

Экспортный гид

# Шоколад и шоколадные кондитерские изделия

---



Марокко



Экспортный гид

# Шоколад и шоколадные кондитерские изделия



Марокко

Гид создан при участии:



WORLD BANK GROUP



АСКОНД

# Предисловие

---

Настоящий гид разработан как практическое руководство для организации экспорта шоколада и шоколадных кондитерских изделий в Марокко. Гид основан на следующих принципах:

- обобщение самых актуальных сведений о рынке;
- аналитические данные, основанные на оценках отраслевых экспертов;
- практические рекомендации по выходу на рынок;
- простая для восприятия форма изложения информации.

Представленные материалы помогут принять взвешенное решение о выходе на рынок и максимально эффективно организовать экспорт шоколада и шоколадных кондитерских изделий в Марокко.

© ФГБУ «Федеральный центр развития экспорта продукции агропромышленного комплекса Российской Федерации», 2021.

© Все права защищены.

Никакая часть данного издания не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами без письменного разрешения владельцев авторских прав. При использовании ссылка на правообладателя и источник заимствования обязательна.



Министерство  
сельского хозяйства  
Российской Федерации



# Оглавление

---

<b>Резюме .....</b>	<b>5</b>
<b>Список сокращений.....</b>	<b>7</b>
<b>Введение .....</b>	<b>8</b>
<b>1. Краткий обзор — Марокко.....</b>	<b>11</b>
1.1. Экономические тенденции .....	13
1.2. Политические тенденции .....	19
1.3. Деловая среда .....	20
1.4. Демографические тенденции.....	23
1.5. Влияние тенденций на потребительский рынок страны .....	24
<b>2. Обзор рынка.....</b>	<b>26</b>
2.1. Объем и динамика рынка .....	28
2.2. Потребительские предпочтения .....	41
2.3. Торгово-распределительная сеть.....	42
2.4. Конкурентная среда и участники рынка .....	46
<b>3. Стандарты на продукцию .....</b>	<b>49</b>
3.1. Требования к составу.....	51
3.2. Требования к маркировке.....	52
<b>4. Барьеры входа на рынок.....</b>	<b>55</b>
4.1. Особенности таможенных процедур.....	57
4.2. Тарифные и нетарифные барьеры .....	59
<b>5. Организация экспортных поставок .....</b>	<b>61</b>
5.1. Логистика.....	63
5.2. Формы присутствия на рынке .....	68
5.3. Защита интеллектуальной собственности.....	72
<b>6. Продвижение продукции .....</b>	<b>77</b>
6.1. Ключевые факторы успеха на рынке .....	79
6.2. Отраслевые выставки.....	80
<b>7. Особенности деловой культуры .....</b>	<b>81</b>
<b>8. Преимущества и риски осуществления поставок.....</b>	<b>87</b>
8.1. Преимущества.....	89
8.2. Риски.....	89
<b>9. Карта действий экспортера .....</b>	<b>91</b>

*Оглавление*

<b>10. Контактная информация .....</b>	<b>95</b>
<b>11. Государственная поддержка экспорта продукции АПК .....</b>	<b>100</b>
<b>Приложение №1. Особые экономические зоны .....</b>	<b>108</b>
<b>Приложение №2. Нормативно-правовая база .....</b>	<b>111</b>

# Резюме

---

- Королевство Марокко — государство в Северной Африке с населением 36,9 млн человек. По итогам 2020 г. ВВП составил 113,6 млрд долл. США. Сфера услуг формирует большую часть ВВП королевства — 51,2%, на долю промышленности и сельского хозяйства пришлось по 21,8 и 12,2% соответственно. Марокко активно развивает внешнюю торговлю: со многими странами заключены соглашения о свободной торговле.
- В 2020 г. Марокко заняло 53-е место среди 190 стран в ежегодном рейтинге Doing Business Всемирного банка. Королевство активно привлекает иностранные инвестиции и претендует на роль финансового центра Африки в торговле с Европой. Марокко ведет довольно консервативную внешнюю политику, что позволяет стране сохранять дипломатические отношения с соседними государствами.
- Сельскохозяйственное производство играет важную роль в структуре экономики Марокко. В АПК страны занято более 34% экономически активного населения. В то же время внутреннее потребление многих продуктов АПК обеспечивается за счет импорта. Так, импорт продукции АПК ежегодно достигает 6–7 млрд долл. США.
- В структуре импорта сельскохозяйственной продукции с совокупной долей почти 50% от общего объема импорта в стоимостном выражении лидируют пшеница и другие зерновые культуры, сахар, масло соевое, жмыхи. На долю шоколада и шоколадных кондитерских изделий приходится около 1,2% от общего объема импорта продукции АПК Марокко в стоимостном выражении.
- В структуре экспорта продукции АПК Марокко более 50% в стоимостном выражении составляют моллюски, готовая или консервированная рыба, томаты свежие, цитрусовые плоды, свежая малина, ежевика, клюква, черника, клубника, прочие фрукты.
- Внутреннее производство шоколада и шоколадных кондитерских изделий в Марокко незначительно. Потребление, которое в 2020 г. составило 20,2 тыс. тонн, почти полностью обеспечивается за счет импорта. Среднедушевое потребление шоколада и шоколадных кондитерских изделий значительно ниже европейских и российских показателей и составляет всего 0,55 кг в год. При этом наблюдается тенденция роста общего потребления шоколада и шоколадных кондитерских изделий в стране, и эксперты прогнозируют дальнейший рост рынка до уровня 22,5 тыс. тонн в 2025 г.
- Большая часть шоколада и шоколадных кондитерских изделий в Марокко реализуется через розничную сеть. В 2020 г. на розничные каналы пришлось 19,5 тыс. тонн продукции на сумму 201,6 млн долл. США.
- Самым популярным форматом шоколадных кондитерских изделий в рознице является шоколад в плитках, на его долю приходится 29,9% от общего объема продаж в натуральном выражении. На долю шоколадных конфет в форме батончика и шоколадных конфет в коробках приходится по 21,0 и 5,0% соответственно.

- Импорт шоколада и шоколадных кондитерских изделий в Марокко ежегодно растет. В 2020 г. импортные поставки шоколадных кондитерских изделий составили 17,9 тыс. тонн на сумму 80,2 млн долл. США, увеличившись относительно показателя 2012 г. на 11 тыс. тонн.
- В структуре импорта шоколадных кондитерских изделий в натуральном выражении с долей 43,3% преобладает «прочий шоколад и прочие пищевые продукты, содержащие какао» (код ТН ВЭД 180690). На «прочие готовые пищевые продукты, содержащие какао, без начинки в брикетах, плитках, пластинках» (код ТН ВЭД 180632) в 2020 г. пришлось 30,0%, на «изделия прочие, содержащие какао, в брикетах, пластинках или плитках с начинкой» (код ТН ВЭД 180631) — 16,9%.
- Испания является лидером по поставкам шоколада и шоколадных кондитерских изделий в Марокко. В 2020 г. она поставила 4,9 тыс. тонн шоколадных кондитерских изделий на сумму 18,3 млн долл. США — это более 27% от общего объема импорта. Всего на 5 стран — крупнейших поставщиков шоколада и шоколадных кондитерских изделий в Марокко (Испанию, Нидерланды, Италию, Египет и Германию) — в 2020 г. пришлось 70% импорта в натуральном выражении.
- У России не подписано соглашение о свободной торговле с Марокко, поэтому к российскому экспорту применяется ставка режима наибольшего благоприятствования (РНБ) на условиях ВТО. С 1 января 2021 г. ставка ввозных таможенных пошлин РНБ на продукцию кодов ТН ВЭД 180631, 180632 и 180690 была увеличена с 17,5 до 40%.

# Список сокращений

## Англоязычные сокращения

<b>B2B</b>	Business-to-business — коммерческие взаимоотношения между организациями
<b>B2C</b>	Business-to-consumer — коммерческие взаимоотношения между организацией и конечными потребителями
<b>ITC Trade Map</b>	Внешнеторговая статистика Международного торгового центра (МТЦ)
<b>ОМРПС</b>	Moroccan Office of Industrial and Commercial Property — Управление промышленной и коммерческой собственности Марокко

## Русскоязычные сокращения

<b>АПК</b>	агропромышленный комплекс
<b>ВВП</b>	валовой внутренний продукт
<b>ВОИС</b>	Всемирная организация интеллектуальной собственности
<b>ВТО</b>	Всемирная торговая организация
<b>МВФ</b>	Международный валютный фонд
<b>МСП</b>	малое и среднее предпринимательство
<b>ОЭЗ</b>	особая экономическая зона
<b>ПИИ</b>	прямые иностранные инвестиции
<b>ППС</b>	паритет покупательной способности
<b>РНБ</b>	режим наибольшего благоприятствования
<b>РОУ АПК</b>	региональные органы управления агропромышленным комплексом
<b>ТН ВЭД</b>	Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности

# Введение

---





Королевство Марокко — государство Северной Африки, которое граничит с Алжиром и омывается Средиземным морем и Атлантическим океаном. По размеру ВВП страна занимает 60-е место в мире. Экономика Марокко направлена на развитие внешней торговли, в связи с чем заключены соглашения о свободной торговле со многими странами. Сельское хозяйство — важный сектор в структуре экономики, однако внутреннее производство обеспечивает потребности страны не по всем продуктам АПК, поэтому Марокко ежегодно импортирует сельхозпродукцию на сумму 6–7 млрд долл. США.

### **Общие сведения (2020 г.)**

**ВВП (в текущих ценах):** 113,6 млрд долл. США

**Рост ВВП:** –7,0%

**ВВП по ППС на душу населения (в текущих ценах):** 7 619,9 долл. США

**Уровень инфляции:** 0,6%

**Приток ПИИ:** 3,1 млрд долл. США

**Население:** 36,9 млн человек

**Площадь:** 446,5 тыс. км<sup>2</sup>

**Крупнейшие города по численности населения:** Касабланка (3,1 млн), Рабат (1,7 млн), Фес (965 тыс.)

**Уровень урбанизации:** 63,5%

**Уровень безработицы:** 10,2%

**Структура ВВП:** сфера услуг (51,2%), промышленность (25,3%), сельское хозяйство (12,2%)

**Структура занятости:** сфера услуг (44%), промышленность (21,8%), сельское хозяйство (34,1%)

**Основные товары экспорта:** электрические машины и оборудование; транспортные средства; удобрения; предметы одежды; съедобные фрукты и орехи

**Основные товары импорта:** нефть и нефтепродукты; битуминозные вещества; воски минеральные; реакторы ядерные; электрические машины и оборудование

**Объем экспорта:** 27,7 млрд долл. США

**Объем импорта:** 44,5 млрд долл. США

# Краткий обзор — Марокко

---





Содержание

---

## **1.1.**

Экономические тенденции

## **1.2.**

Политические тенденции

## **1.3.**

Деловая среда

## **1.4.**

Демографические тенденции

## **1.5.**

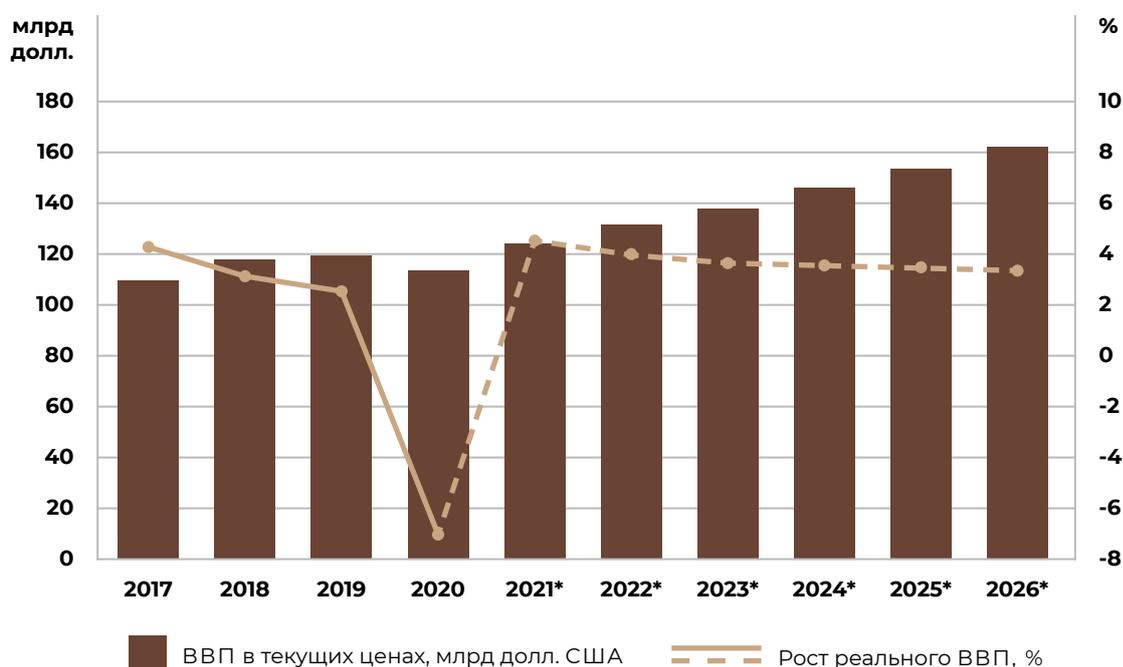
Влияние тенденций  
на потребительский рынок страны

## 1.1. Экономические тенденции

Несмотря на диверсификацию экономики в последние годы, страна продолжает зависеть от АПК, доля которого в ВВП приближается к 12,2%. Занятость в секторе составляет около 34,1% (по данным 2020 г.). По сравнению с другими странами Северной Африки, экономика Марокко более уязвима к влиянию неблагоприятных погодных условий, прежде всего засухи. Рост ВВП был неустойчивым из-за нестабильности аграрного сектора и дефицита рабочей силы. При общем замедлении темпов экономического роста в 2020 г. пандемия COVID-19 привела к существенному снижению деловой активности ввиду слабого внешнего спроса, особенно со стороны ЕС, и отсутствия инвестиций в основные отрасли экономики. По итогам 2020 г. спад составил 7,0%.

В первом полугодии 2021 г. ожидалась стабилизация экономической ситуации, в том числе благодаря высокому урожаю зерновых культур. В краткосрочной перспективе восстановление экономики сдерживается ужесточением связанных с пандемией ограничений. В среднесрочной и долгосрочной перспективе темпы роста будут зависеть от диверсификации экономики, восстановления деловой активности, мирового спроса, а также инвестиций в основные отрасли экономики, включая аграрный сектор.

Рис. 1. Динамика ВВП Марокко, 2017–2026 гг.

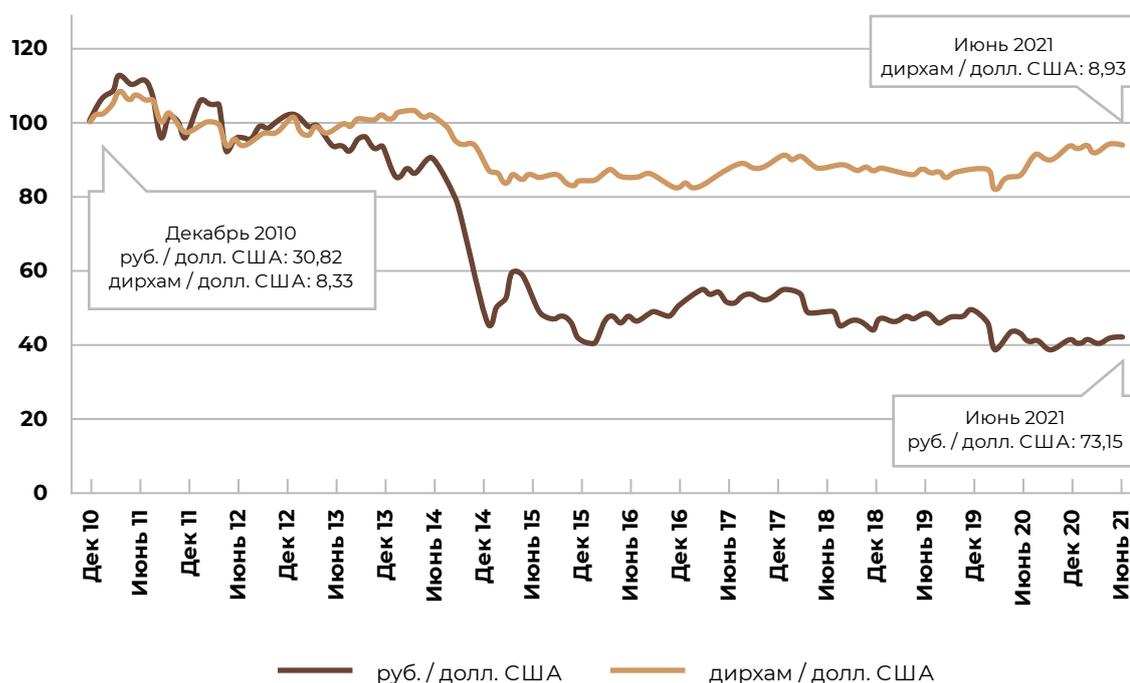


Источник: МВФ, EMIS

Примечание. \*прогноз.

