ 109,84^{Error! Bookmark not defined.}) per hectoliter. Er wordt daarnaast nog een parafiscale belasting geheven van 0,25% van de waarde van de rechten plus 5 MAD (€ 0,48^{Error! Bookmark not defined.}) per hectoliter. Ook dit wordt best afgestemd met de importeur om een duidelijk en correct beeld te krijgen van alle kosten die verbonden zijn aan het exporteren.

Marokko gebruikt het Harmonised Customs System wat betekent dat ze werken met 6-cijferige HS-codes. Voor bier zijn de HS-codes gecategoriseerd als volgt:

22 03 00: bier uit mout

22 03 00 10 00: halfopen bieren (ongefilterd en ongepasteuriseerd) in verpakkingen met een inhoud van ten minste 30 hl, ingevoerd door de betrokken fabrikanten en rechtstreeks geleverd aan hun inrichtingen

22 03 00 90 10: in flessen, flacons, bokalen, potten en dergelijke bergingsmiddelen met een inhoudsruimte van ten hoogste 5 liter

22 03 00 90 90: andere

22 02 91: alcoholvrij bier

Met deze HS-code kan je terecht bij de *Assistant au Dédouanement des marchandises à l'Importation en Ligne* oftewel de [ADDiL](#) pagina van de website van de Marokkaanse douane. Het portaal bevat een bron van informatie, zoals informatie over invoer- en uitvoercijfers naar volume en waarde per HS-code en per land. Verder kan er ook gedetailleerde informatie over importeurs en exporteurs gevonden worden.

¹ Wisselkoers op 29/07/2022



3.3 VOEDSELVEILIGHEID

Het Marokkaanse ministerie van Landbouw en Visserij en meer bepaald het *Office National de Sécurité Sanitaire des Produits Alimentaires* ([ONSSA](#)) is verantwoordelijk voor de voedselveiligheid. Het ONSSA is de tegenhanger van het Belgische *Federaal Agentschap voor de Veiligheid van de Voedselketen* (FAVV) waarmee het in 2013, naar aanleiding van het landbouwsalon in Meknès, een [samenwerkingsakkoord](#) heeft afgesloten.

Het ONSSA is verantwoordelijk voor de uitvoering en de controle op ongeveer 280 verschillende wetteksten. Het is een onmogelijke taak om alle teksten in deze studie te behandelen, maar we verwijzen wel naar een aantal ervan, zoals [wet nummer 28-07 uit 2010](#) en het daarbij horende [decreet 2-10-473 uit 2011](#).

Het aanvangsprincipe is dat geen enkel (geproduceerd of geïmporteerd) product op de Marokkaanse markt mag gebracht worden als er levensgevaar of een gevaar voor de gezondheid (van mens en dier) is. Daarom zal elk etablissement erkend worden door de competente autoriteiten. Daarenboven moet de zaakvoerder van elke erkende eenheid ook aan zelfcontrole doen (gebaseerd op de HACCP-principes – NM 08.0.002) of moet er een *guide de bonnes pratiques sanitaires* worden gevolgd. Het spreekt voor zich dat deze gids, die gebaseerd is op de *Codex alimentarius*, voorafgaand door de minister van Landbouw moet worden goedgekeurd.

Traceerbaarheid van grondstoffen en voedingsproducten is belangrijk en moet kunnen aangetoond worden in alle stadia van de voedselketen. Tot slot benadrukt de wet het belang van de informatie aan de consument door middel van een goed verstaanbaar etiket.

Het ONSSA is ook verantwoordelijk voor de controle, zowel tijdens het productieproces als bij import, en sanctioneren van bedrijven die niet conform zijn. De straffen zijn niet mals. Zo schrijft de wet bijvoorbeeld een gevangenisstraf van 2 tot 6 maand én een geldboete tussen 50.000 en 100.000 MAD voor wanneer een 'niet-veilig' product op de markt wordt gebracht (bv. uit een fabriek die niet erkend is). ONSSA legt verder ook enkele [voorwaarden](#) op de verkoop van bier. Hier kan onder andere meer uitleg gevonden worden over enkele verbodsbepalingen, toegestane handelingen tijdens het brouwproces en wanneer een bier onder een bepaalde naam valt. Zo wordt de naam alcoholvrijbier gerechtvaardigd wanneer een bier een alcoholpercentage van minder dan of gelijk aan 1,2% bevat.

