

El mercado de las frutas y verduras frescas en Marruecos

Diciembre 2013

Este estudio ha sido realizado por
María Asensio Fraile bajo la supervisión de la
Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Casablanca

ÍNDICE

1. RESUMEN EJECUTIVO	3
2. DEFINICIÓN DEL SECTOR	5
1. Delimitación del sector	5
2. Clasificación arancelaria	6
3. SITUACIÓN Y ESTRUCTURA ECONÓMICA	8
1. Planes de desarrollo: Plan Emergence y Plan Maroc Vert	11
4. OFERTA – ANÁLISIS DE COMPETIDORES	13
1. Tamaño del mercado	13
2. Producción local	15
3. Importaciones	19
1. Exportaciones	33
5. DEMANDA	35
6. PRECIO	39
7. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	42
8. CANALES DE DISTRIBUCIÓN	43
9. ACCESO AL MERCADO-BARRERAS	47
1. Barreras arancelarias	47
2. Barreras no arancelarias	51
10. OPORTUNIDADES	55
1. Los problemas del sector	58
11. INFORMACIÓN PRÁCTICA	60
1. Ferias	60
2. Publicaciones del sector	62
3. Asociaciones	62
4. Otras direcciones de interés	67
5. Bibliografía	71

1. RESUMEN EJECUTIVO

El sector agrícola y con él la industria de las frutas y verduras tiene un peso importante en la economía marroquí y es el sector que más población ocupa, con una gran diferencia sobre el resto. Marruecos es un país donde casi el 80% de la población rural vive de la agricultura y el 40% de la población activa está empleada en el sector agrícola.

En lo que concierne a las frutas y verduras, la producción permite alimentar parte de las exportaciones del país, ofreciendo igualmente importantes oportunidades a la industria agroalimentaria local. Además, el 90% de las frutas y verduras que se consumen en Marruecos vienen del mercado local mientras que el 10% restante se trata de productos de importación.

Con respecto a los factores de compra, destacan de este estudio varias conclusiones. El factor decisorio de compra para el consumidor marroquí medio es el precio. Factores como el envase, embalaje o marca son claramente secundarios en dicha decisión y el país de procedencia de las frutas y hortalizas consumidas es muy poco relevante; en la mayor parte de los casos el consumidor no relaciona el producto con su origen, o lo hace equivocadamente. En relación al lugar de la compra, el supermercado es el elegido si el cliente busca la facilidad y la practicidad en el proceso de compra. Sin embargo es el mercado y la tienda tradicional (“épicerie”) el lugar elegido con mayor frecuencia por el consumidor.

En lo concerniente a la distribución de las frutas y verduras, este sector se caracteriza por la multiplicidad de canales de distribución.

En cuanto a las problemáticas detectadas en el sector, destaca por encima del resto el gran peso de la economía sumergida y de los “*trichers*”, lo que implica una competencia agresiva y en numerosas ocasiones desleal.

En relación a las oportunidades de negocio significativas para las empresas españolas, Marruecos ofrece ventajas derivadas no sólo de la cercanía geográfica y complementariedad de las economías, sino también de las sucesivas rebajas arancelarias que han culminado en 2012, fruto de la aplicación, a partir de marzo de 2000, del Acuerdo de Asociación con la UE. Marruecos es el principal destino de las exportaciones españolas a África. España es, además, el primer país proveedor de Marruecos, seguido de Francia. Con todo ello, podemos deducir que la acogida de los productos españoles en el país es positiva con carácter general.

Respecto al sector de las frutas y verduras, las oportunidades para las empresas españolas se pueden agrupar en dos bloques. Por un lado, las oportunidades comerciales, que se encuentran más del lado de las frutas que del lado de las verduras pues éstas últimas se producen en canti-

EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS EN MARRUECOS

dad más que suficiente en Marruecos. Dentro de las frutas, las frutas tropicales y las frutas de fuera de temporada son las que más oportunidades pueden ofrecer, como resulta lógico, las mayores oportunidades quedan delimitadas a las variedades de frutas en las que Marruecos tiene escasa producción. También dentro del área comercial, los insumos necesarios para la producción de frutas y verduras también pueden presentar oportunidades. Debemos señalar que en este mercado casi todo lo que se consume es local, por lo que estamos hablando de un mercado de nicho y en las oportunidades que se detectan van por tanto, en consecuencia. Por otro lado, también se perciben oportunidades desde el área de inversión. En este sentido se trata de aprovechar las ventajas productivas que ofrece Marruecos para producir en el país alaouí y exportar a terceros países la producción.

2. DEFINICIÓN DEL SECTOR

1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

El presente informe pretende ofrecer al exportador español una visión global del mercado de las frutas y verduras en Marruecos, así como dar a conocer las oportunidades de negocio que existen sobre el sector.

La presente nota analiza el mercado de las frutas y hortalizas frescas en Marruecos, si bien las partidas arancelarias que se muestran son aquellas en las que la industria española puede tener mayor interés tanto, porque se detecta una mayor cifra de las importaciones por parte de Marruecos como por las ventajas que la industria española puede presentar. Con respecto a la industria de los cítricos, ésta industria presenta una particularidad. Los cítricos presenta un volumen muy importante de negocio en Marruecos y en consecuencia, Marruecos tiene una gran experiencia en este segmento. Es por ello por lo que no se encuentran ventajas u oportunidades para las empresas españolas que deseen comercializar estos productos en Marruecos.

2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

Hortalizas:

CÓDIGO TARIC	DESCRIPCIÓN
0702	Tomates
0703	Cebollas, chalotas, ajos y puerros
0704	Coles
0705	Lechugas
0707	Pepinos y pepinillos
0708.20	Judías
0709.10	Alcachofas
0709.20	Espárragos
0709.30	Berenjenas
0709.60	Pimientos
0709.93	Calabacín

EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS EN MARRUECOS

Frutas:

CÓDIGO TARIC	DESCRIPCIÓN
0803	Plátanos
0804.30	Piñas
0804.50	Mangos
0805.10	Naranjas
0805.20	Mandarinas
0805.40	Pomelos
0805.50	Limones
0806.10	Uvas
0808.10	Manzanas
0808.20	Peras
0809.10	Albaricoques
0809.30	Melocotones
0809.40	Ciruelas
0810.50	Kiwis
0810.90	Otras frutas (caquis)

3. SITUACIÓN Y ESTRUCTURA ECONÓMICA

El sector agrícola

El sector agrícola sigue siendo un sector estratégico en Marruecos debido a su papel crucial tanto en el plano económico, como social y ambiental, la agricultura es el motor de la economía marroquí y contribuye, según el año, entre el 16% y el 20% al PIB, segregando esta aportación entre el 16% del PIB en lo que concierne a agricultura y un 4% en lo que concierne al plano agro-industrial en el caso total de una aportación del 20%. Además este sector alcanza una contribución de algo más del 10% del global de las exportaciones y emplea a cerca del 44% de la población, lo que significa alrededor de 4 millones de empleos directos en el mundo rural y 100 mil puestos de trabajo en el sector agroalimentario. En definitiva, este sector tiene para la economía marroquí una relevancia muy superior a su peso real en el PIB.

El sector agrícola es igualmente responsable del desarrollo y de la preservación de los recursos naturales del país. Todo ello es la razón por la que las orientaciones actuales del gobierno se dirigen a consolidar las reformas del sector al mismo tiempo que también se orientan a abordar las cuestiones de la competitividad, apertura, y reducción de las disparidades.

De esta forma, Marruecos es un país donde casi el 80% de la población rural vive de la agricultura y el 40% de la población activa está empleada en el sector agrícola.

El país dispone de una superficie agrícola útil (SA) estimada de alrededor de 8 700 000 hectáreas (13%). El sector agrícola marroquí cuenta actualmente con cerca de 1,5 millones de explotaciones agrarias, de las que casi un 70% tiene menos de 5 Ha, lo que representa el 24% de la superficie agrícola útil; e incluso dentro de éstas, el 55% tiene menos de 3 Ha. Las de 5 a 20 Ha constituyen más del 43% de la superficie agrícola útil, y pertenecen al 25% de los agricultores. Los propietarios de las de más de 100 Ha, que constituyen el 8,7% de la superficie agrícola útil, no representan más que el 0,2% del total de explotaciones.

En cuanto a la irrigación sólo el 38,3% de las explotaciones están irrigadas, generando, en época de buenas condiciones climatológicas, el 45% del PIB agrícola y en épocas de sequía el 70% y asegurando, por otro lado, el 75% de las exportaciones agrícolas. Las explotaciones irrigadas son en su mayoría grandes explotaciones agrícolas, modernas y con una clara vocación exportadora, que producen el 80% de los cítricos del país (principal producto agrícola de exportación junto al tomate), el 35% de las hortalizas y el 15% de los cereales. Las principales exporta-

EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS EN MARRUECOS

ciones agrícolas marroquíes se centran en tres tipos de productos: los cítricos (26%), las frutas y verduras tempranas (14%) y las conservas vegetales (24%).

Las principales producciones agrícolas del país las constituyen los cereales (trigo, cebada y maíz), remolacha azucarera, frutas cítricas (naranjas, clementinas), uvas, verduras, tomates, aceitunas y el ganado. La producción de cereal en particular y la producción agrícola en general siguen siendo muy dependientes de las condiciones y de los peligros climáticos con los que se encuentra el país.

Por otro lado, uno de los roles más importantes de la agricultura reside en su contribución a la mejora del comercio exterior de Marruecos. Este objetivo siempre ha sido reforzado por el gobierno a través de políticas de apoyo al sector de las exportaciones de alimentos, particularmente en términos de mejora de la competitividad de sus industrias. Estas políticas fueron conformadas además por el Plan Maroc Vert en cuyo primer pilar se trabaja por la promoción de los sectores agrícolas de alto valor añadido. Este plan fue presentado en 2008 por el Ministro de Agricultura y de Pesca Marítima, el Sr. Akhannouch, y continúa llevándose cabo en la actualidad. Una primera serie de una veintena de proyectos de inversiones no solo están listos sino que se están llevando a cabo por la Agencia de Desarrollo Agrícola (ADA). Este nuevo organismo tiene como misión la puesta en marcha del Plan Maroc Vert¹ y jugará un rol como intermediario entre el agricultor, la inversión y la administración al mismo tiempo que definirá el cuadro organizativo entre los profesionales del sector.

Estos proyectos que se encuadran en el pilar I son destinados a 8 sectores especialmente al olivo, los cítricos y la leche. Ellos se dirigirán a 13 regiones y movilizarán unas inversiones de alrededor de 6,8 billones de dh en 10 años.

En lo que se refiere al pilar II, cuyos proyectos se sitúan alrededor de una agricultura solidaria, la ADA ya ha diseñado 29 proyectos para una inversión de cerca de 1,6 M de dh de periodos de tiempo variable según cada proyecto.

En 2009, al margen de otros planes encuadrados en el sector de la agricultura se anunció la regionalización de esta actividad lo que se materializó en planes agrícolas regionales PAR. Los PAR son hojas de ruta para el desarrollo agrícola de 16 regiones, determinando los objetivos que se debían lograr a través de la realización de 1500 proyectos de agregación agrícola y a través de proyectos transversales en todos los sectores.

El sector de las frutas y verduras

El sector de las frutas y verduras en Marruecos conlleva asociado un peso económico fundamentado en los empleos y los ingresos que procura a los diferentes operadores del sector, la superficie que ocupa, la contribución a la producción nacional, los modelos de consumo y los intercambios exteriores que consigue.

El desarrollo de los sistemas arborícolas y vegetales tiene una explicación ecológica e histórica. Por un lado, las numerosas especies (olivos, viñas, cítricos) se adaptan a las condicio-

¹ Debido a la importancia que cobra este Plan se cree conveniente dedicarle un apartado específico.

EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS EN MARRUECOS

nes climáticas del país; por otra parte, la densidad de la población agrícola y su carácter familiar en la explotación, así como sus dimensiones conducen a una intensificación de la producción.

Las frutas y verduras permiten obtener una productividad bruta por hectáreas más elevada que los cereales o que el ganado.

En lo que concierne a las hortalizas, la principal región productora es Souss-Massa-Drâa, con 2,14 millones de toneladas en 25 500 has de cultivo. Le sigue Fez-Boulmane, con 1,6 millones de toneladas en 20 000 has del cultivo, y en tercer lugar se sitúa la región de Doukkala-Abda, con 1,1 millones de toneladas producidas en 23 200 ha.

La producción de frutas y verduras permite alimentar las exportaciones del país, ofreciendo importantes oportunidades hacia la industria agroalimentaria local. Los principales productos de exportación son los cítricos (naranjas, mandarinas, clementinas, etc.), así como las verduras tales como el tomate, el calabacín, la zanahoria, el pimiento, la berenjena, la patata... productos principalmente del sur del país (región de Agadir).

El sector alcanza unas cifras de producción de frutas de 3831 millones de toneladas en la temporada 2011/ 2012 y de 6953 millones toneladas de verduras en la misma temporada.

Los cultivos tempranos o de temporada

Hay que distinguir entre los cultivos de temporada y los cultivos tempranos o de fuera de temporada. Del total de la superficie destinada al cultivo de hortalizas, un 13% (32 000 has) se destina al cultivo de verduras y hortalizas tempranas. De ellas, 7 500 has se destinan al cultivo de patata, con 165 000 toneladas recolectadas. Al cultivo de tomate se dedican 6 160 has, tanto en invernadero como a cielo abierto. El cultivo de invernadero es el más productivo y a él se dedica la mayor parte de la superficie cultivada (4 910 has que han producido 745 000 t de tomates); el cultivo a cielo abierto ha ocupado 1250 has que han producido 65 000 t de tomate. En el resto de hortalizas, los cultivos más extendido son los de judía verde (4 350 has), fresa (2 950 has), melón (2 030 has), calabacín (1 840 has), pimiento (1 440 has) y guisantes (1 110 has). También se cultiva en cantidades significativas sandía (700 has), guindillas (450 has), berenjena (430 has), espárragos (390 has), y pepino (335 has). Por volumen de producción, lideran la judía verde y la fresa, con 133 500 t y 130 000 t recolectadas, respectivamente, seguidas del pimiento verde (114 600 t), el calabacín (90 500 t) y el melón (75 000 t).

Los cultivos de frutas o verduras tempranas (fuera de la estación estándar) constituyen uno de los pilares de este sector y ocupan una de las primeras posiciones en cuanto a exportaciones marroquí se refiere. Con una superficie media de 30 000 ha, los cultivos tempranos aseguran una producción de cerca de 1 500 000 toneladas de frutas y de verduras de las cuales alrededor de 580 000 son toneladas exportadas. Este sector concierne a alrededor de 8000 productores y crea más de 12 millones de jornadas de trabajo. Esta parcela de actividad contribuye extensamente a la modernización del sector agrícola y a su desarrollo industrial. También, constituyen una fuente apreciable de divisas para el país, pasando éstas los 2,7 billones de dh en 2011.

Este sector se caracteriza por la diversidad de especies que podemos, sin embargo, agrupar en varios sub- sectores de los cuales los principales son los siguientes: los cítricos, el olivo, los plantas rosáceas, además de los almendros, la viña, la palmera de dátiles, el plátano y los cultivos de hortalizas.

El sector de la horticultura de cultivos tempranos incluye un conjunto de productos agroalimentarios estratégicos para Marruecos, especialmente los tomates y las patatas. Los objetivos que en materia de exportaciones se esperan para el año 2020 y en el marco del Plan Maroc Vert son ambiciosos. Así, se espera una producción de casi 1,7 millones de toneladas de tomates fijando esta cifra para 2020, lo que significa que se espera un crecimiento anual medio (TCAM) de casi el 7,1%.

El sector de las frutas tempranas conoce una evolución importante a nivel de la diversificación de especies, de oportunidades, de logística y de modos de comercialización. Se han realizado importantes esfuerzos en especial enfocados a mejorar la calidad y la productividad para responder a las exigencias del consumidor europeo, así como a aumentar la competitividad de las exportaciones a nivel de los mercados internacionales. Esto ha permitido al producto nacional disfrutar de una notoriedad apreciable a nivel de los mercados internacionales en general y del mercado comunitario en particular.