Ослабление доллара США по отношению к евро в 2020 г.<sup>1</sup> способствует сохранению привязки дирхама к доллару США. На фоне стабильности курса марокканского дирхама, низкого инфляционного давления и хорошо управляемой денежно-кредитной политики Марокко не прогнозируется значительных рисков ослабления дирхама. Однако текущее усиление позиций национальной валюты в среднесрочной перспективе приостановится по мере восстановления экономики США и стабилизации валютного курса.

Рис. 2. Динамика курсов российского рубля и марокканского дирхама к доллару США, декабрь 2010 г. – июнь 2021 г.



Источник: Банк международных расчетов (Bank for International Settlements)

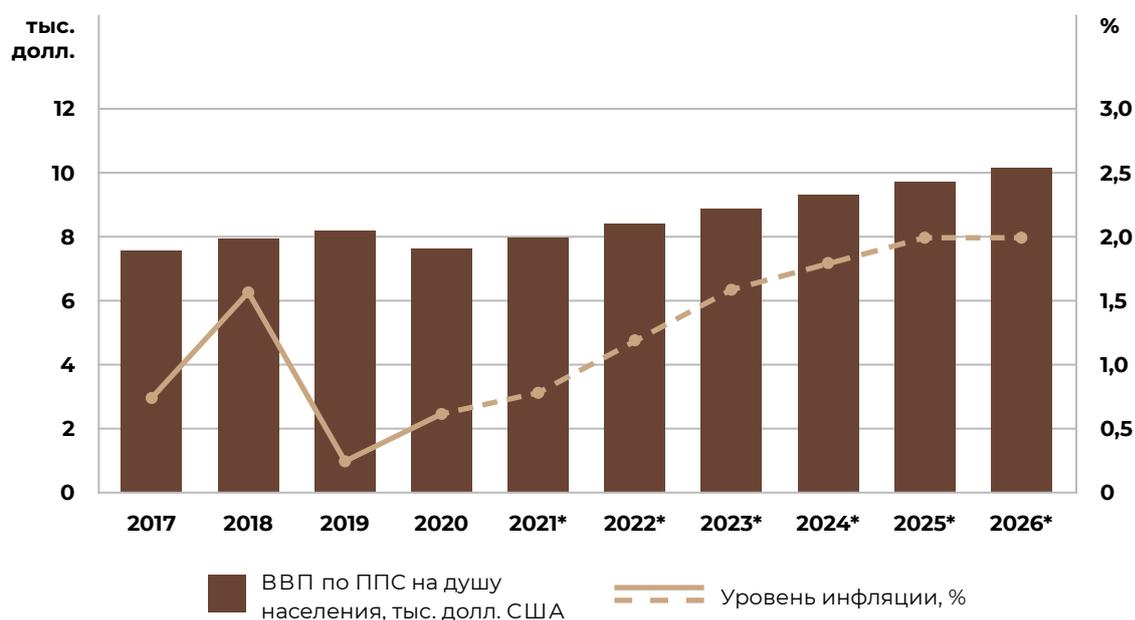
Примечание. Приведены среднемесячные показатели, за 100% взят курс на декабрь 2010 г.

По состоянию на 2020 г. ВВП по ППС на душу населения составил всего 7 619,9 долл. США, сократившись на 6,8% против 2019 г. Согласно прогнозным данным МВФ, доходы на душу населения вырастут почти на 34% к 2026 г. относительно показателя 2020 г.

В 2020 г. инфляция составила 0,8% и продолжит рост в перспективе до 2026 г. Так, в 2022 г. инфляция прогнозируется на уровне 1,2%. Ожидаемый рост потребительских цен связан с восстановлением внутреннего и внешнего спроса в условиях стабилизации ситуации с COVID-19 и повышения мировых цен на сырьевые товары.

<sup>1</sup> Доля евро в расчетной корзине валют Марокко составляет 60%.

Рис. 3. Динамика инфляции и ВВП по ППС на душу населения, 2017–2026 гг.



Источник: МВФ, EMIS

Примечание. \*прогноз.

Социально-экономическое неравенство остается актуальной проблемой, несмотря на снижение уровня бедности в стране. В 2020 г. доходы 20% состоятельных марокканцев (первый квинтиль) приблизились к 47%, в 7 раз превысив доходы 20% беднейшего населения (пятый квинтиль). Пандемия COVID-19 обострила социальную напряженность на рынке труда, увеличив дифференциацию не только среди регионов, но и между сельским и городским населением. Долгосрочной задачей правительства является существенное сокращение бедности и безработицы с акцентом на социально-экономическое развитие для предотвращения дальнейших протестов из-за общего недовольства, которое приводит к нестабильности в стране.

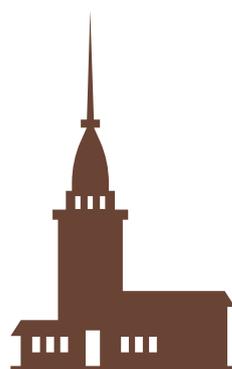
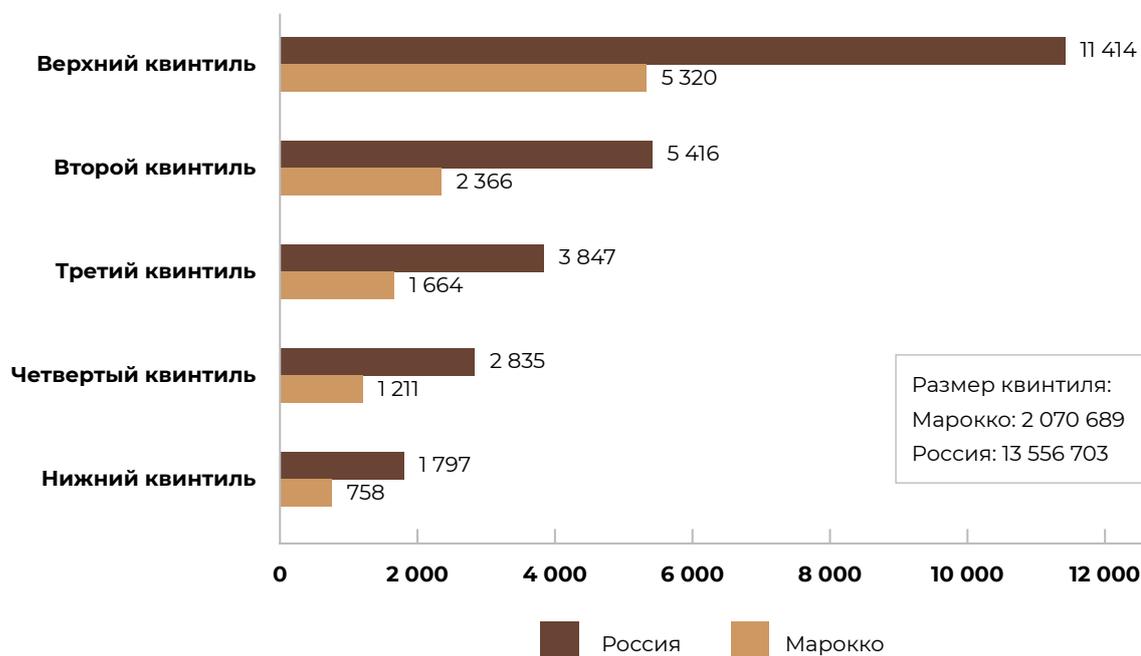


Рис. 4. Среднемесячные доходы занятого населения по квинтильным (20%) группам, 2020 г., долл. США



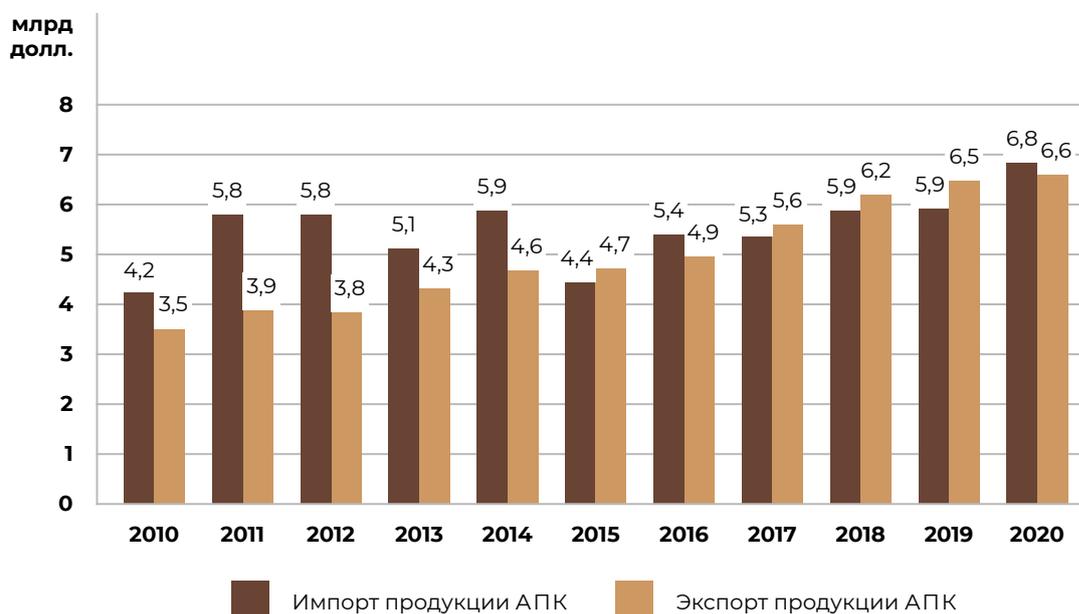
Источник: Всемирный банк

Примечание. Доходы рассчитаны по ППС с учетом курсовой разницы, чтобы показать фактическую покупательную способность для стандартной потребительской корзины.

## Внешняя торговля продукцией АПК

По данным 2020 г., доля сектора АПК составляет около 12,2% ВВП. На состояние рынка труда и экономический рост по-прежнему оказывают влияние тенденции развития сельского хозяйства. Несмотря на сокращение внешнеторгового оборота в стоимостном выражении в 2020 г., в экспорте и импорте продукции АПК сохраняется положительная динамика. В структуре импорта среди основных сельскохозяйственных продуктов можно выделить пшеницу и другие зерновые культуры, сахар, масло соевое, жмыхи. На долю шоколада и шоколадных кондитерских изделий приходится около 1,2% от общего объема импорта продукции АПК Марокко в стоимостном выражении. Так, в 2020 г. страна импортировала продукцию кода ТН ВЭД 1806 на сумму 80,2 млн долл. США.

Рис. 5. Внешняя торговля продукцией АПК Марокко, 2010–2020 гг., млрд долл. США



Источник: ITC Trade Map

Табл. 1. Структура экспорта продукции АПК Марокко, 2020 г.

Код ТН ВЭД	Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
0307	Моллюски	775,8	11,8
1604	Готовая или консервированная рыба	767,8	11,7
0702	Томаты свежие	767,0	11,7
0805	Цитрусовые плоды	524,3	8,0
0810	Свежая малина, ежевика, клюква, черника, клубника и прочие фрукты, свежие	508,8	7,7
1701	Сахар	286,3	4,4
0303	Рыба мороженая, за исключением рыбного филе и фарша	272,9	4,2
0708	Зернобобовые овощи, свежие	243,3	3,7
0807	Дыни, арбузы и папайя, свежие	222,4	3,4

Продолжение табл. 1.

Код ТН ВЭД	Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
0709	Сладкий перец, тыква, кабачки, и овощи прочие, свежие	213,8	3,3
	Прочие продукты	1 983,8	30,2
	<b>Итого</b>	<b>6 566,3</b>	<b>100,0</b>

Источник: ITC Trade Map

Табл. 2. Структура импорта продукции АПК Марокко, 2020 г.

Код ТН ВЭД	Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном импорте, %
1001	Пшеница	1 423,7	20,9
1005	Кукуруза	568,0	8,3
1701	Сахар	469,0	6,9
1507	Масло соевое	411,7	6,0
1003	Ячмень	242,9	3,6
2304	Жмыхи, получаемые при извлечении соевого масла	219,4	3,2
0902	Чай	202,3	3,0
0804	Финики, инжир, ананасы, авокадо, гуайява, манго и мангостан, или гарциния, свежие или сушеные	173,4	2,5
2303	Остатки от производства крахмала и свеклосахарного производства	159,9	2,3
0802	Миндаль, грецкие орехи, фисташки и прочие орехи	136,1	2,0
	Прочие продукты	2 800,5	41,1
	<b>Итого</b>	<b>6 806,8</b>	<b>100,0</b>

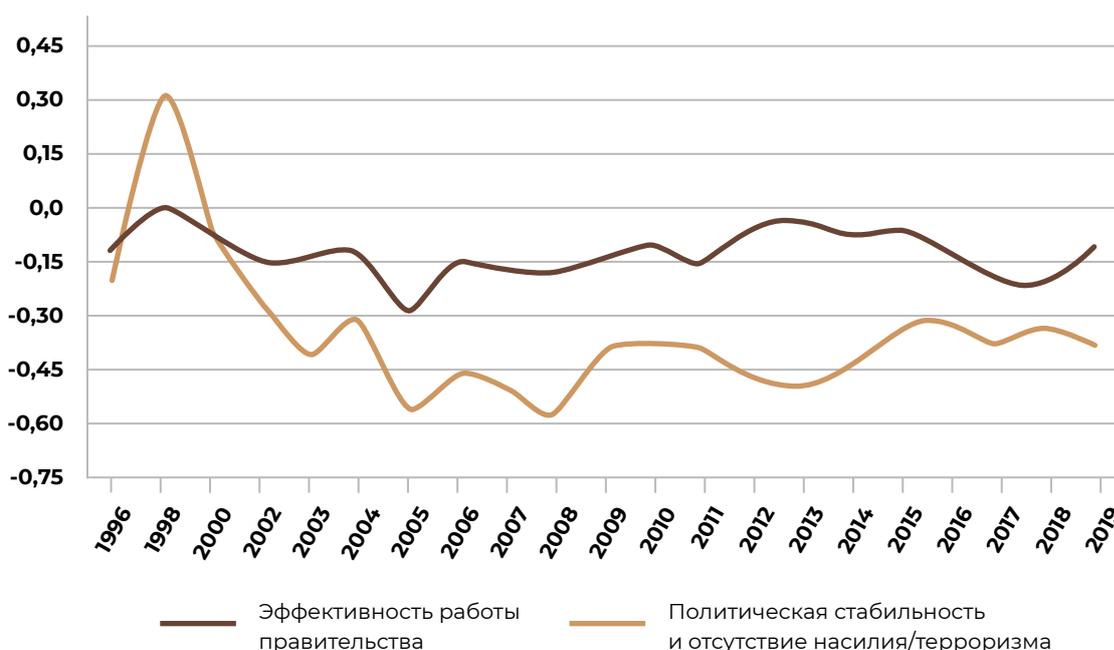
Источник: ITC Trade Map

## 1.2. Политические тенденции

Королевство Марокко является конституционной монархией с парламентской формой правления. Главой государства считается король<sup>2</sup>, наделенный исключительными полномочиями. С 1666 г. в Марокко правит династия алауитов (алавитов). Главой правительства является премьер-министр, который вместе с кабинетом министров назначается королем. Исполнительная власть осуществляется правительством. Законодательная власть представлена двумя палатами парламента — Палатой представителей (нижняя палата из 325 депутатов) и Палатой советников (верхняя палата из 270 депутатов). Судебная власть является независимой, но при этом судьи Верховного суда назначаются монархом.

Стабильность в стране обусловлена уважением народа к власти монарха, консенсусом между политическими партиями и правящей элитой (махзен), а также эффективностью мер по обеспечению государственной безопасности.

Рис. 6. Основные показатели качества государственного управления в Марокко



Источник: Всемирный банк (Worldwide Governance Indicators)

Примечание. Индикаторы WGI используют шкалу со значениями от -2,5 до 2,5.

На политическую стабильность в стране и эффективность работы правительства влияют внутренние (преимущественно экономические) и внешние (геополитические) факторы. По оценкам экспертов, влияние этих факторов вряд ли может нарушить стабильность правительства или легитимность монархии.

<sup>2</sup> С XVII века глава государства носил титул султана, с 1957 г. — титул короля.