Verder vernam FIT Casablanca via de Europese Delegation in Rabat dat er sinds begin 2019 verstrengde controles zijn waardoor goederen die niet in het bezit zijn van de juiste certificaten niet meer worden toegelaten op de Marokkaanse markt. Zoals eerder vermeld kan onder andere een *Certificat d'Analyse* en *Certificat Sanitaire* vereist zijn. Een *Certificat d'Analyse* omvat een document waaruit blijkt dat microbiologische en fysisch-chemische tests zijn uitgevoerd door een geschikt laboratorium in het land van uitvoer. Verder stelt het *Certificat Sanitaire* dat de fabriek op regelmatige en willekeurige tijdstippen wordt gecontroleerd door de bevoegde Belgische autoriteiten om er zeker van te zijn dat de geproduceerde dranken worden geproduceerd in overeenstemming met de EU- en Belgische regelgeving, dat zij worden vervaardigd in hygiënische omstandigheden en dat zij geschikt zijn voor menselijke consumptie. De Marokkaanse importeur heeft daarnaast ook bepaalde verplichtingen vis-à-vis zijn lokale autoriteiten. De geldende verplichtingen voor importeurs staan vermeld in artikel 48 van het [decreet 2-10-473](#).

////////////////////////////////////

3.4 ETIKETTERING

Het [decreet 2-12-389 uit 2013](#) is van toepassing voor de algemene voorwaarden van etikettering op voedingsproducten en dit zowel voor lokaal geproduceerde als geïmporteerde producten. Elke producent of importeur is verantwoordelijk voor het etiket van de producten die hij/zij commercialiseert en garandeert dat dit etiket conform het decreet 2-12-389 is.

Het decreet geeft geen voorbeeld van hoe het etiket eruit moet zien, maar vermeldt wel welke elementen verplicht zijn:

1. Benaming van het product, gevolgd door de fysische staat ervan (bijvoorbeeld in poeder, gepasteuriseerd, enz.).
2. De lijst van ingrediënten inclusief diegene die een allergie of een intolerantie kunnen veroorzaken zoals eieren of noten. De volledige lijst vindt u in Bijlage I van het decreet 2-12-389. Ook voedingsadditieven moeten vermeld worden. Deze lijst moet in aflopende volgorde van gewicht op het moment van productie zijn.
3. Nettogewicht alsook dat van bepaalde ingrediëntencategorieën volgens het metrisch stelsel.
4. Minimale houdbaarheidsdatum of de uiterste gebruiksdatum waarbij respectievelijk de volgende termen gebruikt worden (zie artikel 24 van het decreet):
 - a. 'à consommer de préférence avant le' wanneer de dag, maand en jaar vermeld worden;
 - b. 'à consommer de préférence avant fin' wanneer enkel maand en jaar vermeld worden;
 - c. 'à consommer jusqu'au' met dag, maand en jaar.

Een product op de markt brengen waarvan de minimale houdbaarheidsdatum of de uiterste gebruiksdatum verlopen is, is niet toegelaten. De resterende duur tot de minimale houdbaarheidsdatum of de uiterste gebruiksdatum bedraagt ook ten minste een kwart van de tijd. In dat laatste geval moet de productiedatum dan ook vermeld worden op de bijhorende documenten.

5. Specifieke bewaringsvoorwaarden.
6. Naam, maatschappelijke zetel en adres van de fabrikant of de importeur. De importeur kan verlangen dat ten minste de naam van de importeur op het etiket vermeld wordt.
7. Land van oorsprong of plaats van herkomst.
8. Het alcoholgehalte van bier moet vermeld worden bij een alcoholgehalte van 1,2% of meer.
9. De voedingswaarden.
10. Indicatie van het lotnummer bij de productie.
11. Speciale indicaties zoals toevoeging van zoetstoffen, dranken met een hoog cafeïnegehalte...

Het is mogelijk om eventuele toevoegingen aan het originele etiket te doen door middel van een extra etiket of sticker die wordt aangebracht op de fles of het blik.

Voor de meeste producten moet het etiket in het Arabisch opgesteld zijn, eventueel aangevuld met één of meerdere talen. Echter kan de minister van Landbouw voor sommige particuliere klanten een dispensatie geven aan het Arabische etiket. Deze staan omschreven in het [Besluit van de Minister van Landbouw en Zeevisserij nr. 1379-10 van 29 Shaaban 1431 \(11 augustus 2010\)](#). Onder andere alcoholische dranken zijn vrijgesteld van het Arabisch etiket. Verder moet het etiket lees- en zichtbaar zijn en zowel letters, cijfers, pictogrammen als symbolen mogen gebruikt worden. Artikel 12 van decreet 2-12-389 is echter zeer specifiek wat betreft de hoogte van de letters en de wet verwijst naar de letter x in een vreemde taal die gelijk of hoger moet zijn dan 1,2 mm.