En la otra cara de la moneda están los cultivos de temporada. Estas verduras y hortalizas han producido cerca de 5 millones de toneladas de producción. El cultivo más extendido es el de la patata (55 275 has y 1 371 560 t producidas). Le siguen el cultivo de cebolla (27 850 has, 662 140 t), melón (21 402 has, 661 800 t), sandía (16 200 has, 604 700 t), guisantes (15 835 has, 110 655 t), zanahoria (9 037 has, 246 995 t), habas tiernas (9890 has, 116 420 t) y calabacín (6977 has, 143 705 t). También se cultivan en cantidades significativas tomates, judías verdes, nabos, alcachofas, menta, coliflor, col, pimientos, berenjenas, pepinos, ajo y boniatos.

1. PLANES DE DESARROLLO: PLAN EMERGENCE Y PLAN MAROC VERT

Tal y como se ha comentado, la industria agroalimentaria presenta importantes capacidades de desarrollo, sobre todo debido al potencial agrícola del territorio marroquí. Es por ello, que el Estado ha establecido el **Plan Maroc Vert** junto con el **Pacto Nacional para la Emergencia Industrial**.

El Pacto Nacional para la Emergencia Industrial impulsa el desarrollo de siete sectores que se consideran los pilares del desarrollo industrial del país. Mackinsey seleccionó los sectores en función de los que presentaban mayores ventajas competitivas para Marruecos, en este contexto, el Estado se ha comprometido a apoyar el desarrollo del sector agroalimentario a través de una estrategia proactiva basada en cinco iniciativas:

- Un plan de desarrollo para los sectores con alto potencial de exportación.
- Los planes de desarrollo y la reestructuración de las cadenas alimentarias nacionales.
- Un plan de apoyo específico para los "sectores medios".
- Un programa de capacitación adecuado para el sector.
- Una red de *Agropoles* (zona industrial destinada a la industria agroalimentaria).

El impacto estimado es de 10 billones de dirhams de PIB adicional y daría lugar a la creación de unos 24.000 nuevos empleos directos en 2015.

EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS EN MARRUECOS

Se puede obtener más información sobre este plan en el siguiente enlace:
www.emergence.gov.ma/

Junto al **Pacto Nacional para la Emergencia Industrial** se encuentra en **Plan Maroc Vert**. Este plan es parte de la nueva estrategia agrícola llevada a cabo por el Ministerio de Agricultura y Pesca Marítima, con el objetivo de consolidar los éxitos ya obtenidos en materia agrícola y de hacer frente a los nuevos desafíos que se presentan en el proceso de aperturismo hacia nuevos mercados.

Los puntos clave del Plan Maroc Vert son:

- El Plan Maroc Vert tiene el objetivo de desarrollar el potencial agrícola del país.
- Inversión global: 800 millones de euros (10 mil millones de dh) al año hasta 2020.
- El Plan Maroc Vert espera aumentar el PIB marroquí a 15 000 millones de euros (174 mil millones de dh), así como crear 1 150 000 puestos de trabajo para 2020. Hasta 2012 este plan había permitido un crecimiento del PIB agrícola de una media de un 32% en el periodo de 2008- 2012 con respecto a 2005- 2007. Este Plan también espera aumentar la renta de aproximadamente 3 000 000 campesinos.
- En cuanto a la producción, este Plan que arrancó en 2008, ha supuesto un crecimiento de un 43% de la producción agrícola en general en el periodo 2011- 2012 con respecto a 2005- 2007.
- El Plan Marruecos Verde se articula en torno a dos pilares:
 - Impulsar el desarrollo de una agricultura moderna y competitiva a través de la planificación de proyectos de gran valor añadido destinados a la producción agrícola y a la industria agroalimentaria.
 - Apoyar proyectos de pequeñas explotaciones agrarias en zonas rurales difíciles con el objetivo de favorecer la productividad y la sostenibilidad de la renta agrícola.
- Con el fin de fortalecer estos dos pilares, el Plan Maroc Vert se basa en proyectos transversales que consisten en la mejora de las políticas territoriales, del agua y de la organización interprofesional.
- Este plan tiene como objetivo la unificación de pequeñas y medianas explotaciones agrícolas para facilitarles el acceso a técnicas modernas de producción, financiamiento y nuevos mercados agrícolas.

Se puede encontrar más información en el siguiente link: <http://www.maroc.ma/fr/content/plan-maroc-vert>

4. OFERTA – ANÁLISIS DE COMPETIDORES

1. TAMAÑO DEL MERCADO

A continuación se muestra la balanza comercial del comercio de Marruecos hacia todo el mundo. Para esta balanza comercial se han tenido en cuenta las partidas arancelarias objeto de análisis en esta nota sectorial.

BALANZA COMERCIAL PARTIDAS ANALIZADAS					
	2008	2009	2010	2011	2012
IMPORT \$	21.571.083	36.631.189	36.294.976	35.945.695	33.689.743
EXPORT \$	932.845.023	875.933.964	945.843.207	1.191.221.055	992.905.997
SALDO \$	911.273.940	839.302.775	909.548.231	1.155.275.360	959.216.254

Gráfico de elaboración propia. Agrupa partidas de página 15.

Balanza Comercial de Marruecos en las partidas analizadas durante el periodo
2008- 2012



de elaboración propia.

EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS EN MARRUECOS

BALANZA COMERCIAL PARTIDAS ANALIZADAS 2008- 2012

Producto	Código arancelario	EXPORT \$	IMPORT \$	SALDO \$
Tomate	.0702	1.701.667.006	175.023	1.701.491.983
Cebollas, chalotas, ajos y puerros	.0703	23.884.578	32.778.452	-8.893.874
Coles	.0704	10.028.272	80.456	9.947.816
Lechugas	.0705	14.015.498	1.350.244	12.665.254
Pepinos y pepinillos	.0707	10.944.180	141	10.944.039
Judías	.070820	613.552.989	243.995	613308994
Alcachofas	.070910	3.131.465	239.303	2.892.162
Espárragos	.070920	16.680.081	130.545	16.549.536
Berenjenas	.070930	1.600.692	2.870	1.597.822
Pimientos	.070960	246.613.105	62.433	246550672
Calabacín	.070993	218.962.982	148.861	218814121

Plátanos	.0803	270.847	56.528.588	-56.257.741
Piñas	.080430*	1.229	6.901.272	-6.900.043
Mangos	.080450	529.021	3.315.904	-2.786.883
Naranjas	.080510	648.629.551	5.251	648.624.300
Mandarinas	.080520	1.265.626.714	14.049	1.265.612.665
Pomelos	.080540	4.062.820	20.255	4.042.565
Limones	.080550	41.958.683	40.263	41.918.420
Uvas	.080610	76.003.764	2.459.329	73.544.435
Manzanas	.080810	52.035	38.007.682	-37.955.647
Peras	.080820	1.566.496	13.722.022	-12.155.526
Albaricoques	.080910	1.404.307	60.329	1.343.978
Melocotones	.080930	31.559.056	1.056.734	30.502.322
Ciruelas	.080940	440.308	461.853	-21.545
Kiwis	.081050	278	5.190.571	-5.190.293
Otras frutas (caquis)	.081090	5.563.289	1.136.261	4.427.028

- ❖ En cuanto a las exportaciones de esta partida 080430 (piñas) únicamente se conocen las exportaciones del año 2009 por lo que no debe tomarse el saldo comercial de esta partida como representativo.

2. PRODUCCIÓN LOCAL

Como se ha comentado, las condiciones climáticas unidas a las condiciones del terreno son una característica básica de la que dependerá la adecuación del cultivo que se plante, así como el resultado de los mismos. Así bien, se considera importante conocer las zonas agro- climáticas del país alauí.

Les Zones agro-climatiques du Maroc

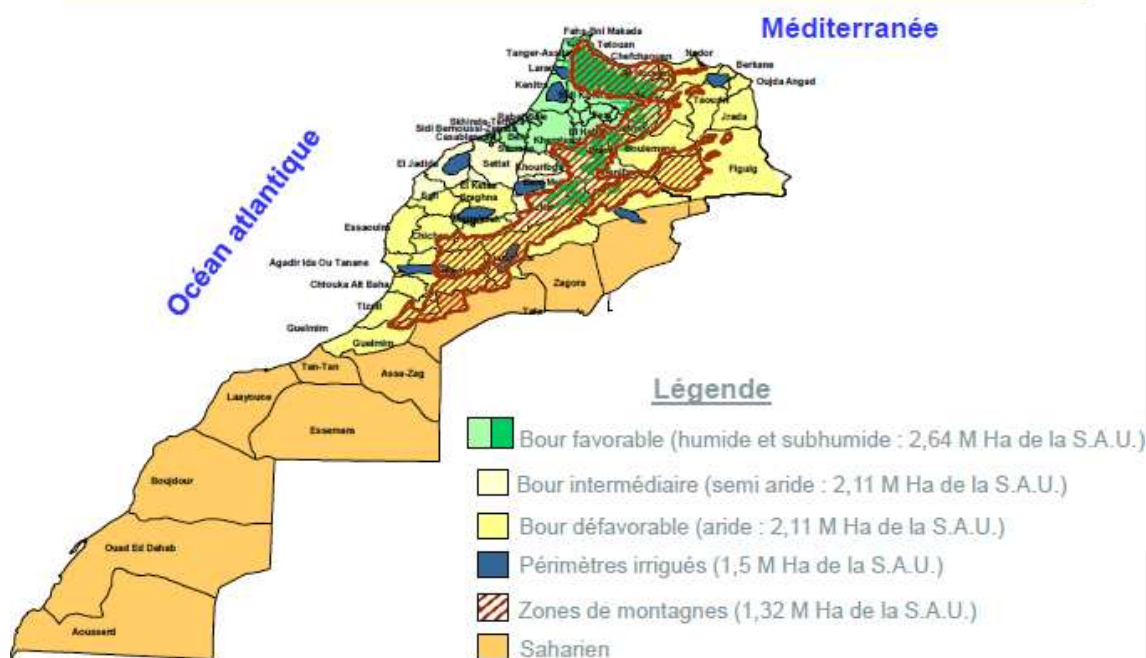


Imagen extraída del Ministerio de Agricultura y de la Pesca Marítima.²

De esta forma, del total de la Superficie Agrícola Útil (S.A.U.), las frutas y verduras representan solo un 14%, siendo la producción de frutas de 3831 millones de toneladas en la temporada 2011/ 2012 y de 6953 millones toneladas de verduras en la misma temporada.

² Entiéndase por Bour favorable zona agro-climática favorable; bour intermédiaire (zona agro-climática intermedia), bour défavorable (zona agro-climática desfavorable), périmètres irrigués (zonas irrigadas), zones de montagnes (zonas de montaña), saharien (zona del Sáhara).

EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS EN MARRUECOS

Repartición por industrias de la Superficie Agrícola Útil (S.A.U.)

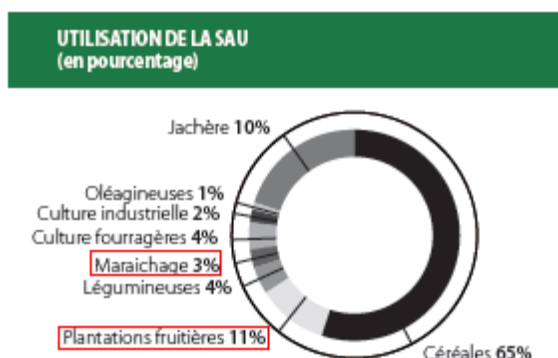


Gráfico extraído del Ministerio de Agricultura y de la Pesca Marítima. Información de 2010.

Como se puede observar, en la primera posición se sitúan los cereales con un 65 % de la SAU seguidos de las frutas y verduras con un 14% y de la zona de barbecho con un 10%.

Como ya se ha comentado, la producción nacional de frutas y verduras se orienta hacia el mercado local y exportación en menor medida.

Evolution de la production des Fruits et Légumes

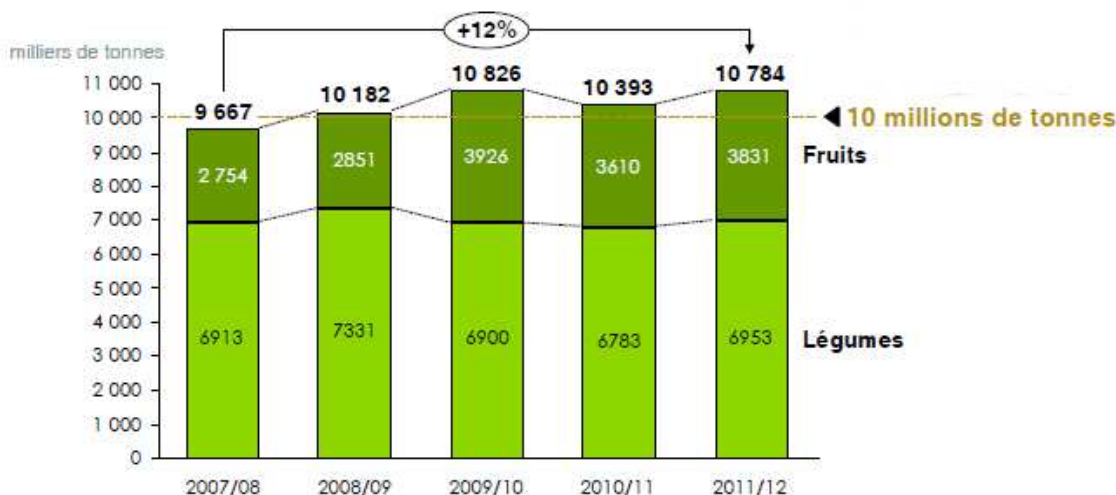


Gráfico extraído del Ministerio de Agricultura y de la Pesca Marítima.

Así se puede extraer del gráfico mostrado:

EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS EN MARRUECOS

- ✓ La estabilización de producción anual total de frutas y verduras situada en alrededor de 10 millones de t.
- ✓ Crecimiento de la producción de frutas (7% anual).
- ✓ Se percibe una estabilización en la producción de verduras.

Se considera además de interés aportar un mapa que muestre la localización de la producción más destacada en Marruecos en base a tres tipologías: cultivos tempranos (*primeurs*), plátanos (*bananes*), frutos rojos (*fruits rouges*).

RÉGIONS DE PRODUCTION



Imagen extraída de APEFEL.

EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS EN MARRUECOS

Asimismo, resulta interesante conocer el calendario de producción de frutas y verduras³ con el que generalmente (y teniendo en cuenta las variaciones de la climatología que Marruecos puede sufrir) trabaja el país alauí.

CALENDRIER DE PRODUCTION

PRODUITS	MOIS											
LÉGUMES	SEPT.	OCT.	NOV.	DÉC.	JANV.	FÉVR.	MARS.	AVR.	MAI.	JUIN.	JUIL.	AOÛT.
TOMATE												
POMME DE TERRE												
HARICOT VERT												
POIVRON												
COURGETTE												
PETITS POIS												
PIMENT FORT												
POIS MANGETOUT												
MAÏS DOUX												
FRUITS	SEPT.	OCT.	NOV.	DÉC.	JANV.	FÉVR.	MARS.	AVR.	MAI.	JUIN.	JUIL.	AOÛT.
MELON												
FRAISE												
PÊCHE												
RAISIN												
NECTARINE												
PASTHÈQUE												

Imagen extraída de APEFEL.

³ A saber: légumes (verduras), pomme de terre (patata), harico vert (alubias verdes), poivron (pimiento), courgette (calabacín), petits pois (guisantes), piment fort (pimiento), pois mangetout (guisantes variedad Mangetout), maïs doux (maíz dulce), fruits (frutas), fraise (fresa), pêche (melocotón), raisin (uva), nectarine (nectarina), pasthèque (sandía).

EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS EN MARRUECOS

3. IMPORTACIONES⁴

A continuación se presenta un cuadro resumen en el que se indica la cuantía y el origen de las importaciones marroquíes de los productos que nos atañen en la presente nota sectorial.