Вместе с тем обостряется социальная обстановка. В последние годы участились протесты из-за высоких цен в городах (включая подорожание продовольствия), безработицы, бедности, коррупции и случаев злоупотребления властью. Однако массовые протесты против политики короля маловероятны. В краткосрочной перспективе ожидается, что индекс эффективности работы правительства покажет положительную динамику в связи с мерами господдержки, которые предусматривают предоставление финансовой помощи наиболее уязвимым домохозяйствам и расширение системы социального обеспечения в период пандемии COVID-19.

Индекс политической стабильности и отсутствия насилия/терроризма характеризуется неопределенностью из-за геополитических конфликтов в Африке. Главной проблемой остается конфликт Марокко с Фронтом независимости ПОЛИСАРИО по статусу Западной Сахары.



### **1.3. Деловая среда**

В 2020 г. Марокко находилось на 53-м месте среди 190 стран в ежегодном рейтинге Doing Business Всемирного банка. По условиям ведения бизнеса страна занимала 37-е место в рейтинге защиты миноритарных инвесторов (прозрачность транзакций, иски акционеров против неправомερных действий должностных или руководящих лиц, уровень защиты инвесторов), 60-е место — по обеспечению исполнения контрактов, 24-е место — по уплате налогов, 81-е место — по регистрации собственности (на шесть процедур требуется около 20 дней).

Табл. 3. Стимулирующие и сдерживающие факторы в сфере экономики, политики, права, торговли

	<b>Стимулирующие факторы</b>	<b>Сдерживающие факторы</b>
Экономика	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Марокко активно привлекает иностранные инвестиции и стремится стать финансовым центром Африки в торговле с Европой.</li> <li>● Активное развитие туризма и стабильное увеличение туристического потока.</li> <li>● Растущий сегмент розничной торговли и увеличение количества торговых точек.</li> <li>● Высокий уровень развития сельского хозяйства, на долю которого приходится примерно 12,2% ВВП и 34,1% занятых в экономике страны.</li> <li>● Относительно низкий уровень инфляции.</li> <li>● Комплекс мер по развитию АПК.</li> <li>● Интенсивная урбанизация.</li> <li>● Господдержка АПК и индустрии туризма (особенно в период пандемии).</li> <li>● Значительная доля валютных запасов в евро</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Сильная зависимость сельского хозяйства от климатических условий.</li> <li>● Несмотря на высокий уровень развития АПК, Марокко остается нетто-импортером многих основных сельскохозяйственных продуктов.</li> <li>● Нарушение цепочек поставок и ограничения, связанные с пандемией COVID-19.</li> <li>● Зависимость экономики от зарубежных инвестиций.</li> <li>● Масштабы безработицы и бедности.</li> <li>● Диспропорции в доходах населения</li> </ul>



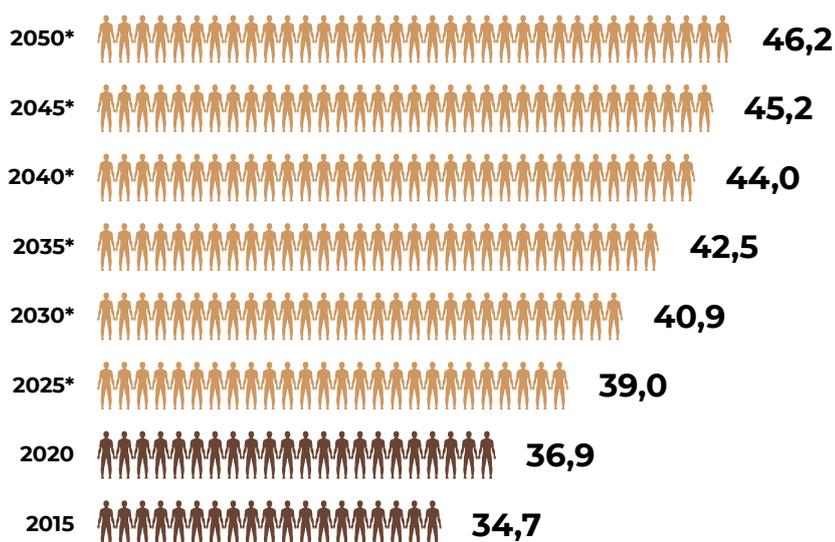
Продолжение табл. 3.

	<b>Стимулирующие факторы</b>	<b>Сдерживающие факторы</b>
Политика	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Программа устойчивого сельского хозяйства Green Morocco Plan, нацеленная на наращивание сельскохозяйственной базы и уменьшение зависимости Марокко от импорта.</li> <li>● Консервативная внешняя политика предотвращает конфликты с соседними государствами.</li> <li>● Политическая обстановка остается стабильной и не ставит под угрозу монархию, у которой реальная власть.</li> <li>● Программа промышленного развития 2014–2020 гг. (Inventor Assistance Program) направлена на увеличение доли частного сектора и модернизацию социально-экономической сферы</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Территориальные претензии Алжира, Испании и Франции из-за спорного статуса Западной Сахары.</li> <li>● Высокий уровень бюрократизации</li> </ul>
Право	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Принятие Закона о социально-экономических мерах по преодолению последствий пандемии и оказанию поддержки аграрному и производственному секторам.</li> <li>● Государственная инициатива по снижению налоговых ставок (в частности, в период пандемии).</li> <li>● Новое налоговое законодательство направлено на повышение эффективности налогообложения, включая оптимизацию НДС для бизнеса</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Правовая система Марокко, несмотря на попытки модернизации, во многом остается неэффективной и непрозрачной.</li> <li>● Административные процедуры зачастую проходят медленно и не исключают политического вмешательства</li> </ul>
Торговля	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Марокко участвует во многих международных организациях и активно развивает торговые отношения с большинством стран мира.</li> <li>● Правительство поддерживает свободные экономические зоны, где компании пользуются пониженными налоговыми ставками при условии экспорта своей продукции в объеме не менее 85%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Торговый дефицит из-за увеличения мировых цен на сырьевые товары.</li> <li>● Длительное оформление процедур импорта и экспорта.</li> <li>● Зависимость от спроса ЕС</li> </ul>

## 1.4. Демографические тенденции

По данным ООН, в 2020 г. население Марокко оценивалось в 36,9 млн человек. За период 2015–2020 гг. среднегодовой прирост численности составил 1,3%.

Рис. 7. Общая численность населения Марокко, прогноз до 2050 г., млн человек



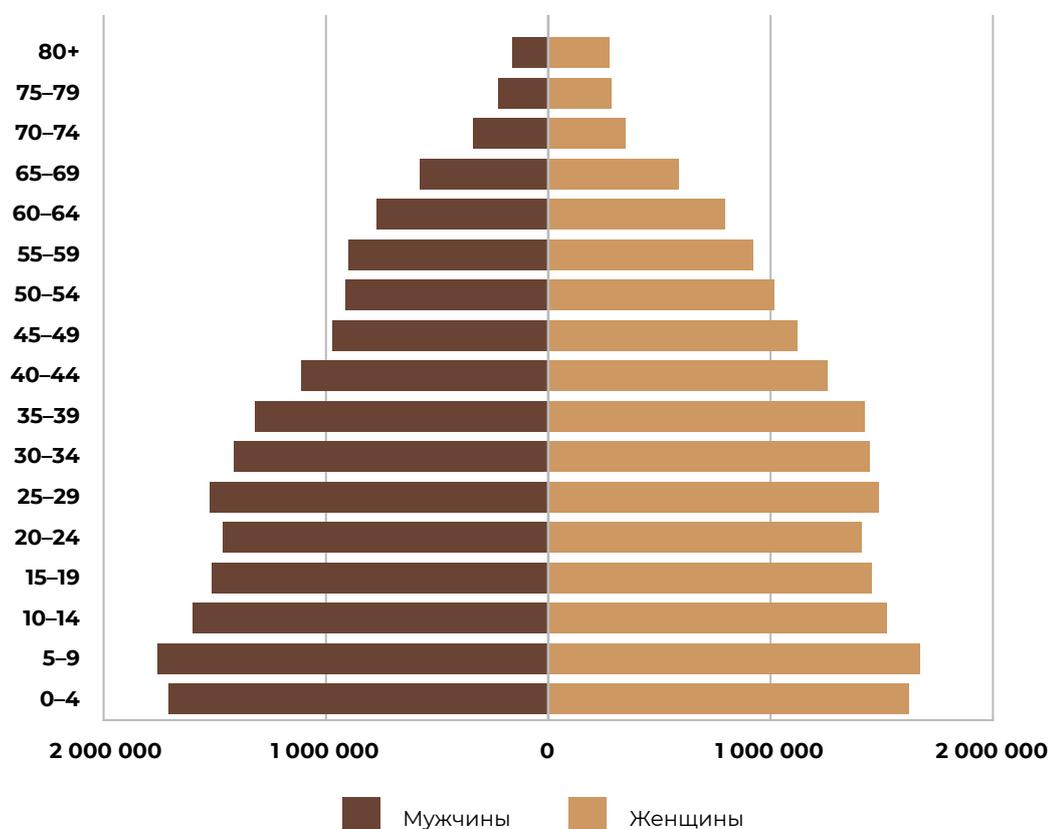
Источник: ООН

Примечание. \*прогноз.

Демографическая ситуация в стране характеризуется тем, что более 65% — это население трудоспособного возраста и 42% — моложе 25 лет. Ожидается, что именно эти категории станут драйвером роста потребительского спроса. Наибольшая плотность населения отмечается в городах Касабланка, Рабат, Фес и Марракеш.



Рис. 8. Население Марокко по полу и возрасту, 2020 г.



Источник: ООН

## 1.5. Влияние тенденций на потребительский рынок страны

Экономика Марокко ориентирована на развитие внешней торговли. Со многими странами заключены соглашения о свободной торговле. Сектор АПК является важной отраслью, в нем задействовано более 34% населения страны. Однако объемы производства не обеспечивают потребности внутреннего рынка. Поэтому страна ежегодно импортирует многие сельскохозяйственные товары. Правительство принимает меры по развитию сельского хозяйства и снижению зависимости от импорта в рамках программы Green Morocco Plan (на 2014–2020 гг.), активно привлекает иностранные инвестиции в АПК и производственный сектор, а также создает благоприятную деловую среду.

В ближайшей перспективе политика правительства будет сосредоточена на решении социально-экономических проблем, которые усугубляются ростом безработицы, бедности и неравенства в условиях пандемии COVID-19.

Спрос и предложение на потребительском рынке будут находиться под влиянием таких основных тенденций, как негативное отношение к ГМО-продукции и приверженность экологичности, повышенный спрос на халяльные товары ввиду преобладания мусульманского населения, а также развитие индустрии гостеприимства и туризма.



# Обзор рынка

---





Содержание

---

## **2.1.**

Объем и динамика рынка

## **2.2.**

Потребительские предпочтения

## **2.3.**

Торгово-распределительная сеть

## **2.4.**

Конкурентная среда  
и участники рынка

## 2.1. Объем и динамика рынка

Внутреннее производство шоколада и шоколадных кондитерских изделий в Марокко незначительно. Согласно оценкам Euromonitor International, объем производства в 2020 г. составил 5,32 тыс. тонн. Внутренний спрос в основном удовлетворяется за счет импортных поставок.

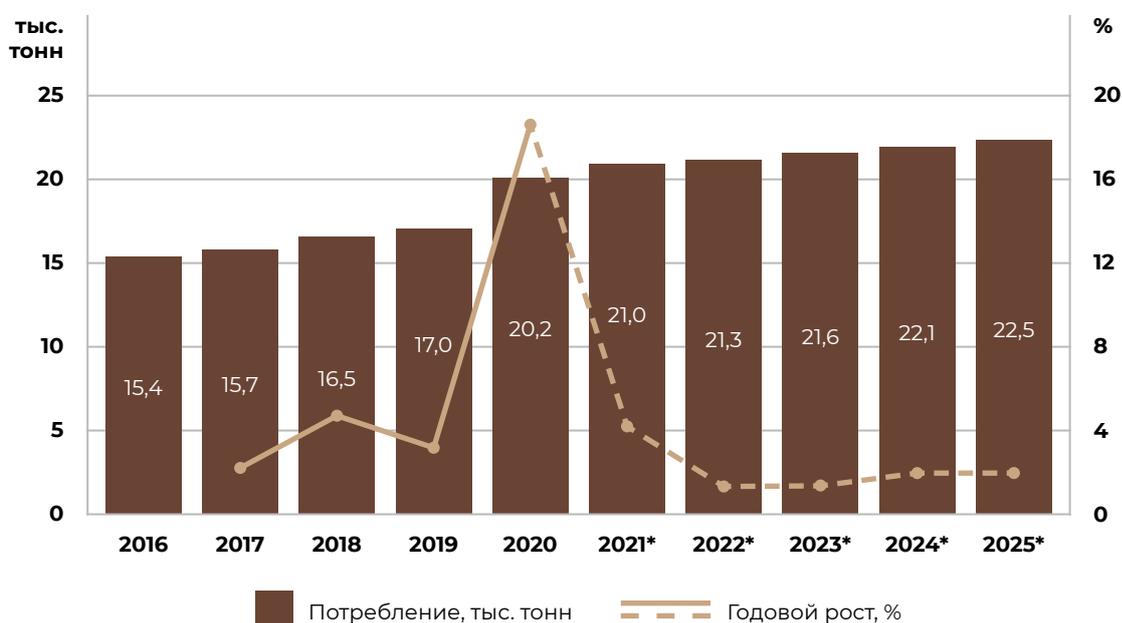
Последствиями пандемии COVID-19 стало сокращение выпуска продукции из-за сбоя в цепочке поставок, повышения себестоимости, закрытия многих точек общественного питания. В 2020 г. местные производители в основном продавали продукцию из имеющихся запасов. Для стимулирования потребления шоколадных кондитерских изделий местного производства была запущена программа импортозамещения «Сделано в Марокко». В рамках этой программы предоставляются субсидии на расширение производственных площадей и компенсацию процентных ставок по инвестиционным кредитам. Ожидается, что к 2026 г. объем внутреннего производства шоколадных кондитерских изделий в Марокко превысит 6 тыс. тонн, при этом зависимость от импорта сохранится.

Ведущие производители шоколадных кондитерских изделий в Марокко — компании Aiguebelle, Pastor Macao, Michos и Kool Food. Крупнейший производитель Aiguebelle планирует расширение производства, выпуск новых линеек и поставки продукции премиум-класса в соседние страны.

Общий объем потребления шоколада и шоколадных кондитерских изделий в Марокко в 2020 г. составил 20,2 тыс. тонн, значительно увеличившись по сравнению с показателями предыдущих лет. Тенденция к росту продаж шоколада и шоколадных кондитерских изделий прежде всего связана с влиянием пандемии COVID-19. Вынужденное пребывание дома привело к увеличению потребления снеков и сладостей. В 2020 г. потребление на душу населения составило 0,55 кг, что значительно ниже, чем в странах Западной Европы и в России (4,9 и 4,4 кг соответственно). В перспективе спрос на здоровое питание и полезные товары будет стимулировать продажи темного и органического шоколада в Марокко, в том числе среди потребителей со средним и высоким уровнем дохода.

В среднесрочной перспективе марокканский рынок шоколада и шоколадных кондитерских изделий будет расти и к 2025 г. достигнет 22,5 тыс. тонн. На рынке шоколадных кондитерских изделий наблюдается устойчивый рост продаж собственных торговых марок. Крупнейшая розничная сеть Carrefour наращивает свое присутствие в данном сегменте. Холдинг Marjane запустил под собственными торговыми марками некоторые продукты, включая шоколад Casino Bio, который продается исключительно в магазинах Marjane. Проведение активных маркетинговых кампаний ведущими брендами, такими как Mondelez, также способствует развитию рынка.

Рис. 9. Потребление шоколада и шоколадных кондитерских изделий в Марокко, 2016–2025 гг.