3.5 ADVERTISING

Hoewel de invoer van alcoholische dranken theoretisch door elke importeur kan worden verricht, zijn de marketing, de verkoop, de opslag en de behandeling ervan onderworpen aan strenge overheidscontrole. Zoals eerder vermeld, is er voor de afzet van bier op groot- en kleinhandelniveau een speciale vergunning vereist. Verder verbiedt [artikel 64 van de Perswet](#) alle vormen van alcoholreclame. Dit houdt zowel directe als indirecte vormen van reclame in. Hierdoor is onder andere ook sponsoring niet toegestaan. De reden hiervoor wordt omschreven als de bescherming van de Marokkaanse identiteit en religie. Promoties in supermarkten zijn echter wel toegestaan.

4. EERSTE HULP BIJ EXPORTEREN

De laatste sectie van deze studie biedt een stappenplan alsook contactgegevens die het exporteren van bier naar Marokko kunnen vergemakkelijken.

4.1 STAPPENPLAN

Hieronder kan u een overzicht vinden van het stappenplan voor export dat de Europese Commissie heeft opgesteld. U kan deze [hier](#) terugvinden samen met een uitgebreide uitleg en een checklist.



4.2 CONTACTEN

Hieronder kan u de contactgegevens van importeurs, brouwers en verkopers van bier in Marokko terugvinden. Om de privacy van onze contacten binnen de vermelde firma's te garanderen geven we deze enkel vrij op aanvraag. U kan deze aanvragen via casablanca@fitagency.com.

4.2.1 IMPORTEURS

Bourchanin

72, bd Ibn Tachfine 20300 Casablanca

Tel: +212 522 30 75 54

import@bourcha.com

Voorbeelden uit huidig assortiment: Stella Artois (België), Budweiser (US), Carlsberg (Denemarken)

//

Dovern Import Wines & Spirits

6 Allée des Cyprès, 20250 Dar-el-Beida, Casablanca

Tel: +212 522 40 01 25

<http://www.dovern-import.com/fr>

Voorbeelden uit huidig assortiment: Lomza (Polen), Kumpel (Duitsland)

Ebertec

Allée des Citronniers, Ain Sebaâ 20600 Casablanca

Tel: +212 522 35 08 01

reception@groupeebertec.ma

<https://www.linkedin.com/company/groupe-ebertec/>

Voorbeeld uit huidig assortiment: San Miguel (Spanje)

Foods & Goods

z.i. Ouled Saleh, 5869/53, Ennour 2, lot SI 7/19 27182 Bouskoura

Tel: +212 522 59 00 60

info@g.ma

<http://www.fg.ma>

Voorbeeld uit huidig assortiment: Corona (Mexico)

Glenscot

Rue Abdelwahab Azzaqqaq Belvedere – Casablanca

Tel: +212 522 30 58 80

contact@glenscot.ma

<https://www.facebook.com/GlenscotMaroc/>

Menalco food of Morocco

144 Zone Industriel "Sidi Ghanem", Marrakech

Tel: +212 524 33 80 00

achat@menalco.com

<http://www.menalco.com/>

4.2.2 BROUWERIJ

Brasseries du Maroc

1015 Bd Ahl Loughlam, Casablanca

Tel : +212 522 75 46 46

contact@gbm-ma.com

<https://www.boissons-maroc.com/fr/>

4.2.3 RETAILERS BIER

Nicolas

N 38 Bd AIN IFRANE Lotissement Alamia, Casablanca

Tel : +212 522 98 17 78

<https://www.nicolas.ma/>



Retail Holding – Groupe Label’Vie (Carrefour)

Route Nationale 1, Km 3,5 Commune de Sebbah – Skhirat

Tel: +212 537 56 95 95

<https://www.labelvie.ma/>

<https://www.carrefourmaroc.ma/>

4.2.4 RETAILERS ALCOHOLVRIJ BIER

Marjane Holding

G87R+669 Siège Marjane Holding, Casablanca

Tel: +212 529 02 10 00

serviceclient@marjane.co.ma

<http://www.marjane.co.ma/>

Ynna Holding - Aswak Assalam

Hay Riyad , av. Mehdi Ben Barka, secteur 11 10100 Rabat

Tel: +212 537 71 26 29

service.clientele@aswakassalam.com

<https://www.aswakassalam.com/>

Daarnaast bieden de retailers vermeld onder *Retailers Bier* ook alcoholvrije bieren aan.