CÓDIGO TARIC	DESCRIPCIÓN	CUANTÍA DE LA IMPORTACIÓN (CALCULADO PARA LOS 5 ÚLTIMOS AÑOS)	5 PRINCIPALES ORÍGENES DE LA MERCANCÍA
0702	Tomate	175.023	España
0703	Cebollas, chalotas, ajos y puerros	32.778.452	España, China, Argentina, Francia, Egipto
0704	Coles	80.456	Francia, Egipto, Países Bajos, Tailandia, Bélgica
0705	Lechugas	1.350.244	España, Francia, Países Bajos, Bélgica, Polonia
0707	Pepinos y pepinillos	141	Francia, Países Bajos
0708.20	Judías	243.995	Egipto, Francia, Tailandia, Etiopía
0709.10	Alcachofas	239.303	Egipto, Francia, España, Italia
0709.20	Espárragos	130.545	Perú, España, Francia, Polonia, Sudáfrica
0709.30	Berenjenas	2.870	Tailandia, Líbano, Francia
0709.60	Pimiento	62.433	Perú, Tailandia, Francia, España, Sudáfrica
0709.93	Calabacín	148.861	Francia, Alemania, Perú, Tailandia
0803	Plátanos	56.528.588	Ecuador, Ghana, Camerún, Costa de Marfil, Costa Rica
0804.30	Piñas	6.901.272	Costa de Marfil, Ghana, Costa Rica, Tailandia, Ecuador
0804.50	Mangos	3.315.904	Senegal, Burkina Faso, Perú, Brasil, España
0805.10	Naranja	5.251	España, Argentina, Sudáfrica, Francia
0805.20	Mandarina	14.049	Italia, Francia, Siria
0805.40	Pomelos	20.255	Tailandia, Sudáfrica, Argentina,

⁴ Todos los gráficos y tablas de la sección "importaciones" son de elaboración propia.

EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS EN MARRUECOS

			España, Swazilandia
0805.50	Limón	40.263	Francia, España, Argentina, Brasil, Tailandia
0806.10	Uvas	2.459.329	Italia, Sudáfrica, Chile, Perú, España
0808.10	Manzanas	38.007.682	Italia, Francia, España, EE.UU., Chile
0808.20	Peras	13.722.022	Portugal, España, Argentina, Chile, Sudáfrica
0809.10	Albaricoques	60.329	Turquía, Sudáfrica, Chile, Argentina, Egipto
0809.30	Melocotones	1.056.734	España, Chile, Argentina, Sudáfrica, Francia
0809.40	Ciruelas	461.853	Sudáfrica, España, Chile, Italia, Argentina
0810.50	Kiwis	5.190.571	Italia, Chile, Grecia, Francia, España
0810.90	Otras frutas (caquis)	1.136.261	España, Italia, Madagascar, Francia, Colombia

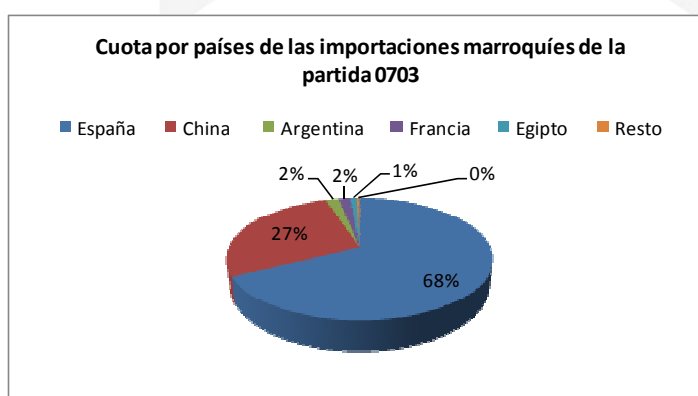
EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS EN MARRUECOS

A continuación se desarrollan las importaciones de las partidas arancelarias que presentan más interés.

0703 Cebollas, chalotas, ajos y puerros

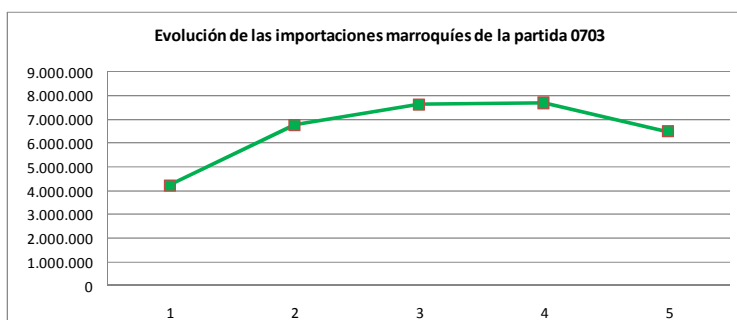
Sumatorio periodo 2008-2012⁵

Origen Import.	
España	22.175.913
China	9.010.252
Argentina	614.901
Francia	538.833
Egipto	317.900
Resto	120.653
	32.778.452



Desgregado periodo 2008-2012

2008	4.215.475
2009	6.756.490
2010	7.617.445
2011	7.699.580
2012	6.489.462
	32.778.452



2008	\$	cuota	2009	\$	cuota	2010	\$	cuota	2011	\$	cuota	2012	\$	cuota
España	3.258.342	77%	España	5.176.663	77%	España	5.174.519	68%	España	3.682.957	48%	España	4.883.432	75%
China	707.811	17%	China	1.193.433	18%	China	2.218.418	29%	China	3.293.518	43%	China	1.597.072	25%
Francia	98.188	2%	Francia	179.175	3%	Francia	126.005	2%	Argentina	435.307	6%	Francia	8.662	0%
Argentina	84.514	2%	Países Bajos	114.454	2%	Argentina	95.080	1%	Egipto	160.617	2%	Tailandia	195	0%
Egipto	66.492	2%	Egipto	90.791	1%	Italia	2.850	0%	Argentina	126.803	2%	Países Bajos	2	0%
Resto	128	0%	Resto	1.974	0%	Resto	5730	0%	Resto	378	0%	Resto	1	0%
	4.215.475			6.756.490			7.617.445			7.699.580			6.489.462	

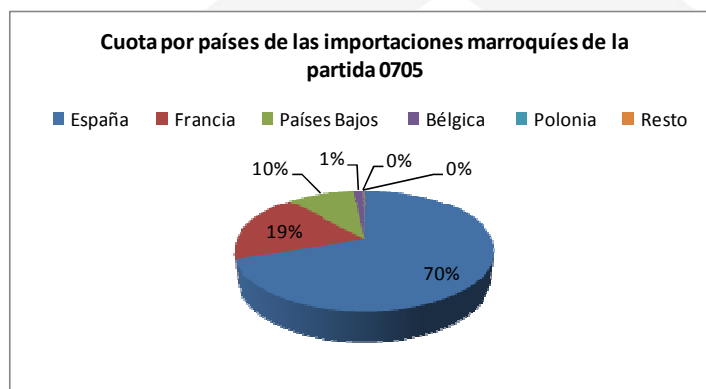
⁵ Todas las cifras señaladas en la sección "importaciones" están representadas por la divisa dólares.

EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS EN MARRUECOS

0705 Lechugas

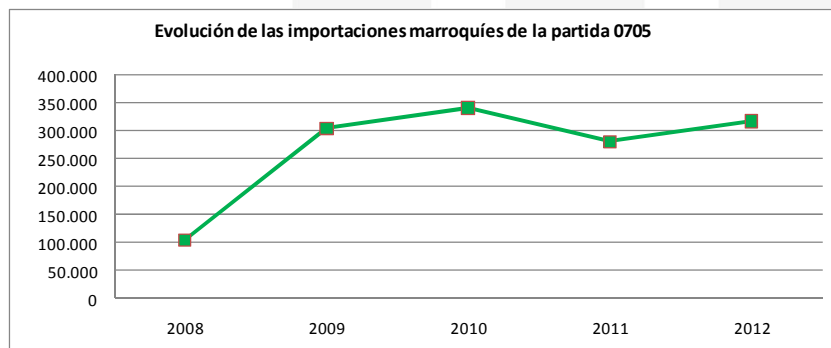
Sumatorio periodo 2008-2012

Origen Import.	
España	944.199
Francia	249.539
Países Bajos	135.171
Bélgica	18.241
Polonia	758
Resto	2.336
	1.350.244



Desgregado periodo 2008-2012

	Import. Marruecos
2008	105.037
2009	305.174
2010	341.285
2011	281.291
2012	317.457
	1.350.244



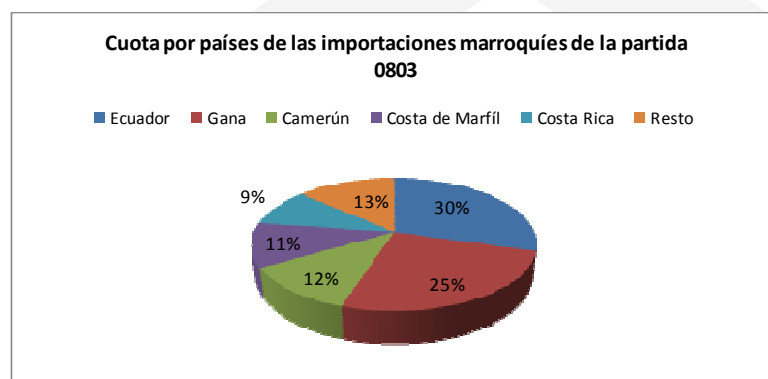
2008	\$	cuota	2009	\$	cuota	2010	\$	cuota	2011	\$	cuota	2012	\$	cuota
España	80.431	77%	España	218.813	72%	España	240.706	71%	España	206.777	74%	España	197.472	62%
Francia	23.583	22%	Francia	71.441	23%	Países Bajos	70.671	21%	Francia	72.285	26%	Países Bajos	64.500	20%
Bélgica	592	1%	Bélgica	14.796	5%	Francia	26.777	8%	Bélgica	1.553	1%	Francia	55.453	17%
Polonia	330	0,3%	Perú	124	0%	Bélgica	1.300	0%	Chile	588	0%	Portugal	30	0%
Chile	102	0,1%				Italia	621	0%	Brasil	86	0%	Italia	1	0%
Resto	1	0,0%	Resto	0	0%	Resto	1.210	0%	Resto	2	0%	Resto	1	0%
	105.039			305.174			341.285			281.291			317.457	

EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS EN MARRUECOS

0803 Plátanos

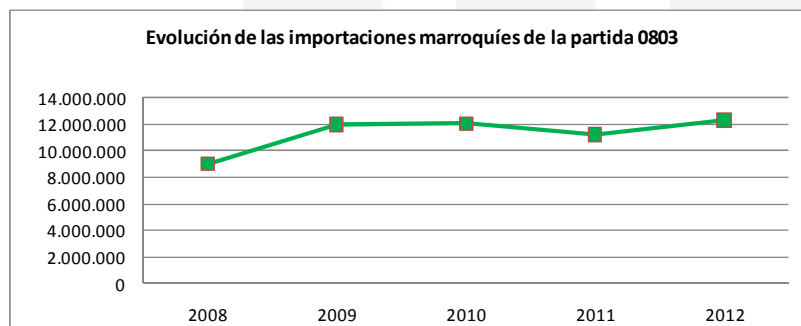
Sumatorio periodo 2008-2012

Origen Import.	
Ecuador	16.715.675
Gana	14.372.063
Camerún	6.511.781
Costa de Marfil	6.057.126
Costa Rica	5.305.616
Resto	7.566.327
	56.528.588



Desgregado periodo 2008-2012

	Import. Marruecos
2008	8.994.570
2009	11.970.077
2010	12.041.099
2011	11.215.651
2012	12.307.191
	56.528.588



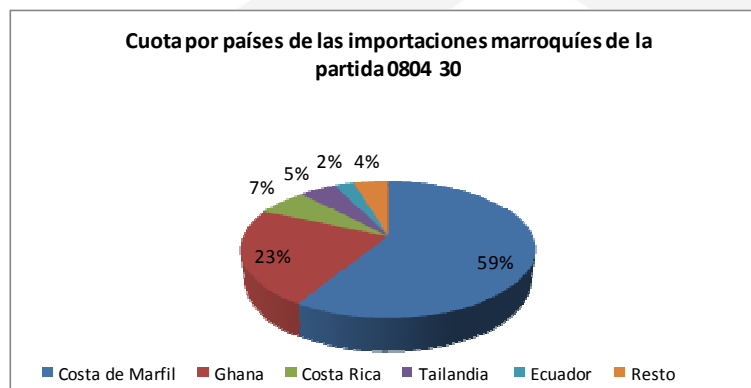
2008	\$	cuota	2009	\$	cuota	2010	\$	cuota	2011	\$	cuota	2012	\$	cuota
Gana	3.092.847	34%	Gana	4.686.103	39%	Ecuador	3.796.550	32%	Ecuador	2.804.751	25%	Ecuador	3.509.968	29%
Ecuador	2.802.045	31%	Ecuador	3.802.361	32%	Gana	3.483.744	29%	Camerún	2.633.758	23%	Camerún	2.636.948	21%
Colombia	960.336	11%	Costa de Marfil	1.565.337	13%	Costa de Marfil	1.776.252	15%	Gana	2.318.828	21%	Brasil	1.747.181	14%
Panamá	770.294	9%	Costa Rica	1.389.156	12%	Costa Rica	1.383.474	11%	Costa de Marfil	1.492.803	13%	Colombia	1.468.878	12%
Costa Rica	760.846	8%	Colombia	392.199	3%	Camerún	939.256	8%	Costa Rica	806.333	7%	Costa Rica	965.807	8%
Resto	608.202	7%	Resto	134.921	1%	Resto	661.823	5%	Resto	1.159.178	10%	Resto	1.978.409	16%
	8.994.570			11.970.077			12.041.099			11.215.651			12.307.191	

EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS EN MARRUECOS

080430 Piñas

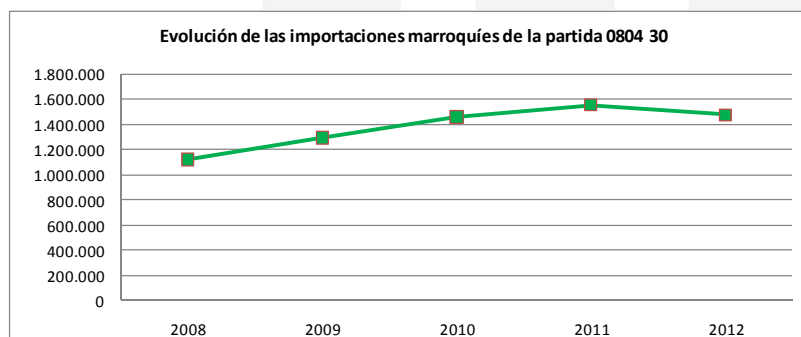
Sumatorio periodo 2008-2012

Origen Import.	
Costa de Marfil	4.047.395
Ghana	1.574.420
Costa Rica	459.811
Tailandia	344.807
Ecuador	175.460
Resto	299.379
	6.901.272



Desgregado periodo 2008-2012

	Import. Marruecos
2008	1.118.354
2009	1.295.080
2010	1.458.662
2011	1.554.431
2012	1.474.745
	6.901.272



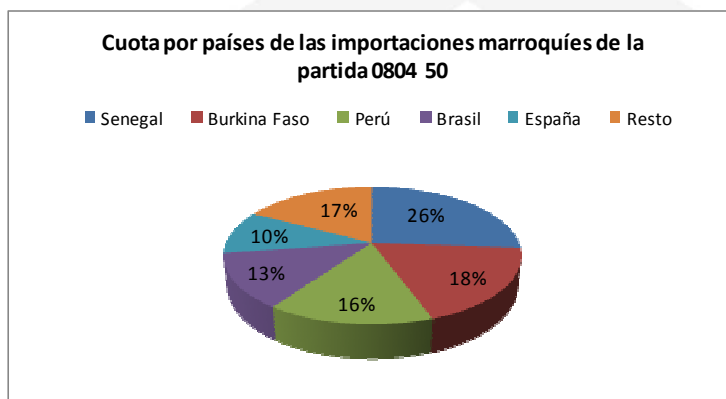
2008		cuota	2009		cuota	2010		cuota	2011		cuota	2012		cuota
Costa de Marfil	792.733	71%	Ghana	520.698	40%	Costa de Marfil	1.027.137	70%	Costa de Marfil	981.742	63%	Costa de Marfil	726.728	49%
Ghana	220.914	20%	Costa de Marfil	519.005	40%	Ghana	196.298	13%	Ghana	262.201	17%	Ghana	374.309	25%
Ecuador	34.764	3%	Costa Rica	152.645	12%	Tailandia	86.228	6%	Tailandia	129.645	8%	Costa Rica	132.830	9%
Costa Rica	27.881	2%	Ecuador	19.330	1%	Ecuador	43.566	3%	Costa Rica	105.140	7%	Tailandia	99.555	7%
Tailandia	22.181	2%	Panamá	19.093	1%	Costa Rica	41.315	3%	Camerún	33.284	2%	Ecuador	72.791	5%
Resto	19.831	2%	Resto	64.309	5%	Resto	64.118	4%	Resto	42.419	3%	Resto	68.532	5%
	1.118.354		1.295.080			1.458.662			1.554.431			1.474.745		

EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS EN MARRUECOS

0804.50 Mangos

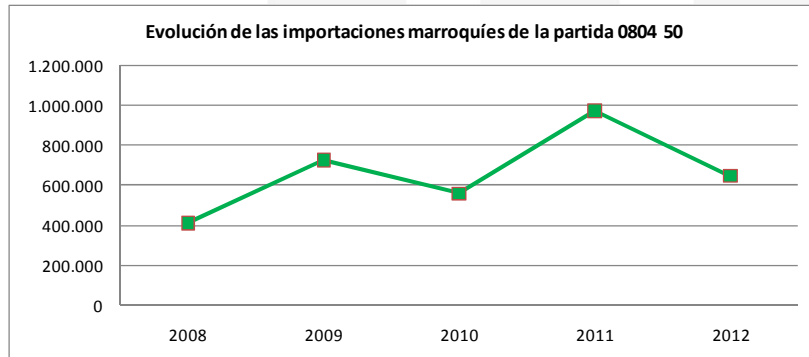
Sumatorio periodo 2008-2012

Origen Import.	
Senegal	866.402
Burkina Faso	606.264
Perú	508.820
Brasil	425.195
España	340.276
Resto	568.947
	3.315.904



Desgregado periodo 2008-2012

	Import. Marruecos
2008	409.828
2009	727.262
2010	559.931
2011	972.948
2012	645.935
	3.315.904



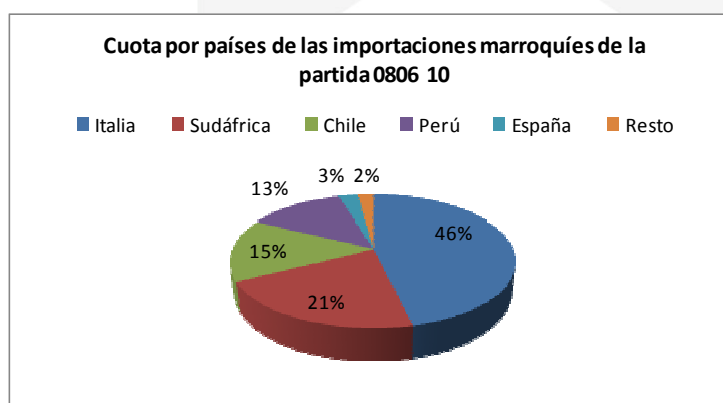
2008	\$	cuota	2009	\$	cuota	2010	\$	cuota	2011	\$	cuota	2012	\$	cuota
España	85.820	21%	Burkina Faso	178.773	25%	Perú	142.482	25%	Senegal	446.343	46%	Senegal	221.103	34%
Burkina Faso	84.102	21%	Brasil	138.170	19%	Brasil	111.700	20%	Burkina Faso	199.086	20%	Guinea	138.200	21%
Senegal	59.765	15%	Perú	86.256	12%	Burkina Faso	80.714	14%	Perú	143.159	15%	Perú	100.537	16%
Brasil	50.237	12,3%	España	84.765	12%	Senegal	74.029	13%	Brasil	90.449	9%	España	81.231	13%
Perú	36.386	8,9%	Senegal	65.162	9%	Guinea	52.579	9%	España	44.584	5%	Burkina Faso	63.589	10%
Resto	93.518	22,8%	Resto	174.136	24%	Resto	98.427	18%	Resto	49.327	5%	Resto	41.275	6%
	409.828			727.262			559.931			972.948			645.935	

EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS EN MARRUECOS

0806.10 Uvas

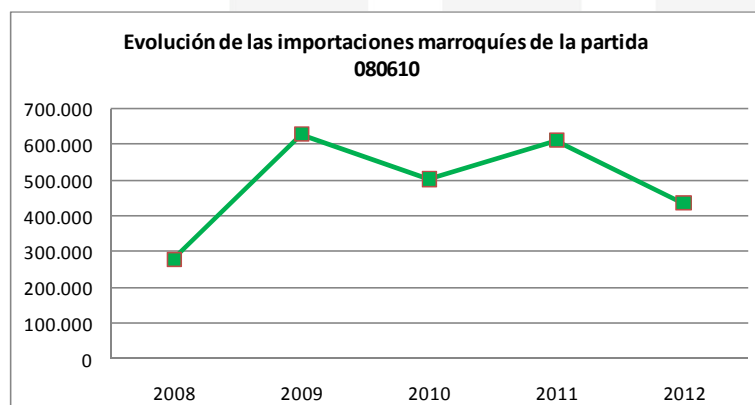
Sumatorio periodo 2008-2012

Origen Import.	
Italia	1.138.569
Sudáfrica	516.757
Chile	373.112
Perú	313.337
España	64.869
Resto	52.685
	2.459.329



Desgregado periodo 2008-2012

	Import. Marruecos
2008	278.504
2009	628.707
2010	503.950
2011	612.693
2012	435.475
	2.459.329



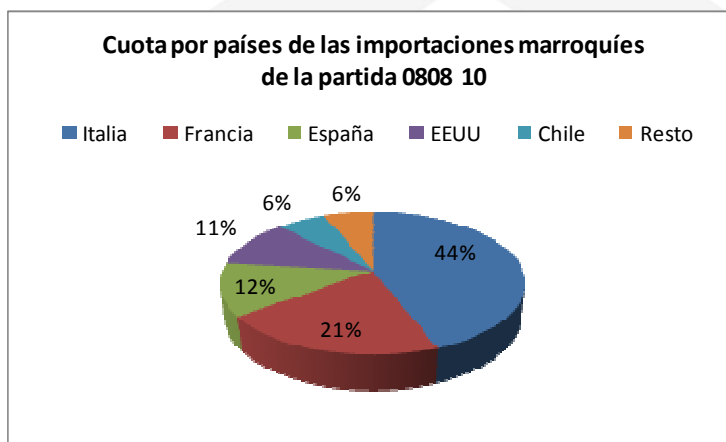
2008	\$	cuota	2009	\$	cuota	2010	\$	cuota	2011	\$	cuota	2012	\$	cuota
Italia	191.243	69%	Italia	299.449	48%	Italia	226.117	45%	Italia	284.560	46%	Italia	137.200	32%
Sudáfrica	51.682	19%	Sudáfrica	144.282	23%	Sudáfrica	112.423	22%	Perú	111.616	18%	Sudáfrica	111.145	26%
Chile	21.490	8%	Chile	112.869	18%	Perú	63.063	13%	Sudáfrica	97.225	16%	Chile	94.402	22%
Perú	5.702	2%	Perú	54.740	9%	Chile	54.787	11%	Chile	89.564	15%	Perú	78.216	18%
España	5.554	2%	Argentina	8.918	1%	Argentina	17.708	4%	España	29.566	5%	España	14.011	3%
Resto	2.833	1%	Resto	8.449	1%	Resto	29.852	6%	Resto	162	0%	Resto	501	0%
	278.504			628.707			503.950			612.693			435.475	

EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS EN MARRUECOS

0808.10 Manzanas

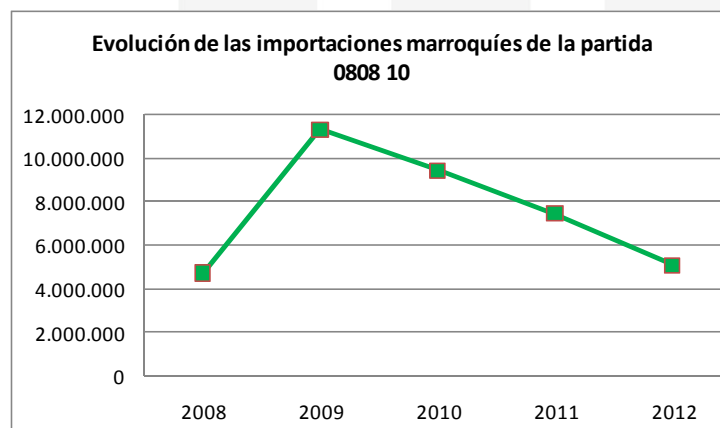
Sumatorio periodo 2008-2012

Origen Import.	
Italia	16.773.786
Francia	7.846.247
España	4.567.487
EEUU	4.155.274
Chile	2.351.652
Resto	2.313.236
	38.007.682



Desgregado periodo 2008-2012

	Import. Marruecos
2008	4.720.703
2009	11.323.371
2010	9.437.341
2011	7.450.690
2012	5.075.577
	38.007.682



2008	cuota	2009	cuota	2010	cuota	2011	cuota	2012	cuota
EEUU	1.586.923 34%	Italia	3.767.670 33%	Italia	5.230.888 55%	Italia	3.802.037 51%	Italia	2.730.899 54%
Francia	1.254.329 27%	Francia	2.048.166 18%	Francia	1.976.670 21%	Francia	1.576.557 21%	Francia	990.525 20%
Italia	1.242.292 26%	España	1.827.855 16%	España	910.012 10%	España	906.259 12%	España	666.594 13%
Chile	270.626 6%	EEUU	1.807.269 16%	EEUU	565.203 6%	Chile	478.772 6%	Chile	350.994 7%
España	256.767 5%	Chile	754.026 7%	Chile	497.234 5%	Argentina	353.160 5%	Austria	142.268 3%
Resto	109.766 2%	Resto	1.118.385 10%	Resto	257.334 3%	Resto	333.905 4%	Resto	194.297 4%
	4.720.703		11.323.371		9.437.341		7.450.690		5.075.577

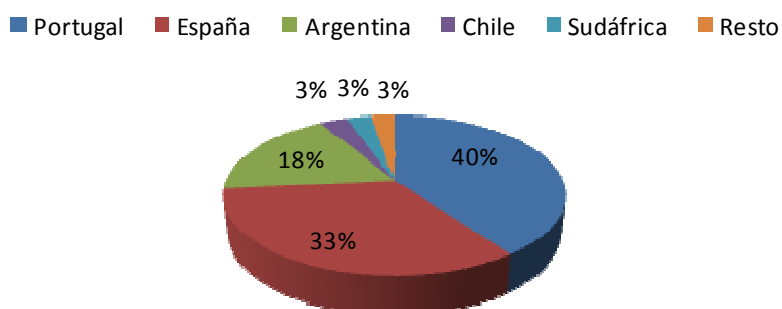
EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS EN MARRUECOS

0808.20 Peras

Sumatorio periodo 2008-2012

Origen Import.	
Portugal	5.501.990
España	4.552.849
Argentina	2.495.783
Chile	420.081
Sudáfrica	392.424
Resto	358.895
	13.722.022

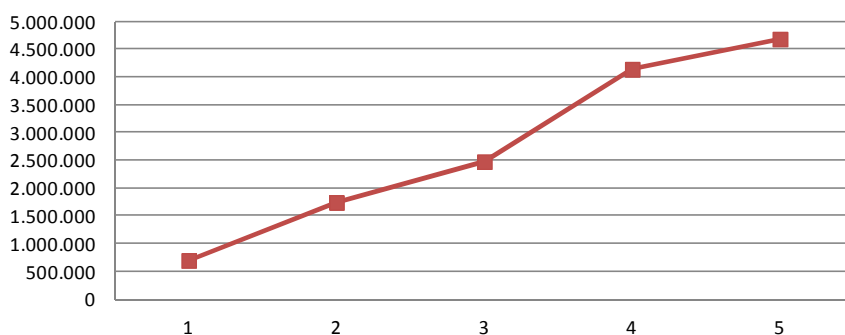
Cuota por países de las importaciones marroquíes de la partida 080820



Desgregado periodo 2008-2012

	Import. Marruecos
2008	697.470
2009	1.739.975
2010	2.471.796
2011	4.135.345
2012	4.677.436
	13.722.022

Evolución de las importaciones marroquíes de la partida 080820



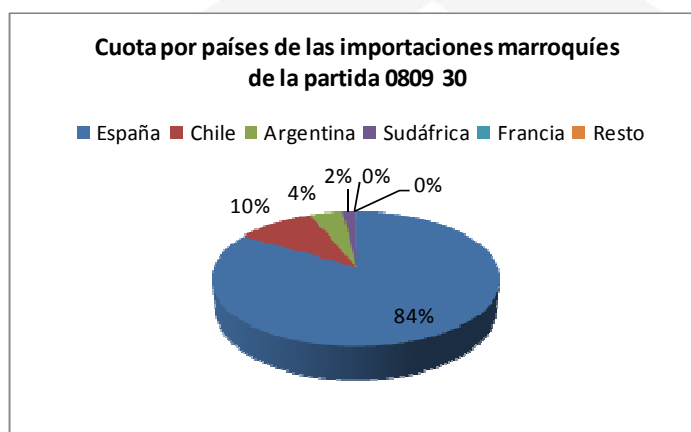
2008	\$	cuota	2009	\$	cuota	2010	\$	cuota	2011	\$	cuota	2012	\$	cuota
España	369.529	53%	España	833.213	48%	España	1.118.987	45%	Portugal	1.951.163	47%	Portugal	2.928.515	63%
Argentina	124.764	18%	Argentina	396.349	23%	Argentina	610.082	25%	España	1.027.316	25%	España	1.203.804	26%
Chile	110.032	16%	Sudáfrica	179.275	10%	Portugal	522.471	21%	Argentina	933.011	23%	Argentina	431.577	9%
China	43.556	6%	Chile	96.025	6%	Chile	67.848	3%	Chile	88.168	2%	Chile	58.008	1%
Sudáfrica	31.523	5%	China	89.884	5%	Sudáfrica	61.256	2%	Sudáfrica	83.712	2%	Sudáfrica	36.658	1%
Resto	18.066	3%	Resto	145.229	8%	Resto	91.152	4%	Resto	51.975	1%	Resto	18.874	0%
	697.470			1.739.975			2.471.796			4.135.345			4.677.436	

EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS EN MARRUECOS

0809.30 Melocotones

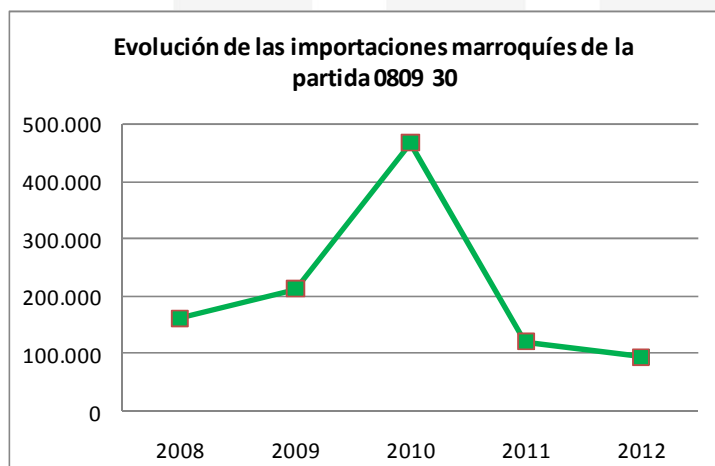
Sumatorio periodo 2008-2012

Origen Import.	
España	882.214
Chile	110.076
Argentina	46.452
Sudáfrica	16.961
Francia	710
Resto	321
	1.056.734



Desgregado periodo 2008-2012

	Import. Marruecos
2008	161.665
2009	213.039
2010	467.050
2011	120.374
2012	94.606
	1.056.734



2008	\$	cuota	2009	\$	cuota	2010	\$	cuota	2011	\$	cuota	2012	\$	cuota
España	136.984	85%	España	167.066	78%	España	433.888	93%	España	82.456	68%	España	61.820	65%
Chile	12.319	8%	Chile	22.657	11%	Chile	26.875	6%	Chile	25.188	21%	Chile	23.037	24%
Argentina	10.614	7%	Argentina	18.274	9%	Argentina	4.936	1%	Argentina	10.066	8%	Sudáfrica	6.360	7%
Sudáfrica	1.749	1%	Sudáfrica	4.836	2%	Sudáfrica	1.351	0%	Sudáfrica	2.665	2%	Argentina	2.562	3%
			Francia	138	0%							Egipto	710	1%
Resto	1	0%	Resto	68	0%	Resto	0	0%	Resto	1	0%	Resto	117	0%
	161.667			213.039			467.050			120.376			94.606	