Источник: Euromonitor International

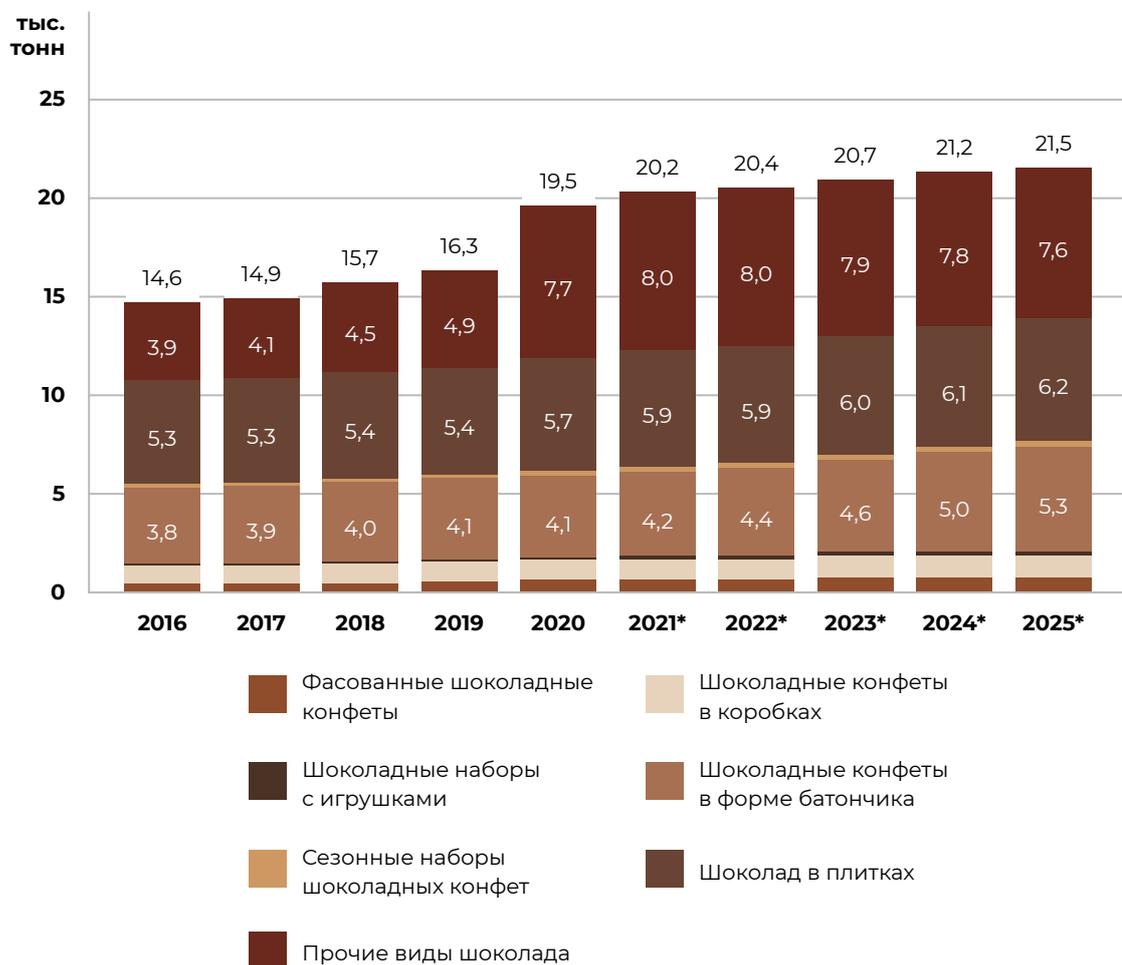
Примечание. \*прогноз. Общий объем потребления включает продажи шоколадных кондитерских изделий в секторах розничной торговли и общественного питания (за исключением продукции кодов ТН ВЭД 180610 и 180620).

Вместе с тем правительство Марокко приняло решение о повышении с 1 января 2021 г. ввозных таможенных пошлин на шоколад и пищевые продукты, содержащие какао, с 17,5 до 40% в целях обеспечения конкурентоспособности национальных производителей, поддержки инвестиций и создания рабочих мест в шоколадной индустрии. Эти изменения не затронут импорт из стран, с которыми королевство подписало соглашения о зоне свободной торговли (кроме Турции, соглашение с которой не охватывает продукцию АПК).

Наибольшая часть реализации шоколада и шоколадных кондитерских изделий в Марокко приходится на розничную торговлю. В 2020 г. объем продаж составил 19,5 тыс. тонн на сумму 201,6 млн долл. США.

В структуре розничных продаж в стоимостном выражении наибольший удельный вес занимает шоколад в плитках с долей продаж 33,3%. За ним следуют шоколадные конфеты в форме батончика с долей 16,9% и шоколадные конфеты в коробках с долей 14,8%. При этом в объеме продаж в натуральном выражении доля конфет в коробках значительно ниже — всего 5,0%, в то время как продажи плиточного шоколада составляют 29,9% от общего объема, а шоколадных конфет в форме батончика — 21,0%.

Рис. 10. Структура розничных продаж шоколада и шоколадных кондитерских изделий в Марокко по видам в натуральном выражении, 2016–2025 гг., тыс. тонн

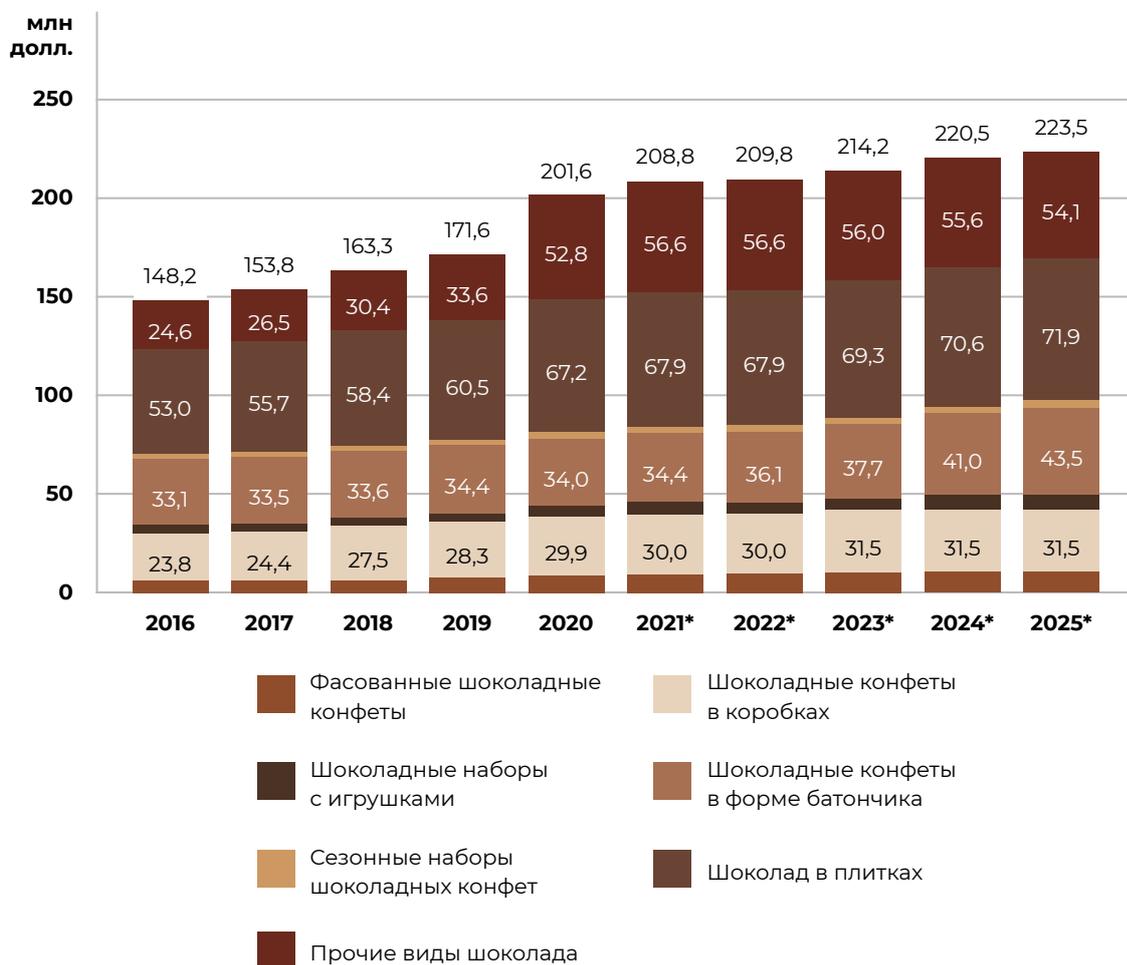


Источник: Euromonitor International

Примечание. \*прогноз. Общий объем реализации включает продажи шоколадных кондитерских изделий в секторах розничной торговли (за исключением продукции кодов ТН ВЭД 180610 и 180620).



Рис. 11. Структура розничных продаж шоколада и шоколадных кондитерских изделий в Марокко по видам в стоимостном выражении, 2016–2025 гг., млн долл. США

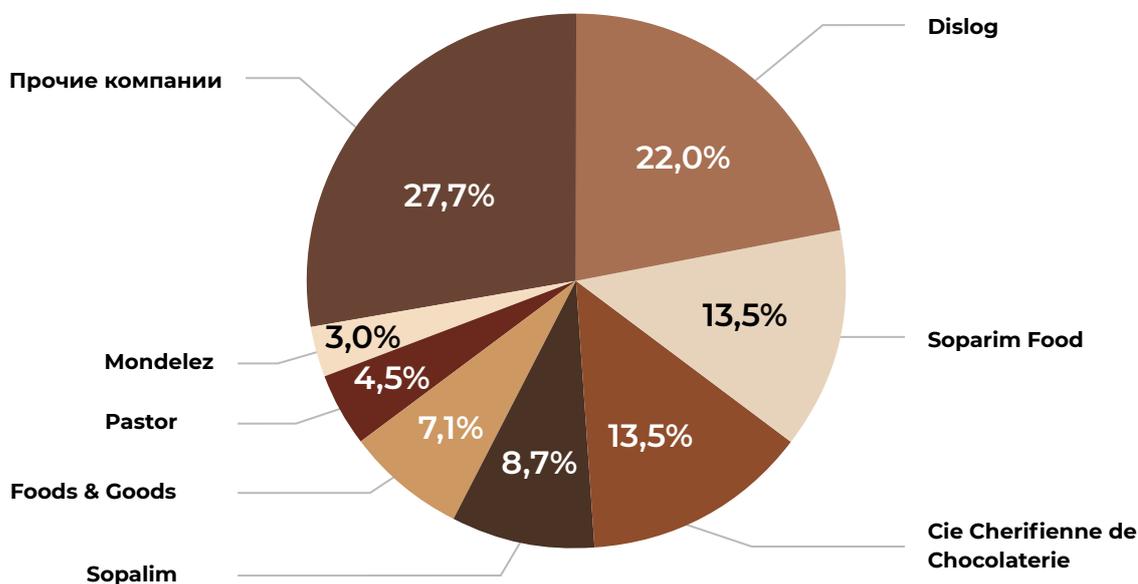


Источник: Euromonitor International

Примечание. \*прогноз. Общий объем реализации включает продажи шоколадных кондитерских изделий в секторах розничной торговли (за исключением продукции кодов ТН ВЭД 180610 и 180620).

Конкуренция на розничном рынке шоколадных изделий Марокко характеризуется высокой степенью концентрации. На топ-3 компании пришлось 49% рынка. Ведущие игроки представлены двумя дистрибьюторами продуктов питания Dislog и Soparim Food, а также марокканским производителем шоколадных кондитерских изделий Cie Chefirienne de Chocolatier.

Рис. 12. Основные поставщики шоколадных кондитерских изделий на розничном рынке Марокко, 2020 г.



Источник: Euromonitor International

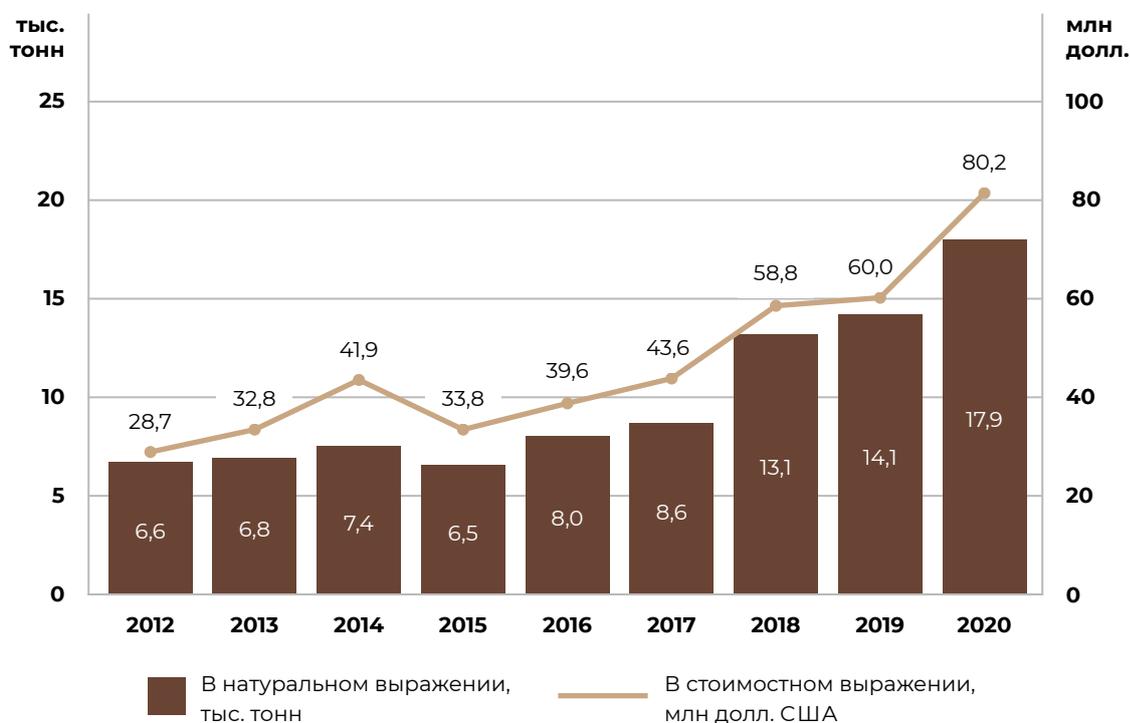
## Экспорт и импорт

В 2020 г. экспорт, включая реэкспорт, шоколадных кондитерских изделий Марокко составил 1,3 тыс. тонн на сумму 3,4 млн долл. США. Начиная с 2012 г., объем марокканского экспорта постепенно снижался. Основным направлением поставок шоколадных кондитерских изделий из Марокко являлись страны Африки, на которые приходился практически весь объем отгрузок.

В 2020 г. импорт шоколадных кондитерских изделий Марокко составил 17,9 тыс. тонн на сумму 80,2 млн долл. США. Объемы импорта увеличивались ежегодно и за 2012–2020 гг. выросли почти в три раза как в натуральном, так и стоимостном выражении.

Несмотря на прогнозируемое увеличение объема внутреннего производства, импортные поставки продолжают играть значительную роль. Еще несколько лет назад почти 40% шоколада и шоколадных кондитерских изделий нелегально ввозилось из испанских анклавов (Сеуты и Мелильи) в северной части Марокко. Эта продукция продавалась на внутреннем рынке по ценам ниже рыночных. С 2018 г. правительство принимает меры по борьбе с контрабандой и всячески ограничивает теневой рынок, не допуская недобросовестной конкуренции и ухода от уплаты налогов. В результате доля теневого импорта значительно сократилась и, согласно оценкам, составляет менее 5% по состоянию на 2020 г., при этом официальный импорт существенно вырос.

Рис. 13. Импорт шоколада и шоколадных кондитерских изделий Марокко в натуральном и стоимостном выражении, 2012–2020 гг.



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 1806.

В структуре импорта шоколадных кондитерских изделий в натуральном выражении 43,3% пришлось на «прочий шоколад и прочие пищевые продукты, содержащие какао» (код ТН ВЭД 180690), 30,0% — на «прочие готовые пищевые продукты, содержащие какао, без начинки в брикетах, плитках, пластинках» (код ТН ВЭД 180632) и 16,9% — на «изделия прочие, содержащие какао, в брикетах, пластинках или плитках с начинкой» (код ТН ВЭД 180631).

Табл. 4. Структура импорта шоколада и шоколадных кондитерских изделий Марокко по ассортименту в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тыс. тонн

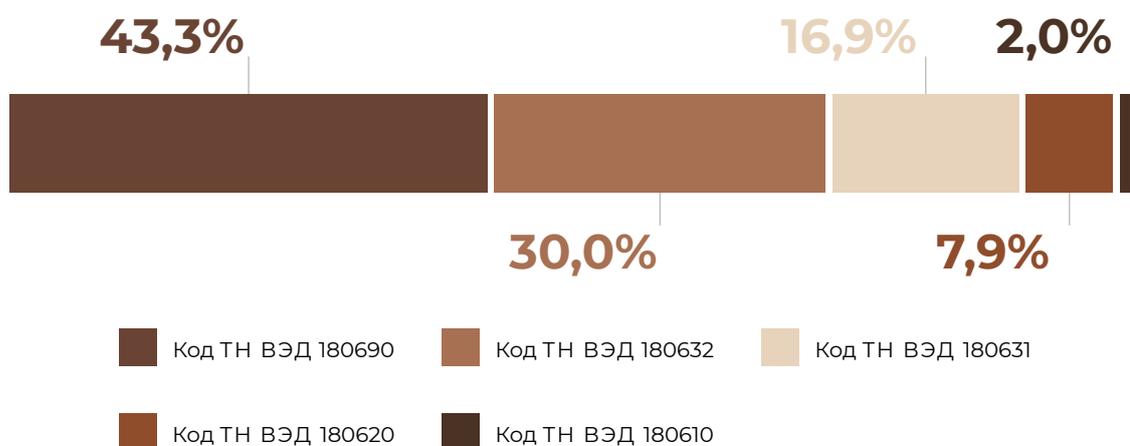
Код ТН ВЭД	Наименование	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
180690	Прочий шоколад и прочие пищевые продукты, содержащие какао	2,0	2,1	2,2	2,4	3,0	3,6	4,7	5,9	7,7
180632	Прочие готовые пищевые продукты, содержащие какао, без начинки в брикетах, плитках, пластинках	3,0	3,0	3,3	2,0	2,7	2,9	5,2	4,5	5,4

Продолжение табл. 4.

