



Ambassade de la République Fédérative du Brésil

Formulário - FOR
FOR/RAB/004 – V.1 Estudo Setorial Página 1 de 2

Mercado do vinho

1. Contextualização

➤ Produção local

Marrocos é o segundo maior produtor de vinhos e bebidas alcoólicas do continente africano (depois da África do Sul) e o primeiro país muçulmano. A produção de cerveja atinge os 800.000 hL e a de vinho e outras bebidas alcoólicas aproxima-se dos 400.000 hL (estatísticas para o ano de 2018).

Produção local:

- Vinhos: 11 vinícolas produzem 40 M garrafas/ano
- Licor: produção essencialmente informal, correspondendo principalmente à aguardente de figo
- Cervejas: as cervejas mais emblemáticas, produzidas localmente, são Heineken, Casablanca ou La Spéciale.

➤ Tendência de consumo

Embora a venda de álcool seja proibida aos muçulmanos, os marroquinos se destacam no segmento. Os marroquinos consumiram quase 310 milhões de litros de cerveja nos últimos três anos, uma média de 103 milhões de litros por ano. Assim, 38 milhões de garrafas de vinho e 14 milhões de outras bebidas alcoólicas foram consumidas no mesmo período. O consumo de álcool no Marrocos aumentou recentemente, sendo a média geral de 3 litros por pessoa por dia.

➤ Perfil do consumidor

- 2 em cada 10 marroquinos consomem ou conhecem alguém que consome álcool;
- Os consumidores são, majoritariamente, do sexo masculino;
- Os principais consumidores parecem ser marroquinos entre 35 e 44 anos.

2. Análise de dados

O consumo de bebidas alcoólicas em Marrocos continua dominado pelas cervejas. No que diz respeito aos vinhos, a França e a Espanha são os principais fornecedores de Marrocos. Em 2020, Marrocos importou USD 15 milhões de vinhos franceses, ou seja, 54% do total das importações em valor, enquanto os volumes de vinhos franceses importados (1,9 milhões de litros) representam apenas 9% da quota de mercado em volume.

Aprovado por: Nilson César Castanheira Guimarães	Aprovado: 10/06/2021
Desenvolvido por: Sofia Faiz	: Vigente



Ambassade de la République Fédérative du Brésil

Formulário - FOR FOR/RAB/004 – V.1 Estudo Setorial Página 1 de 2

Tabela 1: Importações de vinhos (NCM: 22.04) nos últimos 5 anos em milhares de USD

Código NCM	Designação do produto	Importação nos últimos 5 anos (Milhares USD)					
		2016	2017	2018	2019	2020	
22.04.	21	Vinho de uvas frescas, incluindo vinhos fortificados com álcool <= 2 l (exceto vinhos espumantes)	10.066	12.567	13.114	13.593	13.858
	29	Vinho de uvas frescas, incluindo vinhos fortificados, > 2 l (exceto vinhos espumantes)	92	6.070	11.999	8.021	9.239
	10	Vinhos espumantes produzidos a partir de uvas frescas	4.884	5.835	4.008	5.502	4.658

Fonte: ITC Trademap

Os operadores salientam que os vinhos europeus são subsidiados de montante a jusante da produção, enquanto no Marrocos o Estado não concede qualquer subsídio e muito menos tem um programa de apoio aos operadores (além de subsídios para projetos de irrigação). O álcool no Marrocos continua sendo um importante gerador de receita. Segundo dados da administração aduaneira e fiscal, o Imposto sobre o Consumo Doméstico (TIC) ligado à venda de bebidas alcoólicas arrecadou cerca de 1,4 bilhões de Dirhams (140 milhões de dólares) em 2016.

Tabela 2: Principais fornecedores de vinhos para Marrocos (NCM: 22.04) em termos de quantidade e valor durante o ano de 2020

Código NCM	Nome	Competidores principais	Exportações		Preços	Valor unitário (USD/t)	Participação de mercado de cada concorrente
			Quantidade (toneladas)	Valor (milhares USD)			
22.04.21	Vinho de uvas frescas, incluindo vinhos fortificados com álcool <= 2	França	1,725	10.622	19,6	6.158	76,6
		Espanha	625	1.462	19,6	2.339	10,5

Aprovado por: Nilson César Castanheira Guimarães

Aprovado: 10/06/2021

Desenvolvido por: Sofia Faiz

: Vigente



Ambassade de la République Fédérative du Brésil

Formulário - FOR FOR/RAB/004 – V.1 Estudo Setorial Página 1 de 2

	I (exceto vinhos espumantes)						
22.04.29	Vinho de uvas frescas, incluindo vinhos licorosos , > 2 l (exceto vinhos espumantes)	França	18.034	9.236	19,6	512	99,9
22.04.10	Vinhos espumantes produzidos a partir de uvas frescas	França	210	4.319	19,6	20.567	92,7
		Espanha	53	214	19,6	4.038	4,6

Fonte: ITC Trademap

As tarifas aduaneiras entre Marrocos e Brasil estão fixadas em 49%.

3. Análise estratégica

➤ Matriz SWOT

Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none">– Aumento do consumo e procura de vinhos de qualidade;– Marrocos tem 14 denominações de origem garantidas e uma denominação de origem controlada.	<ul style="list-style-type: none">– O mercado de vinhos e bebidas alcoólicas está sujeito a sucessivos aumentos de impostos (800Dh/hL para o vinho);– Dificuldades na obtenção da licença tanto para restaurantes quanto para importadores-distribuidores;– Falta de subsídio estatal para a indústria do vinho.
Oportunidades	Ameaça
<ul style="list-style-type: none">– segmento de varejo está obrigando os diversos players do mercado a implementarem novas gamas e a procurarem novos produtos no estrangeiro;	<ul style="list-style-type: none">– Receios de aumento das importações no mercado local, devido ao desmantelamento tarifário e aos ALCs.

Aprovado por: Nilson César Castanheira Guimarães

Aprovado: 10/06/2021

Desenvolvido por: Sofia Faiz

: Vigente



Ambassade de la République Fédérative du Brésil

Formulário - FOR

FOR/RAB/004 – V.1 Estudo Setorial Página 1 de 2

4. Análise das forças competitivas

Os players na importação de vinhos e bebidas alcoólicas são poucos no Marrocos e, portanto, mais seletivos. Podemos citar DOVERN, MR RENOUVO, BOURCHANIN & CIE, FOODS & GOODS e as subsidiárias de produtores locais como EBERTEC de DIANA HOLDING ou LCL de LES BRASSERIES DU MAROC.

Algumas marcas optaram por se estabelecer diretamente para vender sua própria marca, em particular a PERNOD RICARD.

Quanto à distribuição BtoC, esta é feita principalmente através de uma rede de pequenas mercearias com algumas cadeias que se posicionam, como a NICOLAS, cuja franquia é detida pela LES BRASSERIES DU MAROC. Poucos supermercados oferecem álcool, exceto CARREFOUR-LABEL VIE e Super U.

Aprovado por: Nilson César Castanheira Guimarães	Aprovado: 10/06/2021
Desenvolvido por: Sofia Faiz	: Vigente