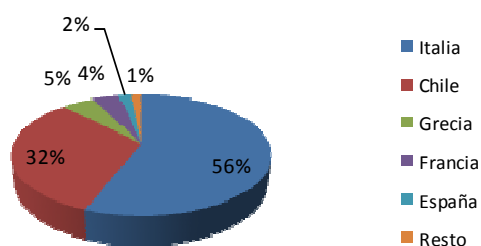
EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS EN MARRUECOS

0810.50 Kiwis

Sumatorio periodo 2008-2012

Origen Import.	
Italia	2.902.630
Chile	1.655.751
Grecia	250.224
Francia	207.139
España	94.065
Resto	80.762
	5.190.571

Cuota por países de las importaciones marroquíes de la partida 0810 50



Desgregado periodo 2008-2012

	Import. Marruecos
2008	546.269
2009	1.085.895
2010	936.977
2011	1.216.052
2012	1.405.378
	5.190.571

Evolución de las importaciones marroquíes de la partida 0810 50



2008	cuota	2009	cuota	2010	cuota	2011	cuota	2012	cuota
Italia	276.807 51%	Italia	686.751 63%	Italia	498.779 53%	Italia	690.411 57%	Italia	749.882 53%
Chile	238.939 44%	Chile	345.697 32%	Chile	312.403 33%	Chile	367.823 30%	Chile	390.889 28%
Grecia	13.389 2%	Grecia	20.652 2%	Portugal	50.544 5%	Francia	117.494 10%	Grecia	160.869 11%
Portugal	7.773 1%	Francia	16.060 1%	Grecia	49.696 5%	España	31.976 3%	Francia	66.602 5%
España	4.117 1%	España	15.273 1%	España	7.439 1%	Grecia	5.618 0%	España	35.260 3%
Resto	5.244 1%	Resto	1.462 0%	Resto	18.116 2%	Resto	2.730 0%	Resto	1.876 0%
	546.269		1.085.895		936.977		1.216.052		1.405.378

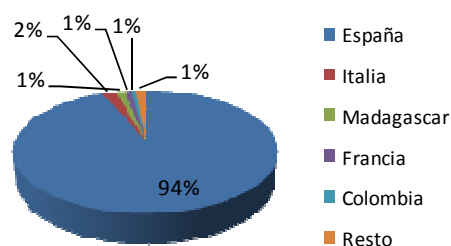
EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS EN MARRUECOS

0810.90 Otras frutas (caquis)

Sumatorio periodo 2008-2012

Origen Import.	
España	1.064.910
Italia	21.245
Madagascar	15.809
Francia	11.583
Colombia	7.301
Resto	15.413
	1.136.261

Cuota por países de las importaciones marroquíes de la partida 0810 90



Desgregado periodo 2008-2012

	Import. Marruecos
2008	149.683
2009	236.595
2010	212.489
2011	212.759
2012	324.735
	1.136.261

Evolución de las importaciones marroquíes de la partida 0810 90



2008	\$	cuota	2009	\$	cuota	2010	\$	cuota	2011	\$	cuota	2012	\$	cuota
España	132.024	88%	España	214.063	90%	España	204.002	96%	España	201.834	95%	España	312.987	96%
Italia	9.482	6%	Italia	11.755	5%	Colombia	3.507	2%	Madagascar	4.092	2%	Francia	2.854	1%
Madagascar	5.089	3%	Francia	5.011	2%	Madagascar	1.811	1%	Ecuador	1.906	1%	Chile	1.819	1%
Francia	2.320	1,5%	Madagascar	3.503	1%	Francia	1.398	1%	Hungría	1.841	1%	Colombia	1.677	1%
Sudáfrica	509	0,3%	Colombia	945	0%	Ecuador	812	0%	Colombia	957	0%	Madagascar	1.314	0%
Resto	259	0,2%	Resto	1.318	1%	Resto	959	0%	Resto	2.129	1%	Resto	4.084	1%
	149.683			236.595			212.489			212.759			324.735	

EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS EN MARRUECOS

Como se puede observar en los análisis de las importaciones expuestas, los productos que han experimentado un crecimiento son: Lechugas, plátanos, peras, kiwi, otras frutas. Por su parte, los productos que han sufrido un decrecimiento son: Cebollas, piñas, mangos, uvas, manzanas, melocotones.

En lo que respecta las verduras, y más concretamente a las cebollas, en los últimos años habían registrado unas importaciones con tendencia creciente, si bien en el último año registraron un descenso apreciable. En el caso de las lechugas, se puede observar que han ido oscilando creciente y decrecientemente en los últimos años, representando 2102 un año con tendencia creciente moderada.

En lo que respecta a las frutas, los plátanos siempre han oscilado en el mismo rango de cifras, siendo la última cifra superior (año 2012) respecto al anterior (año 2011). La piña ha sufrido una evolución similar a la del espárrago, es decir, en los últimos años se ha observado una tendencia creciente, si bien en el último año han experimentado una moderada bajada. Los mangos, al igual que las uvas han sufrido en 2012 una acusada caída tras el remonte que habían alcanzado en 2011. Las manzanas por su parte continúan con su tendencia decreciente desde el año 2009, al contrario que las peras que continúan con su tendencia creciente. Asimismo, los melocotones, también han seguido su trayectoria decreciente, si bien es más moderada en el caso del año 2012 que la caída sufrida en 2011. Por el contrario, los kiwis han mantenido desde 2010 su tendencia creciente. Con respecto a otras frutas, éstas han sufrido un considera repunte en 2012.

1. EXPORTACIONES

Como se ha comentado, el sector de las frutas y verduras en Marruecos no es un sector fácil y lo es menos si consideramos los actuales tiempos de crisis que vive especialmente el continente europeo, cuyas consecuencias están salpicando a aquellos países que tienen Europa como destino de sus exportaciones en algunos sectores. Este es el caso de Marruecos. Haciendo un balance de la campaña de exportaciones de frutas y verduras marroquíes los resultados que se obtienen no alcanzan las expectativas fijadas, también debido a la gran influencia que tiene la climatología en este sector (si bien el Plan Maroc Vert intenta corregir esta alta dependencia).

Así bien, las exportaciones de productos vegetales han sido de 992.905.997 toneladas durante la última campaña de 2011/ 2012 contra las 1.191.221.055 toneladas de 2010/2011.

Por su parte, se estima que del total de las frutas y verduras producidas en el reino de Marruecos, entre el 20 y el 30 % están destinadas a exportarlas a la Unión Europea, quedando el resto para el consumo interno y para la exportación a otros destinos.

Sin embargo, estas cifras no coinciden con las informaciones que manejan algunos profesionales del sector que consideran que a nivel de ingresos, están sufriendo un retroceso del 15 al 20 % en comparación a campañas anteriores. En relación a un año normal, la caída la estiman en alrededor de un 30 %. Esta situación tiene consecuencias muy nefastas sobre la actividad, sobre todo si tenemos en cuenta que es el tercer año consecutivo en el que se registran resultados negativos.

Según varios actores de este sector, la industria de las frutas y verduras en Marruecos se encuentra en totales dificultades. Además, como se ha comentado, el sector sufre su dependencia de las condiciones climáticas. Como resultado, la producción es irregular y la calidad sufre también las consecuencias. La caída de los precios del consumo ha pasado de un 20 a un 25% debido a la bajada del nivel de vida en Europa como resultado de la citada crisis económica que se vive en el viejo continente, así como por el discontinuo desarrollo del sector marcan el difícil desarrollo de esta industria. Estos profesionales auguran un fin de la actual campaña de exportaciones similar a la de 2011 – 2012, que ellos mismos calificaron de mala.

Las hortalizas en cifras

Las exportaciones de hortalizas fueron 614.909.641 toneladas en el 2011/2012 contra las 684.429.254 toneladas del año anterior, es decir, sufrieron una disminución del 8%. Estos productos representan el 31% de las exportaciones totales de productos hortícolas. La disminución de las exportaciones de hortalizas se debe en gran parte a las exportaciones de la región de Souss, que en la última campaña se quedaron en 182.326 t contra las 195.490 t de la campaña de 2010/2011, es decir, soportaron un descenso del 7%. Por su parte la región del Centro sufrió un retroceso del 10% pasando de 53 063 t a 59.284 t en 2010/2011. Así la región del Oriental solo

EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS EN MARRUECOS

alcanzó a realizar un tonelaje de 626 t contra las 1152 t que logró en 2012/ 2011, traduciéndose esto en un descenso del 46%.

Por productos, fueron el tomate seguido de las judías verdes con un 41% del total exportado las que dominaron las exportaciones de hortalizas durante la temporada 2011/2012 seguidas de los pimientos con 21% y del calabacín con un 15%.

La Unión Europea representó el destino para la casi totalidad de las exportaciones de hortalizas durante la campaña, con un tonelaje de 229.734 toneladas y una cuota del 97% frente a 251.579 toneladas de la campaña 2010/2011.

Las frutas en cifras

Las exportaciones de frutas ascendieron a 377.996.356 toneladas en la temporada 2011/2012 contra 506.791.801T de la campaña 2010/2011, lo que significa una disminución considerable en las cantidades exportadas en comparación con el año anterior. Estos productos representan una participación del 13% de las exportaciones totales de productos hortícolas.

El principal destino de las exportaciones de fruta sigue siendo la Unión Europea, con 100 019 t en la campaña 2011/ 2012 contra las 100 210 t de la campaña 2010/ 2011.

Por último, se presenta a continuación una tabla en la que se especifica los 8 productos objeto de interés que más exporta Marruecos y el destino de la mercancía.

CÓDIGO TARIC	DESCRIPCIÓN	EXPORTACIÓN	DESTINO DE LA EXPORTACIÓN
0702	Tomate	\$1.701.667.006	Francia, España, Rusia, Reino Unido, Suiza
070820	Judías verdes	\$613.552.989	España, Francia, Países Bajos, Portugal, Reino Unido
070960	Pimiento	\$246.613.105	Francia, España, Alemania, Países Bajos, Suiza
070990.90	Calabacín	Cifra extraída con el código 070990: \$218.962.98	Francia, España, Reino Unido, Alemania, Países Bajos
080520	Mandarina	\$1.265.626.714	Rusia, Países Bajos, Canadá, Francia, Reino Unido
080510	Naranja	\$648.629.551	Rusia, Países Bajos, Francia, Reino Unido, Suecia
0807	Melón	\$308.757.480	Francia, España, Italia, Reino Unido, Países Bajos
081010	Fresa	\$206.151.931	Francia, España, Reino Unido, Alemania, Países Bajos

5. DEMANDA

Marruecos, como la mayoría de mercados, necesita de un estudio en profundidad para detectar las oportunidades que ofrece. La población está experimentando un moderado aumento de los ingresos, así como un buen ritmo de urbanización, el país se está convirtiendo en un mercado de consumo progresivamente más atractivo.

Rabat, la capital política, junto a Casablanca, la capital económica son el eje más grande, es el centro del comercio y de la industria. Otras ciudades importantes son Marrakech, Fez, Meknés y Tánger. Destaca, además y muy especialmente, Agadir, que es un importante origen de las exportaciones de fruta y verdura. Es por ello que la empresa española debe pensar en las poblaciones urbanas como destino de sus exportaciones, pues es ahí donde se pueden encontrar las más altas tasas de consumo. Los residentes que viven en estas zonas son capaces de comprar productos importados y están cada vez más dispuestos a adoptar nuevas tendencias occidentales influenciadas en primer lugar por los productos que les llegan.

Grandes diferencias son evidentes entre las poblaciones rurales y urbanas de Marruecos dados los extensos paisajes que conforman el país. A pesar de la rápida urbanización que ha tenido lugar desde la independencia del país en 1956, Marruecos sigue siendo un país poco poblado. Casablanca sigue siendo con mucho la ciudad más poblada del país si bien también es la mayor fuente de contrastes. A un segmento de la población situado en un buen rango de status que constituye el tejido empresarial de la ciudad se oponen los suburbios que rodean el corazón de la famosa ciudad; a estos suburbios llegan oleadas de trabajadores llegados de las áreas rurales que a menudo carecen de cualificación profesional. Por su parte, Rabat ha sabido conservar a su población de forma estable mientras que Agadir se ha convertido en el balneario más grande del país. Por último, Marrakech ha experimentado en los últimos 10 años un crecimiento espectacular debido a su creciente turismo lo que ha permitido la creación de miles de puestos de trabajo.

A pesar de la cada vez mayor exposición de la población a la cultura occidental, el país sigue considerándose pobre, lo que implica que muchos consumidores no pueden permitirse alimentos de importación. Se estima que solo el 10% de la población o lo que significa, 3 millones de marroquíes (que por lo general viven en zonas urbanas) ganan un ingreso suficiente para comprar repetidamente productos de importación.

En tanto en cuanto el país siga creciendo económicamente la demanda de productos extranjeros crecerá, incluyendo, como resulta lógico los productos españoles. La población urbana del país ya está experimentando un crecimiento en el número de supermercados modernizados.

EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS EN MARRUECOS

Con un 55% de la población de Marruecos menor de 25 años, este segmento de la población se posiciona como uno de los segmentos claves a los que dirigir los productos españoles.

En cuanto a los hábitos del consumidor marroquí difieren en función del grupo de edad e ingresos al que pertenezca. Igual que en otros mercados, los jóvenes con posibilidades son más proclives a experimentar con nuevos productos y por el contrario los consumidores de edad más adulta son más conservadores en sus elecciones. Asimismo, atendiendo al nivel de renta los consumidores que disponen de un poder adquisitivo superior se muestran más exigentes en cuanto a la calidad y el empaquetado del producto, comprándolo habitualmente en establecimientos de la gran distribución. Por el contrario, aquellos que disponen de un nivel más reducido de ingresos los adquieren normalmente en el canal tradicional prestando especial atención al precio.

Los factores de compra

El factor decisorio de compra para el consumidor marroquí medio es el precio. Factores como el envase, embalaje o marca son claramente secundarios en dicha decisión y el país de procedencia de las frutas y hortalizas consumidas es muy poco relevante; en la mayor parte de los casos el consumidor no relaciona el producto con su origen, o lo hace equivocadamente.

Después del factor del precio a la hora de la compra entran varios factores en juego, así el orden de los criterios seguidos son: precio, calidad visual y frescor. Además otros criterios son el lugar de la compra y las características del gusto de cada fruta o verdura. Es por ello que a continuación se presenta una tabla con las características más destacadas que debemos conocer de cada fruta o verdura así como los gustos más destacados de la población marroquí en relación a cada cultivo, si bien también debemos saber que según los expertos, el 90% de las frutas y verduras que se consumen en Marruecos vienen del mercado local mientras que el 10% restante se trata de productos de importación.

Características imprescindibles de conocer de cada fruta o verdura

Producto	Características imprescindibles de conocer y/ o preferencias del consumidor
Pimiento	Localmente, los marroquíes prefieren los pimientos alargados mientras que en Europa se aprecian más los cuadrados
Alubias verdes (<i>judías</i>)	Esta verdura no goza de un criterio establecido a la hora de la compra

EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS EN MARRUECOS

Maíz	La población marroquí aprecia más el maíz en conservas que al natural. También es apreciado para asar
Uvas	Deben tener un aspecto muy presentable. Los marroquíes la aprecian grandes y sin pipas. También es importante el aroma o gusto azucarado.
Melón	El más apreciado por el consumidor es la variedad Galian. Para esta fruta también es importante el aroma o gusto azucarado
Manzana	La preferida del consumidor es la Golden y roja. Para esta fruta el aspecto exterior es muy importante
Plátano	El consumidor marroquí prefiere los más grandes que sean muy amarillos tanto en el interior como en el exterior
Sandía	Esta fruta debe estar muy roja en su interior para que sea del gusto del consumidor marroquí y además debe estar muy azucarada
Melocotón	Es muy importante el color rojo, así como el gusto/ aroma azucarado
Nectarina	Es muy importante el color rojo, así como el gusto/ aroma azucarado
Aguacate	El consumo es distinto en Marruecos que en Europa. A los marroquíes les gustan más maduros. El precio también es en Marruecos superior

EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS EN MARRUECOS

Pera	Las peras constituyen una oportunidad para las empresas españolas. Hay que saber que los marroquíes aprecian más las variedades más azucaradas.