Код ТН ВЭД	Наименование	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
180631	Изделия прочие, содержащие какао, в брикетах, пластинках или плитках с начинкой	1,1	1,1	1,2	1,3	1,1	0,8	1,5	2,0	3,0
180620	Прочие изделия, в брикетах, пластинках и плитках, массой более 2 кг, или в жидком, пастообразном, порошкообразном, гранулированном виде, или в виде иной бесформенной массы в контейнерах или упаковках	0,5	0,5	0,6	0,7	1,0	1,0	1,3	1,3	1,4
180610	Какао-порошок с добавлением сахара или других подслащивающих веществ	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,3	0,5	0,2	0,4
	<b>Итого</b>	<b>6,6</b>	<b>6,8</b>	<b>7,4</b>	<b>6,5</b>	<b>8,0</b>	<b>8,6</b>	<b>13,1</b>	<b>14,1</b>	<b>17,9</b>

Источник: ITC Trade Map

Рис. 14. Структура импорта шоколада и шоколадных кондитерских изделий Марокко по ассортименту в натуральном выражении, 2020 г.



Источник: ITC Trade Map

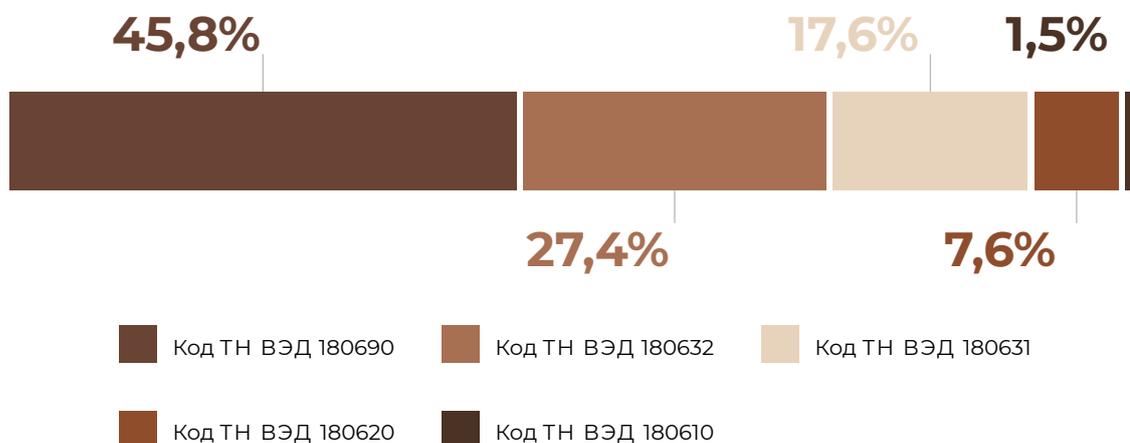
В структуре марокканского импорта шоколадных кондитерских изделий в стоимостном выражении 45,8% приходилось на «прочий шоколад и прочие пищевые продукты, содержащие какао» (код ТН ВЭД 180690), 27,4% — на «прочие готовые пищевые продукты, содержащие какао, без начинки в брикетах, плитках, пластинках» (код ТН ВЭД 180632) и 17,6% — на «изделия прочие, содержащие какао, в брикетах, пластинках или плитках с начинкой» (код ТН ВЭД 180631).

Табл. 5. Структура импорта шоколада и шоколадных кондитерских изделий Марокко по ассортименту в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США

Код ТН ВЭД	Наименование	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
180690	Прочий шоколад и прочие пищевые продукты, содержащие какао	10,4	12,0	13,5	13,4	16,7	20,1	25,5	29,1	36,8
180632	Прочие готовые пищевые продукты, содержащие какао, без начинки в брикетах, плитках, пластинках	10,3	13,2	18,8	11,2	13,4	13,7	19,6	15,9	22,0
180631	Изделия прочие, содержащие какао, в брикетах, пластинках или плитках с начинкой	5,2	5,0	6,0	5,3	4,6	4,2	6,4	8,3	14,1
180620	Прочие изделия, в брикетах, пластинках и плитках, массой более 2 кг, или в жидком, пастообразном, порошкообразном, гранулированном виде, или в виде иной бесформенной массы в контейнерах или упаковках	2,4	2,3	3,1	3,3	4,4	4,9	5,7	5,9	6,1
180610	Какао-порошок с добавлением сахара или других подслащивающих веществ	0,4	0,3	0,5	0,5	0,6	0,9	1,6	0,8	1,2
	<b>Итого</b>	<b>28,7</b>	<b>32,8</b>	<b>41,9</b>	<b>33,8</b>	<b>39,6</b>	<b>43,6</b>	<b>58,8</b>	<b>60,0</b>	<b>80,2</b>

Источник: ITC Trade Map

Рис. 15. Структура импорта шоколада и шоколадных кондитерских изделий Марокко по ассортименту в стоимостном выражении, 2020 г.



Источник: ITC Trade Map

Основными поставщиками шоколада и шоколадных кондитерских изделий на рынок Марокко являлись страны ЕС, лидером среди которых была Испания. В 2020 г. поставки из Испании составили 4,9 тыс. тонн на сумму 18,3 млн долл. США. По итогам 2020 г. доля Испании на рынке Марокко составила 27,2% в натуральном выражении и 18,3% в стоимостном. Далее следовали Нидерланды с объемом поставок 2,4 тыс. тонн на сумму 5,9 млн долл. США. Третье место по объему продаж в натуральном выражении (2,4 тыс. тонн) и второе место в стоимостном (14,7 млн долл. США) занимала Италия. Осуществлялись поставки из Египта, Германии, Турции и Бельгии. Всего на топ-5 стран, четыре из которых являются странами ЕС, приходилось более 70% импорта шоколада и шоколадных кондитерских изделий Марокко в натуральном выражении.



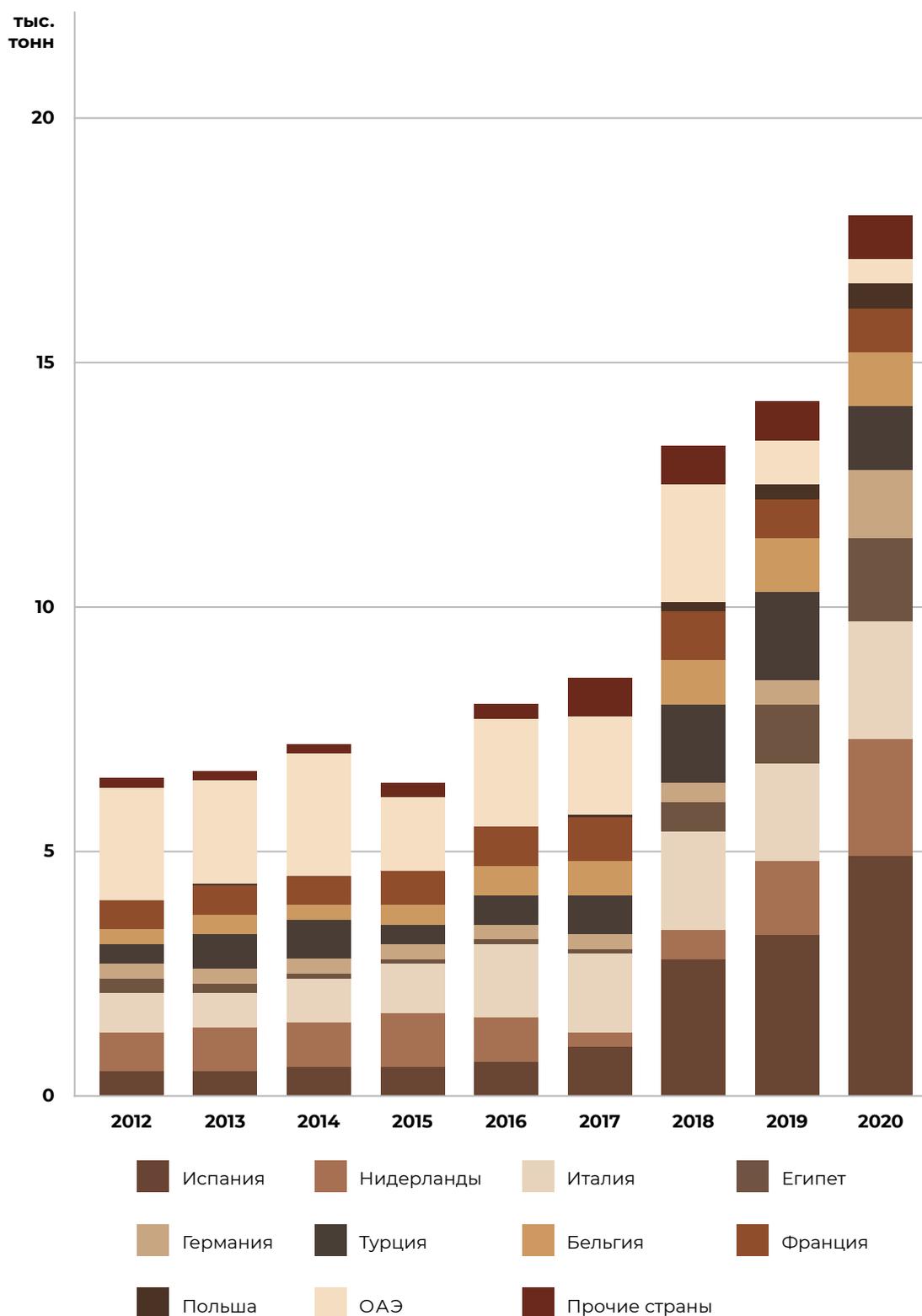
Табл. 6. Импорт шоколада и шоколадных кондитерских изделий Марокко по странам в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тыс. тонн

№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Доля, % 2020
1	Испания	0,5	0,5	0,6	0,6	0,7	1,0	2,8	3,3	4,9	27,2
2	Нидерланды	0,8	0,9	0,9	1,1	0,9	0,3	0,6	1,5	2,4	13,3
3	Италия	0,8	0,7	0,9	1,0	1,5	1,6	2,0	2,0	2,4	13,2
4	Египет	0,3	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,6	1,2	1,7	9,3
5	Германия	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4	0,5	1,4	8,1
6	Турция	0,4	0,7	0,8	0,4	0,6	0,8	1,6	1,8	1,3	7,0
7	Бельгия	0,3	0,4	0,3	0,4	0,6	0,7	0,9	1,1	1,1	6,2
8	Франция	0,6	0,6	0,6	0,7	0,8	0,9	1,0	0,8	0,9	5,1
9	Польша	0,0	0,04	0,0	0,0	0,01	0,05	0,2	0,3	0,5	3,0
10	ОАЭ	2,3	2,1	2,5	1,5	2,2	2,0	2,4	0,9	0,5	2,7
	Прочие страны	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,8	0,8	0,8	0,9	4,8
	<b>Итого</b>	<b>6,6</b>	<b>6,8</b>	<b>7,4</b>	<b>6,5</b>	<b>8,0</b>	<b>8,6</b>	<b>13,1</b>	<b>14,1</b>	<b>17,9</b>	<b>100,0</b>

Источник: ITC Trade Map



Рис. 16. Импорт шоколада и шоколадных кондитерских изделий Марокко по странам в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тыс. тонн



Источник: ITC Trade Map

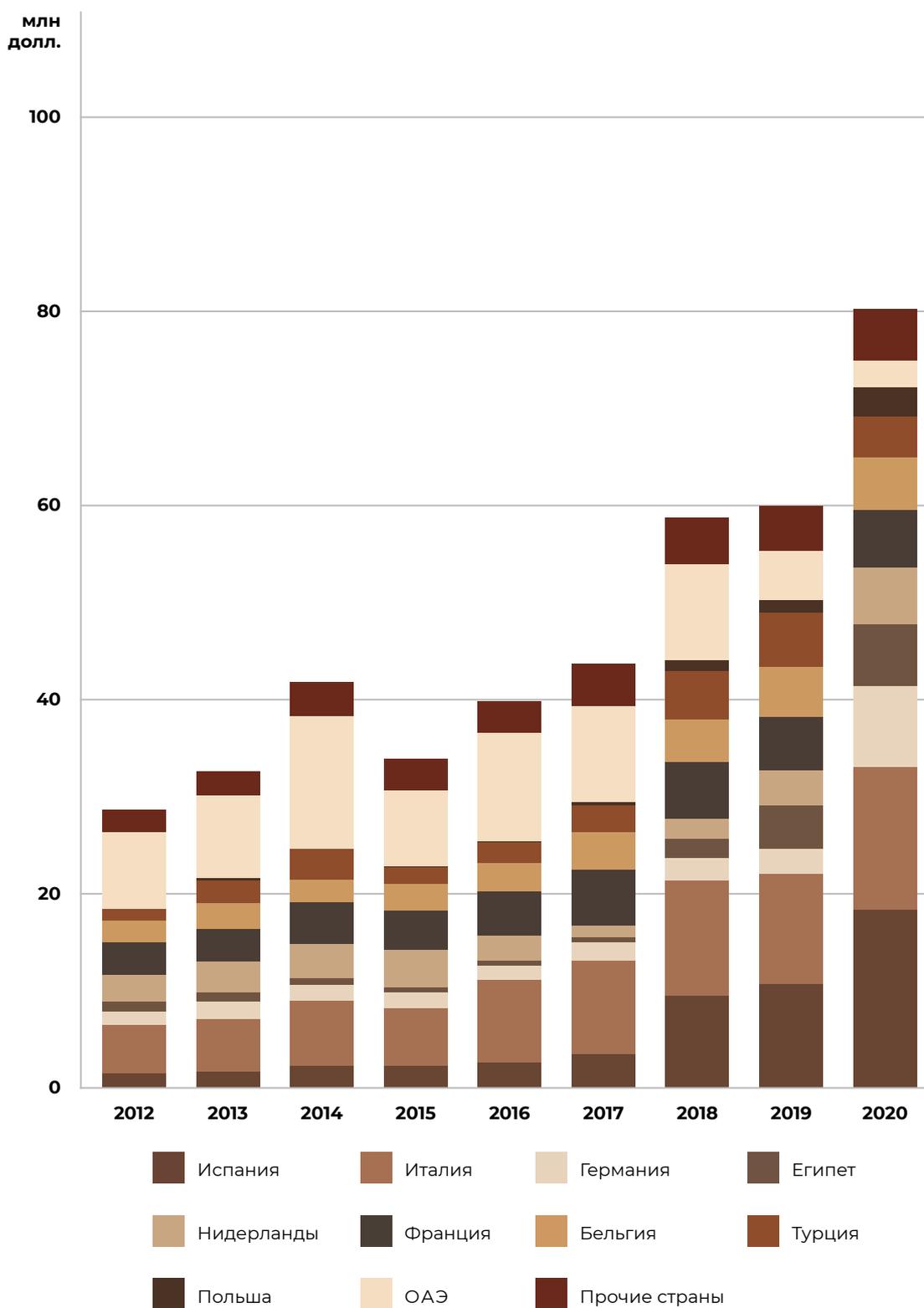
Табл. 7. Импорт шоколада и шоколадных кондитерских изделий Марокко по странам в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США

№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Доля, % 2020
1	Испания	1,5	1,7	2,3	2,3	2,6	3,5	9,5	10,7	18,3	22,8
2	Италия	5,0	5,4	6,7	5,9	8,5	9,6	11,8	11,3	14,7	18,3
3	Германия	1,3	1,8	1,6	1,6	1,5	1,9	2,4	2,6	8,4	10,4
4	Египет	1,1	0,9	0,7	0,6	0,5	0,5	1,9	4,5	6,3	7,8
5	Нидерланды	2,7	3,2	3,5	3,8	2,6	1,2	2,1	3,6	5,9	7,4
6	Франция	3,4	3,4	4,3	4,1	4,5	5,8	5,8	5,5	5,9	7,4
7	Бельгия	2,2	2,6	2,3	2,7	3,0	3,8	4,4	5,1	5,4	6,7
8	Турция	1,2	2,4	3,2	1,7	2,1	2,8	5,0	5,6	4,2	5,2
9	Польша	0,04	0,2	0,04	0,1	0,1	0,3	1,1	1,3	3,0	3,7
10	ОАЭ	7,9	8,5	13,6	7,8	11,1	9,9	9,9	5,1	2,8	3,5
	Прочие страны	2,3	2,5	3,6	3,3	3,3	4,4	4,8	4,6	5,3	6,6
	<b>Итого</b>	<b>28,7</b>	<b>32,8</b>	<b>41,9</b>	<b>33,8</b>	<b>39,6</b>	<b>43,6</b>	<b>58,8</b>	<b>60,0</b>	<b>80,2</b>	<b>100,0</b>

Источник: ITC Trade Map



Рис. 17. Импорт шоколада и шоколадных кондитерских изделий Марокко по странам в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США



Источник: ITC Trade Map

## 2.2. Потребительские предпочтения

### Шоколад стал частью повседневной жизни марокканцев

Шоколад покупают не только как лакомство для себя, но и предлагают в качестве угощения дома и в офисе, выбирают для подарка и употребляют вместе с кофе после обеда. Плиточный шоколад занимает первое место среди ведущих брендов, таких как Aiguebelle, Kinder, Milka и Maruja. На втором месте — шоколад в форме батончика от Snickers и Mars. Кроме того, динамично развивается категория шоколадного драже от M&M's и Maltesers.