Cuadro de elaboración propia.

6. PRECIO

Como hemos mencionado en puntos anteriores, el precio es el principal criterio de selección, tanto por parte de los importadores como por parte del consumidor final.

Resulta complejo precisar la distribución de los márgenes de beneficios entre todos los agentes que participan en las transacciones comerciales de productos hortofrutícolas frescos. Estos dependen de una multitud de factores como son las cantidades que se comercialicen, el número de agentes que participen en la venta o simplemente del producto.

Se presentan a continuación algunas precisiones que se deben conocer en relación al estudio del precio de las frutas y verduras en Marruecos. Seguidamente se puede encontrar una tabla con algunas de las verduras y frutas que se pueden encontrar en el mercado marroquí a fechas de junio, agosto, y septiembre de 2013.

El precio:

- ✓ El carácter perecedero de la mercancía puede influir en su constitución.
- ✓ Realizar un estudio preciso del precio no es fácil pues no solo es en este sector en el que el precio más varía sino que estas variaciones se realizan cada día. Tanto es así que en las grandes superficies en general se fijan como mínimo dos precios/semana.
- ✓ Los factores que afectan al precio son: la calidad, la temporada, el precio de compra y la aduana (si se tuvieran que pagar los derechos de aduana).
- ✓ Lógicamente, a medida que aumenta el número de operadores en este proceso, aumenta también el precio final que tendrá el producto.
- ✓ Nuevas medidas como los acuerdos de cooperación hispano-marroquí refuerzan la cooperación entre ambos países y ayudan a la entrada de empresas españolas en el sector. España disfruta de ventajas logísticas que le permiten servir un producto de la península en condiciones de tiempo insuperables con su correspondiente repercusión en el precio final, detectándose esto como una ventaja para las empresas españolas y su competitividad en el mercado marroquí.

EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS EN MARRUECOS

Estudio de precios

Fruta/ verdura	Label Vie Diciembre 2013	Acima Diciembre 2013	Epicerie/ medina Diciembre 2013
Plátano de importación. Origen Costa de Marfil	10,50 dh/kg	13,95 dh/kg	14 dh/kg
Manzanas Golden de importación. Origen Francia	26,50 dh/kg	28,95 dh/kg	25 dh/kg
Manzana Golden local	06,95 dh/kg	16,95 dh/kg	15 dh/kg
Manzana roja de impor- tación. Origen Francia	27,95 dh/kg	21,95 dh/kg	30 dh/kg
Manzana roja local	-	-	15 dh/kg
Peras de importación	-	15,95 dh/kg	29 dh/kg
Kiwi de importación Origen Italia	19,95 dh/kg	16,95 dh/kg	-
Naranjas de zumo	04,95 dh/kg	06,95 dh/kg	07 dh/kg

EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS EN MARRUECOS

Clementinas	-	05,95 dh/kg	07 dh/kg
Lechuga	03,95 dh/kg	05,95 dh/kg	03 dh/kg
Cebollas secas rojas y blancas	04,30 dh/kg	04,95 dh/kg	04,50 dh/kg
Patatas blancas no lavadas	05,20 dh/kg	09,95 dh/kg	06 dh/kg
Alcachofas	07,95 dh/kg	09,95 dh/kg	07 dh/kg
Zanahorias	07,30 dh/kg	07,95 dh/kg	06 dh/kg

Tabla de elaboración propia.

7. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

Hay que tener en cuenta el excelente momento que atraviesan las relaciones comerciales entre Marruecos y España, que superó el pasado año a Francia, tradicionalmente el primer socio comercial de Marruecos. Al ser España el primer socio comercial de Marruecos podemos deducir que la acogida de los productos españoles en el país debería ser positiva con carácter general.

En términos generales, las frutas y verduras españolas se asocian con un producto de calidad y precio elevado (debido a que se trata de productos de importación) pero no a un tipo, calidad o variedad determinada de frutas o verduras.

En general, el consumidor marroquí no establece ninguna asociación fuerte entre la fruta que compra y su país de procedencia con excepción de las frutas exóticas que se relacionan precisamente con países exóticos y de algunas frutas con origen francés, como las manzanas Golden por ejemplo.

Actualmente no existen campañas de promoción genéricas que hagan hincapié en el “made in” como factor de compra. Por su parte, en Marruecos, el origen del producto no es un factor de compra relevante para las frutas y verduras.

8. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Si algo caracteriza al mercado de las frutas y hortalizas, y en general al sector agroalimentario, es la falta de delimitación de los formatos de los canales de distribución.

Gráfico: Los canales de distribución de las frutas y verduras en Marruecos

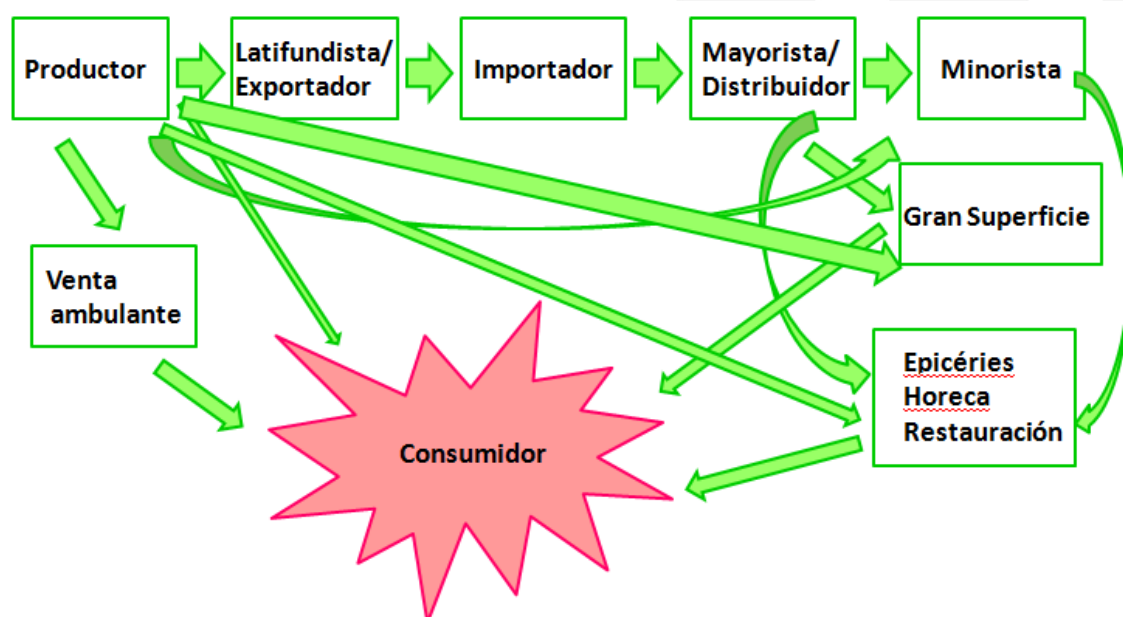


Gráfico de elaboración propia.

Como se puede ver en el esquema, los canales que sigue la fruta y la verdura en Marruecos desde que se cultiva (ya sea en Marruecos o sea fruta o verdura importada) hasta que llega al consumidor son numerosos.

En por ello que a continuación se expondrán las claves que deben conocerse para afrontar con éxito la distribución de los cultivos vegetales frescos en el país alauí.

La distribución:

- ✓ En el esquema de la distribución agroalimentaria en Marruecos y especialmente en el sector de las frutas y verduras, una de las figuras claves es el importador/ distribuidor. Este operador debe tener la suficiente experiencia para realizar el despacho aduanero de la mercancía, dado que al tratarse de productos frescos cualquier retraso puede suponer su deterioro y posterior rechazo de su cliente.
- ✓ Aunque todas las frutas y verduras deberían pasar obligatoriamente por el mercado mayorista, marché de gros, la realidad es diferente.
- ✓ Como en la mayoría de mercados, desde que la cadena de distribución se comienza hasta que llega al consumidor el precio de la fruta/ verdura aumenta considerablemente.
- ✓ Algunos especialistas consideran que la gran distribución se está haciendo un hueco en cuanto al lugar de compra de las frutas y verduras, si bien, tradicionalmente la gran mayoría de las compras de estos productos se ha realizado en el mercado tradicional, ésta es una tendencia que se está corrigiendo poco a poco.
- ✓ Por su parte las grandes superficies compran alrededor del 20% en el marché de gros, mercado mayorista, y el 80% al productor directamente.
- ✓ En cuanto al precio, hay que señalar que estos varían cada día, especialmente en el marché de gros, mercado mayorista, según sea el número de compradores.
- ✓ Además y en relación al mercado mayorista, marché de gros, se debe saber que entre el 5% y el 10% de la fruta/ verdura que llega a este mercado llega en mal estado.
- ✓ Llama la atención que, mientras que la gran superficie los productos que más valoran son los de calidad media, en el marché de gros se valoran más los de o muy buena calidad o los de mala calidad, es decir, valoran los dos extremos posibles de la calidad.
- ✓ En la cadena de distribución, el eslabón que más gana es el importador pues es el que en proporción más puede añadir en el precio.
- ✓ Por último hay que saber que en cuanto al pago en este sector éste se realiza en general a 15 días o máximo a 30, sin embargo, en el marché de gros, lo más común es pagar en el momento de formalizar la compra.

EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS EN MARRUECOS

Una vez identificados los canales de distribución que siguen las frutas y verduras frescas en Marruecos vamos a pasar a identificar algunas de las empresas más importantes que operan en cada eslabón de la cadena en el mercado marroquí, si bien en este mismo estudio se puede encontrar una sección específica de las empresas más destacadas en este sector en Marruecos.

Productores	Importadores	Distribuidores
▪ Domaine Royale	▪ Frigo Baraka	▪ Societé Fouzi (+/- 25- 30% mercado)
▪ Groupe Azura	▪ El Habib	▪ Faza Food (+/-10% mercado)
▪ Groupe Croco Fruits	▪ Compagnie Frutière	▪ Polu Fruit (+/- 5% mercado)
▪ Groupe Delassus	▪ Madari	▪ Fresh Fruit
▪ Groupe Zniber	▪ Kantari	▪ Rosaflor
▪ Groupe Arbor		

Los mercados mayoristas

Por último y antes de pasar a la siguiente sección de este estudio se desea aportar una breve información sobre los mercados mayoristas en Marruecos. Estos mercados son un eslabón muy importante de la cadena de distribución en este sector y es por ello que está pensado que se reformen en los próximos años con el fin de que cumplan los estándares europeos.

Tal y como se explica, el Gobierno marroquí ha anunciado, a través del Ministerio de Comercio, Industria y Nuevas Tecnologías, que pondrá en marcha un plan para reformar los mercados mayoristas de frutas y verduras del país.

Tras las quejas que habían expresado los profesionales de estos mercados, que sufrían de problemas en el transporte de las mercancías, así como deficiencias en la iluminación, sanidad y seguridad, el Gobierno ha señalado que pretende reorganizar los mercados mayoristas de frutas y verduras del país, para lo que busca empresas internacionales con experiencia en organización y gestión de mercados mayoristas que puedan hacerse cargo de este proyecto. Así, se detecta en este sentido otra oportunidad de inversión para la empresa española que desarrolle su actividad en este dominio.

El Plan establecido por el Gobierno supone una reducción del número de mercados mayoristas existente (de los 38 actuales a 32) y su redimensionamiento, la modernización de las estructuras y el establecimiento de un sistema de gestión más eficaz, entre otras medidas.

EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS EN MARRUECOS

Los primeros proyectos piloto de reforma de los mercados que se han iniciado son los de las ciudades de Rabat, Meknés y Berkane, con inversiones previstas a 5 años de 28,9, 26,8 y 17,3 millones de euros respectivamente y de 80,2, 67,3 y 52,6 millones de euros en un plazo de 30 años.

Con respecto al de Berkane, la convención fue firmada el pasado febrero. Para este mercado se prevé la creación de una Sociedad de desarrollo local uniendo a los municipios afectados, así como el trabajo para el desarrollo del acondicionamiento del mercado. Con respecto a los otros dos mercados el Ministerio de Agricultura ha asegurado que las concertaciones se están realizando entre los socios regionales.

Lo que distingue la reforma en general es el nuevo modo de gestión que será adoptado. Este último asocia de aquí en adelante las colectividades locales y los operadores públicos y privados según una delegación o la creación de una Sociedad de Desarrollo Local (SDL). Un acercamiento que permite a las colectividades mantener sus recursos fiscales mejorando la gestión y servicios ofrecidos.

La fuente de ingresos está separada de las ventas de los productos. Estas fuentes estarán constituidas por los derechos de primera ocupación, por alquileres mensuales y por impuestos marcados por las gestiones de servicios externalizados. En cuanto al desarrollo y ejecución de la reforma está asegurado por un comité interministerial compuesto por el Ministerio de Agricultura, el Ministerio de Interior y el Ministerio de Comercio y de Industria.

De este Comité forman parte igualmente el desarrollador del proyecto, así como los representantes de las provincias o Wilayas y de los consejos regionales. El brazo financiero de este proyecto no es otro que el Fondo de apoyo a la financiación de la modernización de los mercados mayoristas de frutas y verduras. Este puede contar ya con el crédito acordado el 27 de marzo pasado por el Banco Mundial.

De hecho la reforma prevé la puesta en marcha de los mercados mayoristas llamados de “primera generación” según una implantación optimizada. Esta implantación incluye la proximidad a las principales rutas de acceso (autovías, carreteras periféricas...) y a las grandes zonas de producción. En total, 32 mercados destinados al comercio mayorista están previstos contra los 38 actuales.

En relación a las infraestructuras, los futuros mercados tendrán plataformas de venta, servicios anexos (cámaras frigoríficas, estaciones de lavado y de almacenamiento de cajas, zonas de clasificación y de acondicionamiento...). Sin olvidar otros equipos de servicios tales como edificios administrativos, bancos, gasolineras, restaurantes, zonas de mantenimiento y de transporte. Este esquema, enmarcado en la reforma, se orienta a cumplir con más garantías los estándares internacionales. Por otra parte, este plan ha sido elaborado según un referente de experiencias exitosas en todo el mundo.

Empresas destacadas del sector.

En relación a las empresas instaladas en Marruecos que realizan su actividad en la industria de las frutas y verduras podemos consultar el anuario en el siguiente enlace <http://www.emergence.gov.ma/MMM/Agroalimentaire/Pages/AnnuaireAgroalimentaire.aspx>

9. ACCESO AL MERCADO-BARRERAS

1. BARRERAS ARANCELARIAS

Se presenta a continuación varias tablas en las que se muestran las barreras arancelarias a las que hay que hacer frente para introducir en Marruecos los productos en los que se basa el presente estudio. La primera tabla muestra los aranceles marcados, también se aporta el resultado de la aplicación de los distintos acuerdos que ha firmado Marruecos para las zonas de la Unión Europea, EEUU y los países árabes. La segunda tabla muestra los cargos marcados por los impuestos de TPI, TVA y la Tasa de Inspección Sanitaria de Vegetales aplicable.