### Локальные бренды популярны в секторе общественного питания

В секторе B2B наибольшая часть рынка приходится на локальные бренды. Aiguebelle и Pastor поставляют предприятиям общественного питания продукцию, соответствующую международным стандартам. Лидирующие позиции среди зарубежных брендов занимает компания Nestlé.

### Популярные категории шоколада среди марокканских потребителей

Особенно популярны в Марокко плиточный шоколад и шоколадные конфеты в форме батончика. Шоколадные конфеты в форме батончика нравятся детям в качестве перекуса между основными приемами пищи или как десерт после обеда, а также подросткам и взрослым всех возрастов. Плиточный шоколад считается удобным для потребления форматом, т.к. его можно разделить на кусочки и съесть в течение дня. Кроме того, в период пандемии вырос спрос на шоколадные пасты для приготовления любимых шоколадных десертов в домашних условиях. Из категории «Прочие виды шоколада» пасты являются наиболее востребованной категорией в рознице.

### Спрос на темный шоколад растет

Одной из наиболее заметных тенденций является то, марокканские миллениалы предпочитают темный (горький) шоколад молочному. Производители также следуют этой тенденции: компания Aiguebelle выпустила линейку плиточного шоколада Tentation с содержанием какао до 85%, а компания Pastor Macao — линейку темного шоколада в форме батончика с содержанием какао до 73%.

### Активно развивается сегмент элитного шоколада

Сети элитной шоколадной продукции (gourmet chocolate) расширяются на фоне развития туристической отрасли и корпоративного сектора. В разных городах Марокко появляются магазины элитного шоколада, такие как Pralinor, Jeff de Bruges и множество небольших локальных брендов. Это самый популярный вид шоколада для подарка или сувенира по случаю корпоративных мероприятий, а также религиозных и светских праздников.

### **Влияние тенденции здорового питания на потребление шоколада**

Ожидается, что интерес к здоровому питанию и полезным продуктам приведет к росту продаж темного и органического шоколада в Марокко. Такой шоколад предпочитают городские потребители со средним и высоким уровнем, которые изучают этикетки продуктов на предмет содержания питательных и органических веществ. Однако при более высокой наценке продажи органической продукции будут сдерживаться из-за экономических последствий пандемии, и в среднесрочной перспективе на рынке будут доминировать традиционные бренды масс-маркета.

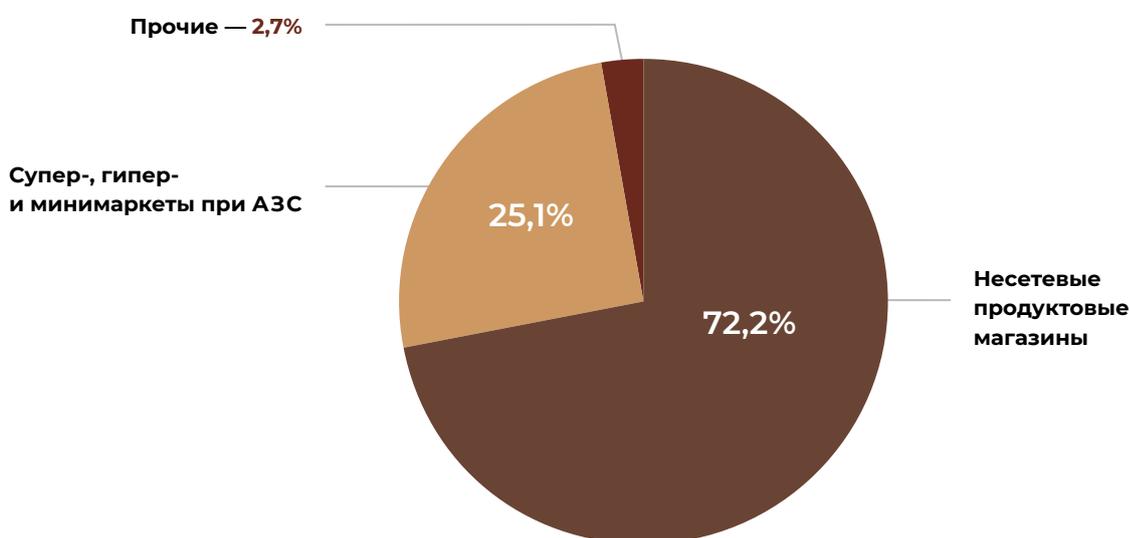


## **2.3. Торгово-распределительная сеть**

Объем розничных продаж шоколада и шоколадных кондитерских изделий в 2020 г. в Марокко достиг 19 530 тонн. Доля розницы составила 96,7% (остальная часть потребления приходится на сектор общественного питания). Самой динамичной категорией в розничных продажах стала шоколадная паста. При относительно низкой стоимости шоколадные пасты доступны большинству местных потребителей. Марокканцы любят хлеб и часто употребляют шоколадные пасты вместе с ним. Пасты также используют для изготовления тортов и пирожных, которые во время пандемии стали чаще готовить дома.

В 2020 г. основной объем реализации шоколада и шоколадных кондитерских изделий в Марокко приходился на небольшие несетевые продуктовые магазины, а также на специализированные магазины по продаже продуктов питания, напитков и табачных изделий. За ними следовали гипер-, супер- и минимаркеты при АЗС. В период карантина небольшие продуктовые магазины пользовались особой популярностью среди потребителей за счет удобного расположения в жилых районах. Электронная торговля только начинает развиваться в стране. В секторе розничной торговли на нее приходится менее 1% от общего объема продаж шоколада и шоколадных кондитерских изделий в стоимостном выражении.

Рис. 18. Розничные продажи шоколадных кондитерских изделий в Марокко, 2020 г., %



Источник: Euromonitor International

## Несетевые продуктовые магазины

По состоянию на 2020 г. в Марокко насчитывалось более 240 тыс. традиционных продуктовых магазинов с торговой площадью от 20 до 100 м<sup>2</sup>. Обычно магазином управляет один человек. Снабжение происходит через многочисленных дистрибьюторов, оптовиков и некоторых крупных ритейлеров.

Данный канал рассчитан на импульсные покупки, в том числе товаров от массовых и премиальных брендов в небольших (порционных) упаковках. Удобное расположение в жилых районах подходит для совершения быстрых покупок. Эти магазины работают с раннего утра, когда покупатели идут на работу, и до позднего вечера, когда они возвращаются домой. Их посещают все группы населения, а для менее состоятельных покупателей хорошие отношения с владельцем дают возможность получить небольшую скидку.

Удобство, близость и лояльность потребителей благодаря личным взаимоотношениям — главные преимущества этих торговых точек. В них предлагаются все виды и форматы шоколада марокканского и импортного производства, однако более востребованы местные бренды.

Маркетинговая стратегия в данном розничном канале состоит в предложении скидок и демонстрации продукции на торговых витринах от производителей брендов. Так, Ferrero, Mars и Milka в летний сезон бесплатно предоставляют небольшие холодильники для шоколада как способ стимулирования закупок со стороны ритейлеров.

## Супер-, гипер- и минимаркеты при АЗС

В 2020 г. в Марокко насчитывалось около 2 580 сетевых розничных точек. Современные продуктовые сети обслуживают как массового потребителя, так и покупателей с высоким уровнем дохода. В сетевой рознице регулярно проводятся промоакции в виде скидок, а также продукция разных брендов рекламируется в магазинах, онлайн, а также в СМИ.

### Ведущие игроки

- **Marjane** — крупнейшая сеть гипермаркетов и супермаркетов насчитывает более 120 магазинов (40 гипермаркетов и 80 супермаркетов) в 27 городах Марокко. Marjane запустил под собственной торговой маркой шоколад Casino Bio, который продается исключительно в фирменных магазинах. Холдинг продолжает расширять ассортимент шоколадной продукции, с учетом осознанного отношения потребителей к собственному бюджету и роста спроса на продукцию премиального сегмента, где существует потенциал для развития собственных торговых марок.
- **Carrefour** — одна из крупнейших сетей гипермаркетов и супермаркетов в Марокко. Привлекает широкий круг потребителей благодаря разнообразному ассортименту. Компании принадлежит 98 торговых точек: 87 супермаркетов и 11 гипермаркетов.
- **Aswak Assalam** — сеть современных супермаркетов, расположенных в крупных городах Марокко с широким выбором товаров и гарантией лучших цен.
- **Atacadao** позиционирует себя между гипермаркетом и дискаунтером, ориентируясь на потребителей с низким уровнем дохода и мелких розничных продавцов. Предлагает скидки на оптовые закупки.
- **Mini Brahim** — ведущий ритейлер с хорошим ассортиментом различных товаров. Автозаправочные минимаркеты работают круглосуточно и предлагают сопутствующие товары, включая продукты питания (в том числе шоколадные кондитерские изделия).

- **Shell Select** — минимаркеты на автозаправочных станциях Shell по всей стране предлагают широкий ассортимент сэндвичей, свежей выпечки, конфет и шоколадных кондитерских изделий.

### Ассортимент и цены

- В супер- и гипермаркетах больше представлены импортные товары.
- Средняя цена на шоколад в форме батончика в сетевых магазинах составляет около 0,70 долл. США за 40 г. при весе упаковки 9–60 г. Например, KitKat (36,5 г) стоит 0,65 долл. США, Mars (51 г) — 0,73 долл. США, Galaxy Milk (36 г) — около 0,74 долл. США. Заметно дешевле стоит Aigubelle — 0,41 долл. США за 36 г.
- Средняя стоимость шоколадной плитки весом 100 г составляет 2,43 долл. США. Популярны такие бренды, как Lindt, Aigubelle, Schogetten и Milka.
- Средняя цена за упаковку фасованных шоколадных изделий весом 37 г составляет около 0,92 долл. США. В гипермаркетах и супермаркетах широко представлена продукция брендов Maltesers и M&Ms.
- Наборы шоколадных конфет предлагаются в разных вариациях веса и упаковки. Чаще всего это — ассорти вкусов (ганаш из молочного шоколада, малиновая начинка, карамельная начинка и т.д.). Средняя цена на наборы конфет составляет 15,23 долл. США за 300 г. Наиболее популярны Lindt, Ferrero Rocher и Quality Street.
- Шоколадные наборы с игрушками стоят около 1,3 долл. США (за штуку со средним весом 20 г). Как правило, это шоколадное яйцо с игрушкой внутри. На полках супер- и гипермаркетов представлены шоколадные яйца известных брендов Kinder Joy и Ozmo.
- Шоколадные пасты, такие как Nutella, популярны среди детей и взрослых. Средняя цена за банку 350 г составляет 4,24 долл. США.
- Крупные ритейлеры предлагают потребителям собственные торговые марки шоколадных кондитерских изделий. Так, Carrefour выпускает молочный, белый и темный шоколад в плитках по 100 г, который поставляется из Франции. Средняя цена такого шоколада — 1,2 долл. США. Плиточный шоколад с орехами Carrefour закупает в Бельгии и Испании.



## 2.4. Конкуренстная среда и участники рынка

На рынке шоколада и шоколадных кондитерских изделий Марокко преимущественно представлены международные бренды. Крупнейшим производителем считается марокканский производитель Cie Cherifienne de Chocolaterie (Aiguebelle). Компания наращивает производство и расширяет ассортимент своей продукции в розничных каналах и на предприятиях общественного питания. Dislog является крупным импортером многих популярных брендов шоколадных кондитерских изделий, таких как Mars и Galaxy, и занимает сильные позиции в продуктовом ритейле.



**Cie Cherifienne de Chocolaterie (Aiguebelle) — бренды Aiguebelle, Mejora**  
Сайт: <http://www.aiguebelle.com>

Лидер рынка шоколадных кондитерских изделий в Марокко. Старейший производитель (компания основана в 1941 г.) занимает второе место по товарообороту. Продукция напрямую поставляется в розницу, а также в рестораны, пекарни и отели. Главное конкурентное преимущество — высокий уровень качества (мирового стандарта) по доступной цене.



**Pastor — бренд Macao**  
Сайт: <http://www.pastor.ma/>

Компания предлагает самый широкий ассортимент кондитерских изделий, в том числе шоколадных, с демократичной ценой.



**Pralinor — бренд Pralinor**  
Сайт: <http://www.pralinor.com/en>

Эталон ремесленного шоколада премиум-класса в Марокко. Занимается как производством, так и розничными продажами шоколада в собственных фирменных магазинах в разных городах страны. В ассортименте представлены наборы конфет в коробках, которые часто покупают в качестве подарка на дни рождения и корпоративные мероприятия.



**Michoc — бренд Michoc**

Сайт: <http://www.michoc.com/>

Крупнейший игрок на марокканском рынке кондитерских изделий предлагает высокое качество продукции и сервиса за счет дистрибьюторской сети из более чем 25 тыс. торговых точек и семи региональных складов. Michoc владеет портфелем из семи товарных групп, включая шоколадные кондитерские изделия для конечных потребителей (рынок B2C). Продукция экспортируется в страны Африки и Ближнего Востока.



**Dislog — импортер/дистрибьютор Mars, Snickers, Galaxy, M&M's**

Сайт: <https://hns.ma>

Занимается импортом и дистрибуцией шоколадных кондитерских изделий известных брендов. Работает с современным ритейлом.



**Foods & Goods — импортер/дистрибьютор Lindt, Ritter Sport, Halter**

Сайт: <http://www.fg.ma>

Специализируется на импорте и дистрибуции продукции брендов как для современных, так и традиционных каналов розничных продаж.



Good food, Good life

**Nestlé Maroc — импортер/дистрибьютор Nestlé**

Сайт: <https://www.nestle-mena.com/en>

Официальный дистрибьютор продукции Nestlé с широким ассортиментом продукции, которая пользуется популярностью среди марокканцев всех возрастных групп.



**Food Group Trading — импортер/дистрибьютор Villars**

Сайт: <http://www.foodgrouptrading.com>

Позиционирует себя как дистрибьютор полезных и элитных продуктов (гранолы из овсяных хлопьев, протеиновых батончиков, темного шоколада).



**Candy Crash — импортер/дистрибьютор Dr Gerard, Wafer Master, Deluxe, Halk, Lush**  
Сайт: <http://www.candycrash.ma/>

Позиционирует себя как импортер и дистрибьютор доступных по цене шоколадных кондитерских изделий, которые рассчитаны на массового потребителя.

**Madico — импортер/дистрибьютор Jacquot, Van Houtten, Schogetten**

Занимается импортом и дистрибуцией продукции среди гипермаркетов, супермаркетов, отелей и ресторанов по всей стране.

**Soparim Food — импортер/дистрибьютор**

Известный импортер предлагает широкий ассортимент шоколадных кондитерских изделий от надежных поставщиков, поддерживающих международные стандарты и разумные цены.



# Стандарты на продукцию

---



# Э

Содержание

---



### **3.1.**

Требования к составу

### **3.2.**

Требования к маркировке

На территории Марокко продукты питания должны соответствовать ряду государственных стандартов. В настоящий момент основными являются: Закон № 28-07 о безопасности пищевых продуктов, Декрет № 2-10-473 от 7 шавваля 1432 г. (06 сентября 2011 г.) и Декрет № 2-12-389 от 11 джумада II 1434 г. (22 апреля 2013 г.) о порядке маркировки пищевых продуктов.

Также существуют стандарты более узкого применения, в частности Декрет № 2-06-517 от 23 числа месяца Зуль-Хиджа 1430 г. (11 декабря 2009 г.) в отношении производства и продажи какао, шоколада и продуктов из них, предназначенных для потребления человеком.

### 3.1. Требования к составу

При производстве шоколада, шоколадных конфет и прочих изделий из шоколада необходимо учитывать следующие аспекты.