Aranceles aplicables a los productos de estudio

PRODUCTO	PARTIDAS ARANCELARIAS		Unión Europea EEU Árabes			
	Código Taric	Sistema aduanero marroquí	Arancel	Unión Europea	EEU	Árabes
Tomate	0702	0702	40%	0%	0%	0%
Cebollas, chalotas, ajos y puerros	0703	0703.10.00.11	40%	0%	0%	0%
Coles	0704	0704.10.00.10	25%	0%	0%	0%
Lechugas	0705	0705.11.00.10	25%	0%	0%	0%
Pepinos y Pepinillos	0707	0707.00.00.10	40%	0%	0%	0%

EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS EN MARRUECOS

Judías	0708.20	0708.20.00.00	40%	0%	0%	0%
Alcachofas	0709.10	0709.10.00.00	40%	0%	0%	0%
Espárragos	0709.20	0709.20.00.00	40%	0%	0%	0%
Berenjenas	0709.30	0709.30.00.00	40%	0%	0%	0%
Apio	0709.40	0709.40.00.00	25%%	0%	0%	0%
Pimiento	0709.60	070960.00	40%	0%	0%	0%
Calabacín	0709.93	0709.90.90.20	40%	0%	0%	0%
Plátano	0803	0803.00.00.10	40%	44,1%	0%	0%
Piña	0804.30	0804.30.00.00	10%	0%	0%	0%
Mangos	0804.50	0804.50.00.00	10%	0%	0%	0%
Naranja	0805.10	080510.00	40%	0%	0%	0%
Mandarina	0805.20	080520.00	40%	0%	0%	0%
Pomelos	0805.40	0805.40.00.00	40%	0%	0%	0%
Limón	0805.50	0805.50.00.00	40%	0%	0%	0%
Uvas	0806.10	0806.10.00.11	40%	44,1%	0%	0%
Manzanas	0808.10	0808.10.90.10	40%	-	52%	0%
Peras	0808.20	0808.20	40%	39,2%	0%	0%

EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS EN MARRUECOS

Albaricoques	0809.10	0809.10.00.00	40%	39,2%	0%	0%
Melocotones	0809.30	0809.30.00.00	40%	39,2%	0%	0%
Ciruelas	0809.40	0809.40.00.10	40%	39,2%	0%	0%
Kiwis	0810.50	0810.50.00.10	25%	0%	0%	0%
Caquis (otras frutas)	0810.90	0808.10.90.10	40%	-	52%	0%

Tabla de elaboración propia.

Tabla de impuestos: TPI, TVA, y Tasa de Inspección Sanitaria de Vegetales

PRODUCTO	PARTIDAS ARANCELARIAS		TPI	TVA	Tasa de Inspección Sanitaria de Vegetales ⁶
	Código Taric	Sistema aduanero Marroquí			
Tomate	0702	0702	0,25%	20%	0,002 dh/kg
Cebollas, chalotas, ajos y puerros	0703	0703.10.00.11	0,25%	20%	0,002 dh/kg
Coles	0704	0704.10.00.10	0,25%	20%	0,002 dh/kg
Lechugas	0705	0705.11.00.10	0,25%	20%	0,002 dh/kg
Pepinos y Pepinillos	0707	0707.00.00.10	0,25%	20%	0,002 dh/kg

⁶ Este impuesto se incluye en la base imponible del IVA.

EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS EN MARRUECOS

Judías	0708.20	070820.00	0,25%	20%	0,002 dh/kg
Alcachofas	0709.10	0709.10.00.00	0,25%	20%	0,002 dh/kg
Espárragos	0709.20	0709.20.00.00	0,25%	20%	0,002 dh/kg
Berenjenas	0709.30	0709.30.00.00	0,25%	20%	0,002 dh/kg
Apio	0709.40	0709.40.00.00	0,25%	20%	0,002 dh/kg
Pimiento	0709.60	0709.60.00	0,25%	20%	0,002 dh/kg
Calabacín	0709.93	0709.90.90.20	0,25%	20%	0,002 dh/kg
Plátano	0803	0803.00.00.10	0,25%	20%	0,005 dh/kg
Piña	0804.30	0804.30.00.00	0,25%	20%	0,005 dh/kg
Mangos	0804.50	0804.50.00.00	0,25%	20%	0,005 dh/kg
Naranjas	0805.10	0805.10.00	0,25%	20%	0,005 dh/kg
Mandarinas	0805.20	0805.20.00	0,25%	20%	0,005 dh/kg
Pomelos	0805.40	0805.40.00.00	0,25%	20%	0,005 dh/kg
Limones	0805.50	0805.50.00.00	0,25%	20%	0,005 dh/kg
Uvas	0806.10	0806.10.00.11	0,25%	20%	0,005 dh/kg
Manzanas	0808.10	0808.10.90.10	0,25%	20%	0,005 dh/kg
Peras	0808.30	080820	0,25%	20%	0,005 dh/kg

EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS EN MARRUECOS

Albaricoques	0809.10	0809.10.00.00	0,25%	20%	0,005 dh/kg
Melocotones	0809.30	0809.30.00.00	0,25%	20%	0,005 dh/kg
Ciruelas	0809.40	0809.40.00.10	0,25%	20%	0,005 dh/kg
Kiwis	0810.50	0810.50.00.10	0,25%	20%	0,005 dh/kg
Caquis (otras frutas)	0810.90	0808.10.90.10	0,25%	20%	0,005 dh/kg

Tabla de elaboración propia.

2. BARRERAS NO ARANCELARIAS

EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS EN MARRUECOS

Se puede acceder a toda esta información online en la página Web de las Aduanas Marroquíes (<http://www.douane.gov.ma/>), dentro de la aplicación ADIL-WEB. Así mismo se puede acceder al Tratado de libre comercio con la UE en el apartado de Acuerdos y Convenciones.

Las sucesivas rebajas arancelarias que han culminado en 2012, fruto de la aplicación, a partir de marzo de 2000, del Acuerdo de Asociación con la UE.

La Circular N° 4617/ 222 de la Administración de Aduanas de Marruecos (de 15 de Febrero de 2000) agrupa las distintas partidas arancelarias en varias listas, en función del calendario correspondiente de reducción de derechos de aduana y exacciones de efecto equivalente (arancel y *PFI, Prélèvement Fiscal à l'Importation*, en el caso de Marruecos). En su anexo I se clasifican en siete listas los productos originarios de la Unión Europea importados por Marruecos.

El derecho de base sobre el que deben efectuarse las reducciones sucesivas previstas para cada producto estará constituido por el derecho efectivamente aplicado por Marruecos respecto a la UE el 1 de enero de 1995. Si con posterioridad a esa fecha se hubieran aplicado reducciones arancelarias, el derecho reducido sustituirá al derecho de base inicial en los cálculos.

En cuanto a la documentación necesaria para la aplicación de dicho arancel las aduanas marroquíes exigen una prueba documentaria del origen del producto, en este caso el Certificado de Circulación de Mercancías EUR.1.

Los certificados que normalmente son requeridos por la oficina de aduanas a la hora de introducir productos extranjeros en el país son:

- Conocimiento de embarque
- Factura original
- Lista de embalaje
- Certificado expedido por el control regional de la calidad (DCQ) de la Oficina Nacional de Seguridad Alimentaria ONSSA que acredite que el producto ha sido inspeccionado y ha aprobado el control sanitario.
- Certificado de Origen.

Otros requisitos de certificación / acreditación:

- La Oficina Marroquí de la seguridad alimentaria, ONSSA, requiere de los productos alimenticios importados un certificado de ausencia de radiactividad. Será aceptada una declaración general de certificación de una agencia federal / estatal sobre la reducción del riesgo de tener radioactividad en los productos importados.
- Todos los productos analizados en la presente nota sectorial requieren el documento n° 04301 para su importación en Marruecos. El nombre que recibe este documento es: *Certificat d'inspection phytosanitaire* y el emisor es: Inspecteur des vegetaux au Poste Frontiere.
- Caso especial de las manzanas. Se requiere un Certificado Estándar Fitosanitario con Declaración Añadida. Este certificado certifica que las plantas, los productos vegetales u otros artículos reglamentados descritos aquí se han inspeccionado o pasado la prueba idónea según las reglas oficiales y se considera que están libres de las plagas cuarentenarias, especificadas por la parte contratante importadora y de conformidad con los requisi-

tos vigentes de la parte contratante importadora. Como característica especial se debe tener en cuenta que el certificado fitosanitario expedido no debe ser anterior a 14 días antes del envío del producto, asimismo, fecha y la entidad gubernamental solicitante es el Ministerio de Agricultura y el APHIS / PPQ en marzo de 2006.

Reglamentación general

Toda la reglamentación general que concierne a los productos vegetales se puede consultar a través de la siguiente página web http://www.onssa.gov.ma/onssa/fr/reg_gen_pvov.php perteneciente a la ONSSA, Oficina Nacional de la Seguridad Sanitaria de los Productos Alimenticios, si bien y con el objetivo de facilitar la localización de cada norma que pueda interesar a la empresa española también se pueden encontrar aquí las normas que rigen estos productos hasta la fecha de la elaboración de esta nota sectorial.

- Arrêté 1379- 10 relatif aux produits dispensés de certaines mentions obligatoires au niveau de leur étiquetage tel qu'il a été publié au BO 5880 du 07/10/2010.
http://www.onssa.gov.ma/onssa/fr/doc_pdf/_Arrete_n_1379-10_dispo_etiquetage_arabe_Fr.pdf
- Loi cadre N° 13- 83 relative à la répression des fraudes sur les marchandises.
http://www.onssa.gov.ma/onssa/fr/doc_pdf/loi_13.83.pdf
- Dispositions du dahir du 14 octobre 1914, en vigueur.
http://www.onssa.gov.ma/onssa/fr/doc_pdf/dahir1914.pdf
- Procédure de recherches et de constatations des infractions en matière de répression des fraudes (dispositions de l'Arrêté Viziriel du 6 décembre 1928 demeurant en vigueur après promulgation de la loi cadre).
http://www.onssa.gov.ma/onssa/fr/doc_pdf/alimentation_armee.pdf
- Répression des crimes contre la santé de la nation.
http://www.onssa.gov.ma/onssa/fr/doc_pdf/rep_crimes.pdf
- Etiquetage et presentation des produits et marchandises.
http://www.onssa.gov.ma/onssa/fr/doc_pdf/etiquetage.pdf
- Arrêté viziriel du 2 janvier 1915 précisant les conditions dans lesquelles les produits doivent être presents aux consommateurs.
http://www.onssa.gov.ma/onssa/fr/doc_pdf/con_presentation.pdf
- Décret du 05 mai 1999 pris pour l'application de la loi 17.88.
http://www.onssa.gov.ma/onssa/fr/doc_pdf/decret-05-99.pdf
- Arrêté conjoint du 26 février 2001 relatif a la durée de validité des produits.
http://www.onssa.gov.ma/onssa/fr/doc_pdf/ar-02-2001.pdf
- Dispositions concernant l'emploi des substances antiseptiques – Arrêté 1916.
http://www.onssa.gov.ma/onssa/fr/doc_pdf/ar02-1916.pdf
- Dispositions concernant l'emploi des substances antiseptiques – décret 1959.
http://www.onssa.gov.ma/onssa/fr/doc_pdf/decret1959.pdf
- Dispositions concernant l'emploi des antioxygènes – décret 1963.
http://www.onssa.gov.ma/onssa/fr/doc_pdf/decret03-1963.pdf

- Dispositions concernant l'emploi du sorbate de potassium- arrêté 1971.
http://www.onssa.gov.ma/onssa/fr/doc_pdf/ar04-1971.pdf
- Commission interministérielle permanente pour le contrôle alimentaire et la répression des fraudes dans la vente des marchandises.
http://www.onssa.gov.ma/onssa/fr/doc_pdf/cipcarf.pdf
- Comité National du Codex Alimentarius.
http://www.onssa.gov.ma/onssa/fr/doc_pdf/cnc.pdf

10. OPORTUNIDADES

Marruecos, un mercado complejo con posibilidades

Marruecos, país del Norte de África más estable, con tasas de crecimiento moderadamente positivas y que se mantienen en el tiempo, con un mercado de algo más de 30 millones de consumidores, demanda cada vez más bienes y servicios. La estabilidad política y económica alcanzada en la última década, junto con la apuesta de las autoridades por la modernización de la economía y por su apertura al exterior, hacen de la economía marroquí un polo de atracción para la empresa española.

Marruecos ofrece oportunidades de negocio significativas a las empresas españolas derivadas no sólo de la cercanía geográfica y complementariedad de las economías, sino también de las sucesivas rebajas arancelarias que han culminado en 2012, fruto de la aplicación, a partir de marzo de 2000, del Acuerdo de Asociación con la UE. Marruecos es el principal destino de las exportaciones españolas a África. España es, además, el primer país proveedor de Marruecos, seguido de Francia.

Por otro lado, el proceso de modernización que está llevando a cabo en Marruecos plasmado en el desarrollo de importantes programas de infraestructuras, vivienda, turismo, electrificación, etc., junto con el proceso de privatización de empresas públicas y concesión de servicios públicos a operadores privados abren un mercado de posibilidades de negocio para las empresas españolas.

Muchos de los sectores atractivos para la inversión española representan al mismo tiempo una oportunidad desde el punto de vista comercial, sea por la consiguiente demanda de bienes de equipo que generará la inversión, sea porque la inversión va dirigida a cubrir una demanda del mercado marroquí que también puede ser cubierta mediante exportaciones.

Por ello, se puede considerar que la demanda de importaciones en Marruecos corresponde a las necesidades de un país emergente de tamaño reducido, en las que junto a un sector agrícola con un peso importante en la economía conviven un sector industrial y de servicios en pleno desarrollo.

A todos estos elementos hay que añadir el hecho de que Marruecos es un importante país de destino de los programas de las Instituciones Financieras Internacionales y de la UE. Todos es-

tos elementos contribuyen a que cada vez sea más significativa la presencia de empresas españolas instaladas en este mercado.

Oportunidades en el sector de la agricultura y en la industria agroalimentaria

Se presentan oportunidades por un lado desde el plano de las licitaciones (alquiler de tierras para la producción), en este caso de las tierras agrícolas pertenecientes a SODEA y la SOGETA. Por otro, se pueden destacar las oportunidades que se abren en el sector de las industrias agroalimentarias, cuyo desarrollo no alcanza el nivel del desarrollo español y cuya demanda creciente es el resultado de la occidentalización de los gustos de una parte de la población.

Además, la gradual modernización del sector agrícola marroquí está suponiendo una demanda importante de maquinaria agrícola e insumos agrícolas. A este fin, el Plan Maroc Vert representa un mercado enorme para España animado por las buenas relaciones que atraviesan ambos países. Tanto es el hecho que España ha tenido un “crecimiento espectacular” en los últimos años, siendo ya el primer socio de Marruecos tanto en importaciones⁷ como en exportaciones y desbancando a Francia, tradicional socio principal del país magrebí.

A modo de resumen, presentamos a continuación las oportunidades que a lo largo del presente estudio se han descubierto. Estas oportunidades las podemos agrupar en 2 grupos: comerciales y de inversión.

Oportunidades comerciales:

- ✓ Las frutas exóticas están entrando en las estanterías de la sección de frutas y verduras en Marruecos de la mano de la población occidental o más avanzada, por lo que cada vez este segmento se presenta como una oportunidad.
- ✓ Exportar productos fuera de la temporada de producción en Marruecos. Como sabemos el proceso de exportación no es fácil e implica realizar un estudio de los costes que supone este modo de comercialización para sopesar la decisión de seguir adelante. Al mismo tiempo, se debe tener en cuenta que los productos fueran de temporada tienen un mayor coste de compra para los consumidores debido a la escasez de oferta que sufren. Ambas premisas indican que la empresa española rentabilizará en mayor medida su proceso de exportación si consigue introducir las frutas y verduras frescas fuera de la temporada de producción estándar en Marruecos.

⁷ En el conjunto de las importaciones de todos los sectores.

EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS EN MARRUECOS

- ✓ Muchos mercados se caracterizan porque mantienen como primer criterio de compra el precio. Marruecos no solo no es una excepción sino que es uno de los mercados en donde el precio tiene la práctica totalidad de la decisión a la hora de realizar una compra. Por ello, se deduce que la empresa que vende al mejor precio es aquella que conseguirá mayor mercado, por lo que el precio puede convertirse en una oportunidad para las empresas españolas en contraposición a otros productos de importación tales como franceses, italianos, turcos, etc.
- ✓ Nuevas medidas como los acuerdos de cooperación hispano-marroquí refuerzan la cooperación entre ambos países y ayudan a la entrada de empresas españolas en el sector. España disfruta de ventajas logísticas que le permiten servir un producto en la península en condiciones de tiempo insuperables con su correspondiente repercusión en el precio final, lo que se considera una oportunidad para las empresas españolas con la que no cuentan las empresas de otros países también interesados en el mercado marroquí, tales como Francia, Italia, Turquía, etc.
- ✓ Además, como se ha comentado, las frutas y verduras en Marruecos no cuentan con packaging o embalajes adecuados, por lo que encontramos aquí otra oportunidad de la que sacar partido con respecto al mercado de las frutas y verduras. En este sentido, se considera que los hábitos de packaging, embalaje llegarán a Marruecos tal y como otras tendencias de occidente van llegando poco a poco al país alauí. De tal forma que por un lado las empresas de packaging y embalajes tendrán cabida en el mercado marroquí y por otro las empresas de frutas y verduras que quieran posicionarse en el mercado con productos de alta gama dirigiéndose a un mercado especializado que busca la calidad como primera cualidad.
- ✓ Los insumos, si bien no son objeto de esta nota sectorial directamente si lo son indirectamente. Los insumos son otra de las oportunidades que se detecta, y en general toda aquella industria que rodea a la agricultura y con ello a la producción de frutas y verduras. (Para ampliar esta información se recomienda consultar otras notas sectoriales en www.icex.es).
- ✓ Por último dentro de este grupo se debe comentar, que según los profesionales del sector a los que hemos tenido acceso, las oportunidades para las empresas españolas se encuentran más del lado de las frutas que del lado de las verduras pues éstas últimas se producen en cantidad más que suficiente en Marruecos.