- 1) При соблюдении определенных условий допускаются следующие добавки к какао, шоколаду и их производным:
  - растительный лецитин в определенных количествах (кроме зерен какао);
  - натуральные или искусственные ароматизаторы, использование которых соответствует действующему регламенту применения пищевых добавок в продуктах питания и напитках, предназначенных для употребления человеком;
  - пищевые вещества, отличные от муки, крахмала и жиров, а также их смесей, полученные не только из одного молока, при условии, что количество добавленных веществ не превышает 40% от общего веса готового продукта;
  - растительные жиры, отличные от масла какао, количество которых не должно превышать 5% от массы готового продукта;
  - пищевое кокосовое масло.
- 2) В продуктах из какао и шоколада запрещено использовать красители. Использование пищевых красителей разрешено только в украшениях и глазури.
- 3) Использование сахарозаменителей разрешено в продуктах на основе какао с пониженной энергетической ценностью или без добавления сахара.
- 4) В какао и продуктах из шоколада могут использоваться другие пищевые добавки, разрешенные действующим законодательством.

## 3.2. Требования к маркировке

### Общие требования

Согласно государственному стандарту о маркировке продуктов питания — Декрету № 2-12-389 от 11 джумада II 1434 г. (22 апреля 2013 г.) и Постановлению Правительства Марокко от 04 июня 2002 г. № 2-01-1016 «О маркировке и торговом оформлении продовольственных товаров» Королевство Марокко устанавливает следующие требования к маркировке продовольственных товаров:

- информация о продукте должна быть указана на арабском языке и, возможно, на одном или нескольких других языках;
- в маркировке продукта необходимо учитывать требования к шрифтам:
  - арабский язык: высота букв должна быть не менее 1 мм (кроме упаковок с площадью наибольшей грани менее 80 см<sup>2</sup>, для которых допускается высота от 0,7 мм до 1 мм);
  - иностранный язык: высота букв должна составлять не менее 1,2 мм (кроме упаковок с площадью наибольшей грани менее 80 см<sup>2</sup>, для которых допускается высота от 0,9 мм до 1,2 мм).

Маркировка расфасованного продукта должна содержать следующие сведения:

- 1) наименование продукта;
- 2) список ингредиентов (перечень ингредиентов указывается в порядке уменьшения их веса);
- 3) название любого ингредиента или вспомогательного технологического средства, которое может вызвать аллергию или непереносимость;
- 4) масса нетто продукта;
- 5) минимальный срок годности или крайний срок употребления;
- 6) условия хранения, в том числе особые;
- 7) наименование и адрес производителя, наименование и адрес импортера;
- 8) страна или место происхождения продукта;
- 9) инструкция по применению или особые условия использования, если необходимо;
- 10) информация о пищевой ценности (кроме продуктов, расфасованных в упаковку с площадью наибольшей грани менее 25 см<sup>2</sup>);

Стандарты на продукцию

- 11) номер партии;
- 12) дополнительные обязательные сведения, для кондитерских изделий — при наличии в составе подсластителей.

Информация должна быть указана в метрической системе.

Помимо этого:

- маркировка не должна содержать упоминания о том, что продукт обладает особыми свойствами, если аналогичные продукты других производителей обладают теми же качествами;
- маркировка пищевых продуктов не должна содержать информацию о профилактических или лечебных свойствах продукции.

Маркировка продукта должны быть полностью нестираемой, разборчивой и размещенной на видном месте. Нанесение информации на арабском языке допустимо как собственно на этикетке, так и посредством стикерования.



Текст на арабском языке нанесен посредством стикерования



Текст на арабском языке напечатан на упаковке наряду с текстом на других языках

В случае, если продукция является органической, соответствующие знаки должны быть нанесены на упаковку.

В соответствии с законодательством Марокко в страну запрещен ввоз генно-модифицированных организмов и продукции, произведенной с их использованием. В случае ввоза пищевых продуктов, на маркировке которых

содержится информация о том, что в их составе отсутствуют ГМО, импортер в обязательном порядке должен представить соответствующую декларацию производителя.

## **Особые требования к маркировке для шоколада**

При маркировке продуктов из какао и шоколада следует руководствоваться положениями Декрета № 2-12-389 от 11 джумада II 1434 г. (22 апреля 2013 г.), которые устанавливают условия и порядок маркировки пищевых продуктов.

Для продуктов данной категории необходимо дополнительно указывать следующую информацию:

- 1)** Общее содержание сухого вещества какао «какао ...% минимум» для продуктов из какао и шоколада, за исключением шоколада с начинкой и белого шоколада.
- 2)** Если в продукте из шоколада содержатся растительные жиры (помимо масла какао), то на маркировке должна присутствовать следующая надпись: «Кроме масла какао, содержит другие растительные жиры». Эта надпись должна быть четкой, читаемой и находиться в том же поле зрения, что и ингредиентный состав.
- 3)** Если сахар частично или полностью заменен сахарозаменителями, на маркировке должна быть соответствующая надпись: «Подслащенный шоколад с сахарозаменителями».
- 4)** Продукты, попадающие под категорию «шоколад с начинкой», должны обозначаться как «шоколад с начинкой X», «шоколад с наполнителем X» или «шоколад с центром из X», где «X» — описание начинки.
- 5)** Если шоколад или изделия из шоколада продаются в виде наборов, категорию продукта можно заменить на «шоколад/конфеты ассорти» или «шоколад/конфеты ассорти с начинкой».
- 6)** В название (описание) продукта должны быть вынесены все характерные ароматизаторы (вкусы). Компоненты, которые обладают особыми ароматическими свойствами и характеризуют данный продукт, должны быть заявлены в описании продукта.
- 7)** Указание массы нетто на маркировке не является обязательным в случае, если вес продукта не превышает 50 г.

# Барьеры входа на рынок

---





Содержание

---

## **4.1.**

Особенности таможенных процедур

## **4.2.**

Тарифные и нетарифные барьеры

## 4.1. Особенности таможенных процедур

В соответствии с Законом Королевства Марокко от 11 февраля 2010 г. № 28-07 «О безопасности пищевых продуктов» ввоз пищевой продукции и кормов для животных допускается только после получения специальных разрешений от уполномоченных органов.

Ввозимая продукция может подвергаться проверке. Необходимо предоставить сведения о прослеживаемости продукции на всех этапах жизненного цикла. Производство, упаковка и хранение продукции должно производиться в помещениях, удовлетворяющих санитарно-гигиеническим требованиям. Закон устанавливает также требования, предъявляемые к упаковке, маркировке, хранению и транспортировке продукции.

Постановление Министерства сельского хозяйства, морского рыболовства, развития сельских районов, водных ресурсов и лесов от 10 января 2018 г. № 141-18 определяет методы контроля за соответствием импортируемого пищевого сырья, продуктов питания и кормов установленным требованиям.

Проверка соответствия импортируемой продукции осуществляется уполномоченными представителями Национального управления санитарной безопасности пищевых продуктов (Office National de Sécurité Sanitaire des produits Alimentaires, ONSSA) на пограничных пунктах, через которые товары поступают на территорию Марокко, до их таможенного оформления.

Проверка соответствия включает идентификацию, проверку документации и физический контроль. При физическом контроле осуществляется проверка репрезентативной выборки партии продукции с целью убедиться, что продукция:

- соответствует сопроводительным документам;
- перевозилась и хранилась в соответствии с действующими правилами;
- находится в упаковках без дефектов;
- маркирована в соответствии с действующими правилами;
- упакована в тару или контейнеры, состоящие из материалов, предназначенных для продуктов питания (в случае расфасованных продуктов);
- не загрязнена;
- имеет необходимые идентификационные отметки.

При необходимости осуществляется отбор образцов продукции для их лабораторного исследования. Пробоотбор производится в соответствии со стандартными методами, применяемыми к соответствующим продуктам, в присутствии представителя таможни и импортера или его представителя.

При ввозе продукции, в том числе шоколада, на территорию Марокко фитосанитарный контроль осуществляется в соответствии с действующей нормативно-правовой базой и является обязательной процедурой.

Необходимо учитывать, что в рейтинге Всемирного банка Doing Business Марокко занимает 58-е место из 190 стран по трансграничной торговле, в основном из-за высокой стоимости и продолжительности пограничного и таможенного контроля.

Табл. 8. Оформление импорта в Марокко: время и стоимость

Процедура	Время, ч	Стоимость, долл. США
Пограничный и таможенный контроль	48	558
Оформление документов	72	290

Источник: Всемирный банк (*Doing Business 2020*)

Затраты времени и стоимость оформления документов, необходимых для прохождения таможни, могут рассматриваться как барьер для входа на рынок.

В августе 2020 г. Россельхознадзор и Национальное управление санитарной безопасности пищевых продуктов Марокко подписали соглашение о вступлении в силу санитарного сертификата на экспорт российских продуктов растительного происхождения, а также пищевых продуктов (в том числе шоколада), которые не попадают под требование об обязательной ветеринарной сертификации. Этот документ призван облегчить процедуру ввоза продуктов питания на территорию Марокко.

Следует также учитывать, что в соответствии с Протоколом таможенных и косвенных доходов Министерства экономики и финансов Королевства Марокко № 5353/312 от 31 декабря 2012 г. в Марокко действует требование о подаче в таможенный орган электронной сводной декларации. Срок ее подачи зависит от вида транспорта, на котором товары прибывают в таможенный орган:

- морская перевозка груза: не позднее 24 часов до прибытия судна в порт (если продолжительность транспортировки менее 24 часов — во время отправления из последнего обслуживающего порта);

- воздушная перевозка груза: не позднее 4 часов до прибытия самолета в аэропорт (если продолжительность полета менее 4 часов — во время отправления из последнего обслуживающего аэропорта).

## 4.2. Тарифные и нетарифные барьеры

### Тарифные барьеры

У России не подписано соглашение о свободной торговле с Марокко, поэтому к российскому экспорту применяется ставка режима наибольшего благоприятствования (РНБ) на условиях ВТО.

Ставка ввозных таможенных пошлин Марокко, применяемая к российскому шоколаду и шоколадным кондитерским изделиям, высокая и составляет 17,5–40%<sup>3</sup>.

Основные экспортеры шоколада и шоколадных кондитерских изделий в Марокко — это страны ЕС, которые в рамках ССТ выходят на рынок страны по льготным ставкам ввозных таможенных пошлин. Марокко применяет нулевую ставку к продукции кода ТН ВЭД 1806 из стран Лиги арабских государств в рамках ССТ<sup>4</sup>. Среди этих стран Египет является самым крупным экспортером шоколадных кондитерских изделий в Марокко.

Табл. 9. Ставки ввозных таможенных пошлин Марокко в отношении продукции кода ТН ВЭД 1806 (Шоколад и прочие готовые пищевые продукты, содержащие какао)

Код ТН ВЭД	Наименование	Ставка РНБ, %	ЕС, %
180610	Какао-порошок с добавлением сахара или других подслащающих веществ	17,5	2
180620	Прочие изделия, в брикетах, пластинках и плитках, массой более 2 кг, или в жидком, пастообразном, порошкообразном, гранулированном виде, или в виде иной бесформенной массы в контейнерах или упаковках	17,5	2

<sup>3</sup> Ставка ввозных таможенных пошлин РНБ на продукцию кода ТН ВЭД 180631, 180632 и 180690 была увеличена с 17,50 до 40% с 1 января 2021 г.

<sup>4</sup> Члены Лиги: Алжир, Бахрейн, Коморские острова, Джибути, Египет, Ирак, Иордания, Кувейт, Ливан, Ливия, Мавритания, Марокко, Оман, Палестина, Катар, Саудовская Аравия, Сомали, Судан, Сирийская Арабская Республика, Тунис, Объединенные Арабские Эмираты, Йемен.

Продолжение табл. 9.

Код ТН ВЭД	Наименование	Ставка РНБ, %	ЕС, %
180631	Изделия прочие, содержащие какао, в брикетах, пластинках или плитках с начинкой	40	2
180632	Прочие готовые пищевые продукты, содержащие какао, без начинки в брикетах, плитках, пластинках	40	2
180690	Прочий шоколад и прочие пищевые продукты, содержащие какао	40	2,5

Источник: [ITC Market Access Map](#)

Кроме того, при ввозе товаров на таможенную территорию Марокко уплачивается НДС по стандартной ставке 20%.

## Нетарифные барьеры

### Требования к упаковке и маркировке

Марокко вводит новый закон в отношении спецификаций для пищевых упаковочных материалов и маркировки. Закон устанавливает стандарты для использования материалов, таких как картон, пластик и др., и запрещает использование переработанного пластика, который ранее применялся для упаковки пищевой продукции. Марокко уведомило ВТО о новом законе в 2019 г., но дата его вступления в силу пока не была объявлена<sup>5</sup>.

### Официальный язык

Официальные языки Марокко — арабский и берберский. Однако французский является основным языком в бизнес-среде, в то время как английский не так широко распространен. Экспортерам рекомендуется воспользоваться услугами квалифицированного переводчика. Документы, переведенные на французский, также помогут ускорить процесс таможенного оформления.

---

<sup>5</sup> <https://clck.ru/ageC9>

# Организация экспортных поставок

---



5

Содержание

---



## **5.1.**

Логистика

## **5.2.**

Формы присутствия на рынке

## **5.3.**

Защита интеллектуальной  
собственности

## 5.1. Логистика

Наиболее эффективный путь прямой доставки продукции из России в Марокко — морской. Авиаперевозки способны обеспечить доставку только небольших партий груза, да и поддержание необходимого температурного режима в этом случае вызовет значительные трудности. Основные порты Марокко — Касабланка (Port of Casablanca), Агадир (Port Agadir), Танжер (Port Tanger).

Рис. 19. Доставка шоколадных изделий из России в Марокко



*Примечание. Показанные на карте границы, цветовые и графические обозначения, прочие данные не предполагают со стороны ФГБУ «Агрэкспорт», Всемирного банка, Ассоциации предприятий кондитерской промышленности «АСКОНД» ни оценки правового статуса территории, ни подтверждения или принятия обозначенных границ.*

## **Доставка товара в порт отправления**

Доставка товара в порт отправления может быть осуществлена двумя способами:

- через склад накопления;
- напрямую от производителя (с перевалкой в порту отправления).

### **Автомобильная перевозка товара в порт отправления через склад накопления**

Доставка до склада накопления может осуществляться как самим производителем продукции, так и покупателем. Товар перевозится на паллетах для оптимизации скорости и затрат на перевалку и хранение. Вместимость одного рефрижераторного автомобиля составляет порядка 19 тонн брутто. Таким образом, для оптимальной логистической схемы, при дальнейшей отгрузке товара в контейнерах, три фуры перегружаются в два контейнера. При найме автоперевозчика необходимо учитывать сроки погрузки и выгрузки на складах. В пиковый по нагрузке на склады сезон (с октября по март) срок выгрузки может достигать до двух суток.

Перевозка осуществляется на основании транспортной накладной и сопровождается бухгалтерскими документами (товарной накладной, счетом-фактурой), сертификатами качества.

Автомобильная доставка экспортной продукции на склад накопления считается внутрироссийской перевозкой и облагается НДС 20%, за исключением случаев, когда подрядчиком является компания, применяющая упрощенную систему налогообложения.

Основными статьями расходов по накоплению товара на складе являются погрузо-разгрузочные работы при приемке товара с автомобилями (ставка устанавливается, как правило, за паллет), хранение (ставка может быть установлена за паллет или тонну, в зависимости от договоренности со складом и веса паллета с грузом), погрузо-разгрузочные работы при отгрузке товара в контейнер (ставка устанавливается, как правило, за тонну).

Работа со складом консолидации возможна как напрямую, так и через комплексного логистического провайдера. При работе напрямую в большинстве случаев на складе должен присутствовать представитель экспортера для осуществления операций с товаром. При работе через логистического провайдера указанные выше процедуры осуществляются его силами.

При выборе склада консолидации необходимо учитывать:

- состояние помещений для хранения;
- режим работы склада;

- время на обработку одного транспортного средства;
- удобство подъездных путей;
- наличие площади для накопления транспортных средств;
- резервные мощности на случай аварийных ситуаций.

### **Автомобильная и железнодорожная перевозка товара напрямую от производителя в порт отправления**

Указанная перевозка может осуществляться в контейнерах автомобильным или железнодорожным транспортом. Перевалка из рефрижераторных автомобилей в контейнер на территории портов на сегодняшний день возможна, но требует особо осторожного подхода, поскольку отсутствуют пункты перевалки, способные поддерживать температурный режим. Вместимость одного 40-футового рефрижераторного контейнера составляет до 28 тонн нетто. Отгрузки в 20-футовых контейнерах практически не осуществляются. В связи с ограничением нагрузки на ось автопоезда при перевозках по территории России доставку тяжелого контейнера можно осуществить либо на автомобиле с разрешением для провоза груза с превышением допустимой нагрузки на ось, либо на автомобиле с 6–7-ю осями, что позволяет распределить массу автопоезда без нарушения правил. Также возможна доставка железнодорожным транспортом. Коробки размещаются в контейнере без паллет.