Oportunidades de inversión:

- ✓ Por otro lado, y tal y como se ha visto, Marruecos dispone de hectáreas de tierras sin explotar, por lo que esto se puede percibir como una oportunidad para las empresas espa-

ñolas que deseen instalarse en Marruecos de cara a producir en el “terrero local” sus cultivos.

1. LOS PROBLEMAS DEL SECTOR

Una vez analizada la demanda, pasamos a realizar un breve repaso sobre los problemas que sufre el sector de las frutas y verduras en Marruecos. De igual forma que las oportunidades vamos a agrupar estos problemas en dos grupos.

Problemas detectados en cuanto al comercio:

- En cuanto a los productos. En este sentido el principal problema es la ruptura de la cadena del frío. Si bien esta cadena se mantiene correctamente hasta el momento en el que la mercancía sale del mercado mayorista, es justo en ese momento cuando el problema sale a la luz. Hasta ese momento, los productos se han transportado mediante camiones frigoríficos y en su recepción en el mercado la carga se ha introducido en las cámaras frigoríficas de los locales de las empresas en el mercado, pero una vez comprada la mercancía, ésta sale en camiones estándar hasta la llegada del producto a la superficie de venta (supermercados, pequeñas *épiceries*...) donde tampoco se asegura el mantenimiento correcto de la carga.
- Con respecto a la comercialización de la producción:
 - o El nivel de las exportaciones no llega al nivel de potencial que tienen.
 - o La diversificación de mercados y de productos es inadecuada.
 - o La situación actual de los mercados mayoristas no permite aportar un mayor valor a los productos debido al estado deteriorado de sus infraestructuras.
- El problema de la economía sumergida y de los *trichers*. Este problema es uno de los más graves del sector. Este problema surge debido al gran número de personas que viven de este sector lo cual implica una competencia agresiva y en numerosas ocasiones desleal siendo las casuísticas a citar numerosas. En síntesis, hay que ser conscientes de que la economía sumergida en el sector de este estudio tiene un peso muy grande.

Problemas detectados en cuanto a la inversión:

- En cuanto a la organización profesional.
 - o Debilidad de las organizaciones profesionales.
 - o Débil implicación de las organizaciones profesionales en el proceso de desarrollo del sector.

EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS EN MARRUECOS

- Productividad. Productividad por debajo del potencial (el rendimiento medio de los tomates en invernaderos es de 130 t / h contra las 200 o 250 t / h que se pueden alcanzar en algunas explotaciones).
- Recursos hídricos limitados. Lluvia débil e irregular, la explotación masiva de agua de los recursos de agua subterránea.

11 ■ INFORMACIÓN PRÁCTICA

1. FERIAS

SIAM



El Salón Internacional de Meknés (SIAM) se ha convertido en un escenario destacado para la búsqueda de oportunidades de negocio y nuevos mercados para los distribuidores españoles.

En líneas generales se puede calificar esta feria como una de las más importantes sino la más importante de Marruecos, tanto en calidad y cantidad de expositores como en asistencia.

En este año 2013, el SIAM ha contado con una fuerte presencia institucional, encabezada por su majestad el rey Mohammed VI que inauguró el evento. Así mismo por sus expositores desfilaron un importante número de ministros como de delegaciones extranjeras. En esta edición se ha valorado muy positivamente la fuerte presencia de expositores extranjeros que representaban a 52 países con más de 920 expositores, superando ampliamente a los 42 países de la pasada edición.

En 2013 se ha contado con la participación de 15 empresas españolas en el pabellón oficial de ICEX de 240 m2, por debajo de la participación del año anterior (26 empresas y 456 m2). Aproximadamente la mitad del pabellón correspondía a empresas andaluzas con financiación de Extenda. Asimismo, fuera del pabellón oficial se encontraban 7 empresas españolas más un stand representando a 20 empresas andaluzas.

Por sectores, principalmente las empresas que han participado desarrollaban su actividad en las industrias de las estructuras metálicas, fertilizantes y riego.

SIFEL



El Salón Internacional Profesional de la Industria de las Frutas y Verduras, SIFEL (*Salon International Professionnel de la Filière Fruits et Légumes*) está considerado como uno de los referentes del sector agrícola en Marruecos.

Si bien en los últimos años el número de expositores ha disminuido tanto en el plano internacional como en el nacional, éstos siguen siendo mayoritariamente nacionales, seguidos de franceses y españoles.

Desde el punto de vista de las empresas españolas asistentes el evento constituye un éxito debido a los contactos realizados, así por su excelente organización, donde destaca la actuación de AGRAGEX, organismo agrupador de las empresas españolas asistentes.

Por sectores, las empresas que han participado desarrollaban su actividad en las siguientes industrias:

- Agricultores y técnicos en producción agrícola y cultivos.
- Materiales y equipamiento para la agricultura.
- Comercializadores de semillas y viveros.
- Fertilización y tratamientos para plantas.
- Embalaje y acondicionamiento de cultivos.
- Invernaderos e instalaciones cubiertas para cultivos.
- Producción y exportación agrícola.
- Informática.
- Logística.
- Prensa.

2. PUBLICACIONES DEL SECTOR



Agriculture du Maghreb,

*Revue professionnelle
des filières et légumes,
céréalière, élevage*

3. ASOCIACIONES

ASSOCIATION DES EXPORTATEURS D'AGRUMES ET PRIMEURS

APRIMEX

Km 5, Dar Bouazza, route d'Azemmour

Casablanca

Tél.: 05 22 35 55 55/39 06

Fax.: 05 22 35 33 98

ASSOCIATION DES PRODUCTEURS D'AGRUMES DU MAROC

ASPAM

283, Bd Zerktouni, 6^{ème} étg

Casablanca

Tél.: 05 22 36 39 46/96

Fax.: 05 22 36 40 41

aspam@menara.ma

ASSOCIATION DES PRODUCTEURS DE BANANES DU MAROC

APROBA

22 rue El Messaoudi

EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS EN MARRUECOS

Casablanca

Tél.: 05 22 36 39 46/96

Fax.: 05 22 94 85 61

ASSOCIATION DES PRODUCTEURS EXPORTATEURS DE MARAICHAGES ET PRIMEURS

ASPEM

42 Bd Emile Zola, IMM Dar Salam 2ème étg n° 10

Casablanca

Tél.: 05 22 30 15 10

Fax.: 05 22 30 06 12

aspem@menara.ma

ASSOCIATION MAROCAINE DES CONDITIONNEURS EXPORTATEURS DE FRAISES

AMCEF

Chambre d'Agriculture, rue Mehdi Ibn Toumert

Larache

Tél.: 06 61 09 38 99/06 61 29 91 44

Fax.: 05 39 90 42 63

amcef@menara.ma

ASSOCIATION MAROCAINE INTERPROFESSIONNELLE DES PRODUITS AGRICOLES

AMIPA

Lot 48/49, Quartier Bensouda

Fès

Tél.: 05 35 65 53 08/09/10

Fax.: 05 35 65 53 11

ASSOCIATION NATIONALE DES PRODUCTEURS DE FRUITS

ANAPROF

11, rue Ibn Khaldoune

Meknès

Tél.: 05 35 30 04 04

Fax.: 035 30 01 86

FEDERATION DES CHMBRERS D'AGRICULTURE

FCA

1, rue Ghandi

Rabat

Tél.: 05 37 70 69 22

Fax.: 037 70 34 75

FEDERATION DES INDUSTRIES DE LA CONSERVE DES PRODUITS AGRICOLES AU MAROC

FICOPAM

Aïn Sebaâ Center, Esc B, 2 ème étage, N° 35, Route de Rabat

Casablanca

Tél.: 05 22 35 10 81/16 23

Fax.: 05 22 35 17 40

ficopam@ficopam.ma

www.ficopam.ma

FEDERATION NATIONALE DE L'AGRO- ALIMENTAIRE

FENAGRI

Aïn Sebaâ Center, 35 B, 2ème étage, Aïn Sebaâ

Casablanca

Tél.: 05 22 67 49 93

Fax.: 05 22 67 49 93

sg@fenagri.org

www.fenagri.org

UNION PROVINCIALE DES ASSOCIATIONS AGRICOLES D'ARBRES FRUITIERES D'IFRAN

16 Av Nehrou

Meknès

Tél.: 05 35 52 24 54

Fax.: 05 35 52 17 59

ASSOCIATION POUR L'AGRICULTURE ET L'ALIMENTATION SAIN

MAGHREBIO

127 Avenue Mohamed V Immeuble Gidel Gueliz
Marrakech

Tél.: 05 24 43 97 26

Fax.: 05 24 49 21 01

rabah229@hotmail.com

CONFÉDÉRATION MAROCAINE DE L'AGRICULTURE ET DU DÉVELOPPEMENT RURAL

COMADER

2, rue El Kai Hassan
Rabat

Tél.: 05 37 26 35 00

Fax.: 05 37 26 35 01

amsp@iam.net.ma

CONFÉDÉRATION GÉNÉRALE DES ENTREPRISES DU MAROC

CGEM

23, rue Mohamed Abdou, Palmier
Casablanca

Tél.: 05 22 99 70 00

Fax.: 05 22 98 39 71

cgem@cgem.ma

www.cgem.ma

ASSOCIATION MAROCAINE DE PRODUCTEURS DES FRUITS ET LÉGUMES

APEFEL

Av. My Ismail Dar Illighum, A5 Bureau 209- Cite Nahda
Agadir

Tél.: 05 28 84 88 64

Fax.: 05 28 84 88 65

agrotech@apefel.com

www.apefel.com

ASSOCIATION DE DÉVELOPPEMENT E L'ARBORICULTURE AU MAROC

ADAM

37, Avenue Allal Ben Abdellah. Imm. Al Watania App 631 (V.N)

Meknés

Tél.: 05 35 51 36 80

Fax.: 05 35 51 36 80

ASSOCIATION DES PRODUCTEURS ET EXPORTATEURS DE RAISIN DE TABLE

ASPERT

Immeuble El Bardai Rue Abou Bakr Assadik

Marrakech

Tél.: 05 24 42 39 64

Fax.: 024 42 39 64

aspertmaroc@menara.ma

4. OTRAS DIRECCIONES DE INTERÉS

MINISTERIOS

MINISTERE DE L'ECONOMIE ET DES FINANCES

Bd. Med V, Quartier Administratif- Chellah

Rabat

Tél.: 05 37 67 72 00 au 11/ 037 67 75 01 au 08

Fax.: 05 37 76 75 27/28

internet@finances.gov.ma

www.finances.gov.ma

MINISTERE DE L'AGRICULTURE ET DE LA PECHE MARITIME

Av Med V, Quartier administratif, place Abdellah Chefchaoui, B.P. 607

Rabat

Tél.: 05 37 76 01 02/09 93/33/13 99

Fax.: 05 37 77 64 11

info@madrpm.gov.ma

www.madrpm.gov.ma

MINISTERE DU COMMERCE EXTERIEUR

63, Avenue Moulay Youssef

Rabat

Tél.: 05 37 7073 20

Fax.: 05 37 70 32 31

www.mce.gov.ma

MINISTERE DE L'INDUSTRIE, DU COMMERCE ET DES NOUVELLES TECHNOLOGIES

B.P. 609- Quartier Administratif Chellah

Rabat

Tél.: 037 76 59 51

Fax.: 037 76 29 75

www.mcinet.gov.ma

ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

OFFICE DE COMMERCIALISATION ET D'EXPORTATION

OCE

45, Av des F.A.R, 13^{ème} étg, BP 13259

Casablanca

Tél.: 05 22 46 40 64/62

Fax.: 05 22 31 39 79

Oce.dg@menara.ma

SOCIETE DE DEVELOPPEMENT AGRICOLE

SODEA

44, Av de France, Agdal

Rabat

Tél.: 037 67 79 55/58/59

Fax.: 037 77 15 14

info@sodea.com

www.sodea.com

CÁMARAS DE AGRICULTURA

FEDERATION DES CHAMBRERS D'AGRICULTURE

FCA

1, rue Ghandi

Rabat

Tél...: 05 37 70 69 22

Fax.: 037 70 34 75

CAMBRE D'AGRICULTURE AGADIR

B.P. 693

Agadir

Tél.: 05 28 84 26 79/41 01

Fax.: 05 28 84 52 27

CAMBRE D'AGRICULTURE CASABLANCA

24 rue Avisnes, Ben M'sik Sidi Othman

Casablanca

Tél./ Fax.: 05 22 24 60 04

CAMBRE D'AGRICULTURE LARACHE

Av. Mehdi Ben Toumart

Larache

Tél./ Fax.: 05 39 91 18 54

CAMBRE D'AGRICULTURE MARRAKECH

127, Av. Mohamed Addelkrim

Khattabi, Gueliz

Marrakech

Tél.: 05 24 43 11 58

Fax.: 05 24 43 17 80

CAMBRE D'AGRICULTURE MEKNES

Place Abdelaziz Ben Driss

Meknès

Tél.: 05 35 52 20 70

Fax.: 05 35 51 09 99

CAMBRE D'AGRICULTURE TANGER

App 1, Imm Soundous, Angle rue Jabal Tarik et rue Andalous

Tanger

Tél.: 05 39 94 66 92

Fax.: 05 39 94 66 91

CÁMARA DE COMERCIO ESPAÑOLA

« CHAMBRE ESPAGNOLES DU COMMERCE ET D'INDUSTRIE ET DE NAVIGATION AU MAROC »

33, rue Faidi Khalifa

Casablanca

Tél.: 05 22 30 93 67/56 02

Fax.: 05 22 30 31 65

Contacto : Juan Luis López

camacoescasablanca@camacoescasablanca.com

camacoescasablanca.com

85, Avd. President Habib Bourghiba - TÁNGER

Tél.: 05 39 93 54 42

Fax.: 05 39 94.75.53

Contacto : Amal Boussouf

buzonoficial@tanger.camara.icex.es

EMBAJADA DE ESPAÑA EN MARRUECOS

« AMBASSADE D'ESPAGNE AU MAROC »

Rue Ain Khalouiya, Rte. Des Zaers, Km 5300 Souissi

Rabat

Tél.: 05 37 63 39 00

Fax.: 05 37 63 06 00

Emb.rabat@mae.es

5. BIBLIOGRAFÍA

5.1. Publicaciones

Agriculture du Maghreb, *Revue professionnelle des filières et légumes, céréalière, élevage*.

Información electrónica

ADA. Agence pour le Développement Agricole. http://www.ada.gov.ma/es/plans_regionaux/plans-regionaux.php

ADIL. <http://www.douane.gov.ma/adil/>

APEFEL. Association Marocaine des Producteurs et Producteurs Exportateurs de Fruits & Légumes. www.apefel.com

EACCE.

<http://web2.eacce.org.ma/AdressesUtiles/AssociationsProfessionnelles/tabid/247/smId/985/ArticleID/457/reftab/247/Default.aspx>

Emergence. Pacte National pour l'émergence Industrielle 2009 – 2015. <http://www.emergence.gov.ma/MMM/Agroalimentaire/Pages/Presentation.aspx>

HCP. Haut Commissariat au Plan. <http://www.hcp.ma/downloads/Annuaire-statistiques-regionaux-t11956.html>

Informédière. <http://www.infomediaire.ma/>

Kerix. www.kerix.net

L'économiste. <http://www.leconomiste.com/>

ONSSA. Office National de Sécurité Sanitaire des Produits Alimentaires. <http://www.onssa.gov.ma/onssa/index.php>

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

Un Comtrade. <http://comtrade.un.org/>

USDA Foreign Agriculture Service. <http://www.fas.usda.gov/>