В теплое время года, при температуре воздуха выше +10 °С, необходимо использовать дизель-генератор для подключения контейнера к источнику питания и обеспечения стабильно низкой температуры внутри транспортного средства. При температуре воздуха +10 °С и ниже использование дизель-генератора желательно, но необязательно, т.к. рефрижераторный контейнер сохраняет температуру продукта неизменной в течение примерно 24 часов. В большинстве случаев этого достаточно для доставки товара в порт отправления и подключения контейнера к постоянному источнику электропитания.

Температура продукта при транспортировке должна быть стабильно низкой. В процессе перевозки от склада производителя до склада покупателя используются технические средства контроля температуры, такие как электронные термолоттеры (накапливают информацию о температуре) и химические термолоттеры (меняют цвет при нарушении температурного режима). При нарушении температурного режима транспортировки получатель может отказаться от приемки товара. Во избежание подобных рисков рекомендуется подключать контейнер к источнику питания на всем маршруте следования.

Перевозка осуществляется на основании СМР-накладной и облагается НДС по нулевой ставке.

## Морская перевозка

В порты России и Марокко регулярные судозаходы осуществляют следующие морские линии:

### Из порта Санкт-Петербург:

- [Maersk](#);
- [MSC](#);
- [CMA-CGM](#);
- [Nippon Lloyd](#).

### Из порта Новороссийск:

- [Maersk](#);
- [MSC](#).

### Из порта Владивосток:

- [Maersk](#).

Транзитное время морской доставки зависит от выбранного маршрута, линии, порта погрузки и порта назначения, а также от погодных условий. Необходимо учитывать требования получателя к используемым морским линиям, т.к. часто встречаются ограничения.

В последние годы количество рефрижераторных контейнеров, заходящих в порты России, существенно сократилось. Поэтому возможен недостаток порожних контейнеров для экспорта в периоды пиковой активности рынка, что в свою очередь влияет на уровень ставок фрахта.

## Стоимость доставки

Ориентировочная стоимость морской доставки одного рефрижераторного 40-футового контейнера с грузом шоколадных изделий весом 27 тонн из Центральной России (г. Белгород) до порта Танжер через порт Санкт-Петербург в феврале 2022 г. составляла 6 000 долл. США. Ставка, рассчитанная по курсу ЦБ РФ на 01/02/2022 с учетом действующих тарифов, включает наземную доставку контейнера с грузом весом 27 тонн нетто, фрахт, дизель-генератор, таможенное оформление, внутрипортовое экспедирование, взвешивание контейнера. Общее транзитное время составляет около 20–25 дней.

В рамках программы поддержки экспорта, на основании Постановления Правительства РФ № 1104 от 15 сентября 2017 г., экспортеры имеют право на возмещение 25% затрат, понесенных при транспортировке продукции АПК на зарубежные рынки, посредством подачи соответствующей заявки в Российский экспортный центр. Более детальная информация размещена в разделе 11 «Государственная поддержка экспорта продукции АПК».

## **Таможня**

Таможенное оформление шоколадных изделий на экспорт осуществляется двумя способами: с использованием печати таможенного представителя и с помощью собственной электронно-цифровой подписи экспортера. Для таможенного оформления необходимы следующие документы:

- международный контракт (внешнеторговый контракт);
- уникальный номер контракта (бывший паспорт сделки);
- инвойс;
- спецификация;
- упаковочный лист;
- подтверждение платежа (согласно условиям контракта).

Оформление экспортной декларации возможно на таможенном посту как по месту нахождения отправителя, так и в пункте пересечения границы РФ.

## **Документы для возмещения НДС**

При экспорте шоколада поставщик имеет право на возмещение уплаченного НДС. Для осуществления этой процедуры обязательным является подтверждение факта экспорта. Необходимы следующие документы:

- международный контракт;
- уникальный номер контракта (в случае его оформления);
- инвойс;
- спецификация;
- упаковочный лист;
- подтверждение платежа (согласно условиям контракта);

- CMR-накладная;
- поручение на погрузку (в случае морской перевозки);
- коносамент;
- декларация таможни с печатью о вывозе товара с территории РФ.

## Логистические риски

При продаже товара на условиях Incoterms риски экспортера/отправителя по хранению и доставке продукции отнюдь не исключаются. Если получатель отказался от груза или судоходная линия по каким-либо причинам не может потребовать с получателя причитающиеся ей платежи, то на основании коносамента она имеет право взыскать соответствующие суммы с отправителя груза.

В моменты существенного падения рыночной цены на товар возможны отказы от предоплаты за груз и получения груза, находящегося в пути. Подобные действия со стороны получателя/покупателя ведут к риску простоя контейнеров в порту назначения за счет продавца/отправителя. Если в сделке участвует трейдер, не указанный в коносаменте, риски по простоям несет отправитель.

Нередко возникают споры с транспортными компаниями по вопросам качества доставленного товара. Перевозчик (как морской, так и наземный) вправе требовать от стороны, предъявляющей претензию, доказательств качества погруженной продукции. По этой причине рекомендуется присутствие на погрузке сюрвейера, контролирующего количество и качество отгружаемой продукции. Предоставление сюрвейерского отчета часто позволяет обоснованно ответить на претензию получателя и сократить возможные потери.

С экспортной продукцией работают следующие сюрвейерские компании:

- SGS;
- TOP FRAME;
- IPC NORMANN.

## 5.2. Формы присутствия на рынке

Королевство Марокко считается самым «европейским» государством Африканского континента и известно своей открытостью для ведения бизнеса и иностранных инвестиций. У зарубежных компаний всегда есть возможность выбора между работой с дистрибьюторами, агентами по сбыту и прямыми продажами.

Для организации прямых продаж существуют следующие формы присутствия на рынке:

- товарищества: полное товарищество, командитное товарищество, совместное предприятие;
- коммерческие компании: компания с ограниченной ответственностью, публичная компания с ограниченной ответственностью, упрощенная публичная компания с ограниченной ответственностью, товарищество с ограниченной ответственностью по акциям;
- филиалы.

## Особенности ведения бизнеса

Бизнес в Марокко можно создать всего за несколько дней. Прямые иностранные инвестиции не попадают под ограничения, за исключением стратегических секторов (рыболовство, СМИ, оборонная промышленность, банковское дело и страхование). Кроме того, по отдельным проектам иностранным инвесторам предлагаются меры поддержки (субсидии и специальные налоговые льготы)<sup>6</sup>, а также инвестиционный режим свободных экономических зон. Более подробная информация об особых экономических зонах представлена в Приложении №1.

На начальном этапе лучше действовать через местного **дистрибьютора** или эксклюзивного **агента**. Такая модель организации работы на рынке для доставки товаров небольшими партиями окажется более экономичной, чем поиск контрагентов для перевозки и хранения из России. Сотрудничество с местной компанией позволит найти долгосрочных клиентов и заработать положительную репутацию продукта на рынке. По условиям договора агент имеет право на вознаграждение в зависимости от стоимости заключенных контрактов<sup>7</sup>.

При крупных объемах поставок есть смысл открыть свое **представительство** в стране. В этом случае на месте нанимается внештатный сотрудник на условиях консультационного контракта с фиксированной оплатой. Представитель будет заниматься организацией прямых продаж корпоративным и оптовым клиентам.

Зарубежные компании, планирующие создать постоянное представительство в Марокко, могут открыть филиал (succursale). Филиал не является самостоятельным юридическим лицом и не располагает собственными активами. Соответственно, отсутствует требование к оплаченному капиталу. Для регистрации

---

<sup>6</sup> Инвестиционная хартия ([Investment Charter](#))

<sup>7</sup> <https://bit.ly/3n1hoWF>

потребуется законный представитель, которому не обязательно быть резидентом Марокко<sup>8</sup>.

## Регистрация компании

При прямых продажах иностранные производители часто выбирают такие формы бизнеса, как компания с ограниченной ответственностью (SARL) или публичная компания с ограниченной ответственностью (SA). Учреждение компании доступно любым юридическим и физическим лицам, без требований к резидентству. При этом все директора должны быть акционерами компании.

Табл. 10. Формы бизнеса для иностранных инвесторов в Марокко

Организационно-правовая форма	Характеристика организации
Компания с ограниченной ответственностью (société à responsabilité limitée)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Самая популярная форма для малого и среднего бизнеса.</li><li>• Создается 1–50 учредителями, без требований к минимальному оплаченному капиталу (рекомендуемый размер — 100 тыс. дирхам)</li></ul>
Публичная компания с ограниченной ответственностью (société anonyme)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Больше подходит для крупных инвестиций.</li><li>• Требуется не менее 5 акционеров и минимальный уставный капитал в размере 300 тыс. дирхам (или 3 млн дирхам при публичном размещении акций)<sup>9</sup>.</li><li>• Акции находятся в свободном обращении</li></ul>
Упрощенная публичная компания с ограниченной ответственностью (société anonyme simplifiée)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Оптимальный вариант для иностранных инвесторов и совместных проектов.</li><li>• Компания может быть создана одним акционером, без требований к минимальному оплаченному капиталу<sup>10</sup>.</li><li>• Наиболее гибкий подход к корпоративному управлению</li></ul>

В Марокко компания может быть зарегистрирована по принципу «одного окна» в одном из 16 региональных инвестиционных центров (Centre Regional d'Investissement). Регистрационное свидетельство, как правило, выдается в течение одной недели после подачи заявления (с приложением копии документа, удостоверяющего личность заявителя) и оплаты регистрационного сбора.

<sup>8</sup> <https://clck.ru/ageXt>

<sup>9</sup> Подробнее о формах бизнеса см. [Деловой гид](#) Управления по торговле и инвестициям Марокко AMDIE.

<sup>10</sup> Подробнее см. <https://clck.ru/ebxcl>.

Процедура регистрации состоит из следующих этапов<sup>11</sup>:

- 1) Получение свидетельства о доступности названия компании (Certificat Négatif) при личном обращении в Региональный инвестиционный центр или через [сайт](#).
- 2) Регистрация в Коммерческом суде (Tribunal du Commerce), корпоративном реестре, налоговых органах и легализация юридических документов. Все документы должны быть представлены на арабском языке.
- 3) Изготовление печати компании.
- 4) Регистрация сотрудников в системе социального страхования (Caisse Nationale de Sécurité Sociale) при личном обращении в организацию или через портал [Damancom](#).

В процессе регистрации дополнительно потребуется:

- указать адрес офиса по договору аренды или в бизнес-центре (из-за низкой стоимости это самый популярный вариант размещения новых компаний);
- открыть банковский счет (обязательное требование, если размер уставного капитала превышает 100 тыс. дирхам);
- составить устав компании и представить его в инвестиционный центр по месту регистрации;
- представить отчет об иностранных инвестициях в Управление валютного контроля (Office des Changes), чтобы иметь возможность свободного перевода за границу доходов от инвестиций в Марокко в соответствии с [правилами валютного контроля](#).

Основу корпоративного законодательства Марокко составляют следующие законы: Кодекс обязательств и договоров (Dahir des Obligations et des Contrats), Закон № 17-95 об акционерных обществах и Закон № 5-96 об обществах с ограниченной ответственностью<sup>12</sup>. Более подробно с актуальными положениями законодательства Марокко можно ознакомиться в Приложении №2.



---

<sup>11</sup> Подробнее о стоимости и продолжительности этапов регистрации см. Обзор Всемирного банка [Doing Business](#) по Марокко.

<sup>12</sup> <https://clck.ru/agegz>

## 5.3. Защита интеллектуальной собственности

Марокко является членом Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС) и участником основных международных соглашений, обеспечивающих охрану интеллектуальных прав. В рамках национальной юрисдикции вопросами регистрации и защиты интеллектуальных прав занимается Управление промышленной и коммерческой собственности Марокко (OMPIC).

Табл. 11. Охрана интеллектуальной собственности в Марокко

Объект интеллектуальной собственности и национальный закон	Срок охраны	Международный договор
<b>Патент</b>  <u>Закон № 17-97 об охране промышленной собственности</u>	20 лет	<u>Парижская конвенция по охране промышленной собственности</u>  <u>Договор о патентной кооперации</u>
<b>Товарный знак</b>  <u>Закон № 17-97 об охране промышленной собственности</u>	10 лет (с продлением на 10 лет)	<u>Договор о законах по товарным знакам</u>  <u>Протокол к Мадридскому соглашению о международной регистрации знаков</u>
<b>Авторское право</b>  <u>Закон об авторском праве и смежных правах</u>	В течение всей жизни автора и 70 лет после его смерти	<u>Бернская конвенция по охране литературных и художественных произведений</u>

### Регистрация товарного знака

При выходе на рынок страны рекомендуется зарегистрировать товарный знак для защиты бренда от незаконного использования и копирования. В Марокко товарный знак — это обозначение, которое может быть представлено в графическом изображении для различения продуктов и услуг физического или юридического лица.

К товарным знакам относятся:

- словесные товарные знаки (слова или сочетания слов, букв, цифр);
- изобразительные товарные знаки (изображение или графика);

- комбинированные товарные знаки (комбинации словесных и изобразительных элементов);
- звуковые товарные знаки (в виде нотной записи);
- обонятельные товарные знаки (ароматы);
- объемные товарные знаки.

Зарегистрировать товарный знак в Марокко можно по международной или национальной процедуре.

**Международная процедура** предполагает регистрацию в рамках Мадридского соглашения и состоит из следующих этапов:

- 1) Заявление на национальную регистрацию подается в местное патентное ведомство — Роспатент (в случае российских компаний).
- 2) На базе национального заявления в Роспатент подается международная заявка.
- 3) Роспатент передает международную заявку в ВОИС.
- 4) ВОИС направляет заявку в ОМРИС.
- 5) ОМРИС проводит экспертизу обозначения. В случае соответствия требованиям национального законодательства товарный знак регистрируется и публикуется в официальном бюллетене.
- 6) Правообладатель получает свидетельство о правовой охране знака.

Образец мадридской заявки размещен на сайте ВОИС. Заявка заполняется на английском, французском или испанском языке. Рассмотрение заявки отслеживают по базе Global Brand Database. Стоимость международной регистрации складывается из пошлины мадридской системы (рассчитывается по калькулятору ВОИС и пошлины Роспатента за обработку международной заявки.

**Национальная процедура** состоит из шести шагов<sup>13</sup>.

**Шаг № 1.** Перед подачей заявления необходимо:

- провести предварительный поиск сходных знаков по базам данных ОМРИС и определить класс(ы) МКТУ<sup>14</sup>;

---

<sup>13</sup> <https://clck.ru/ageun>

<sup>14</sup> Возможна регистрация товарного знака в нескольких классах сразу согласно 11-й редакции Международной классификации товаров и услуг (МКТУ), которая включает 34 класса товаров.

- выбрать для подачи заявления агента-резидента Марокко (специалиста по промышленной собственности, юриста или представителя по доверенности).

#### **Шаг № 2.** Выбор способа подачи заявки.

Заявление на регистрацию можно подать в ОМРПС в Касабланке или в одном из 28 региональных подразделений, а также в режиме онлайн на сайте [DirectInfo](#).

#### **Шаг № 3.** Подача документов.

Заявление заполняется по форме М1<sup>15</sup>. К нему прилагаются изображение товарного знака (2 экз. черного-белого или цветного изображения), квитанция об уплате пошлины<sup>16</sup> и доверенность на имя агента.

#### **Шаг № 4.** Экспертиза заявки.

Экспертиза проводится как по формальным признакам (полнота и правильность заполнения документов), так и по существу — по абсолютным основаниям для отказа в регистрации (на основании статьей 133–135, 148 Закона № 17-97).

#### **Шаг № 5.** Публикация.

Сведения о регистрации товарного знака публикуются в официальном бюллетене [Official Catalogue of Trademarks](#).

#### **Шаг № 6.** Регистрация.

По истечении двух месяцев после публикации и при отсутствии возражений заявителю или его агенту выдается свидетельство о регистрации товарного знака.

Процедура регистрации занимает около 7 месяцев и обеспечивает правовую охрану знака в течение 10 лет. Следует учитывать, что правовая охрана может быть прекращена досрочно, если товарный знак не использовался в течение 5 лет после регистрации.

Регистрация дает исключительное право собственности на товарный знак в отношении заявленных товаров (услуг) и запрещает третьим лицам использовать его без разрешения.

---

<sup>15</sup> Формы [ОМРПС](#).

<sup>16</sup> Тарифы [ОМРПС](#).

## Защита товарного знака

Власти Марокко особо пристально следят за случаями пиратства и контрафакта. В частности, возможны изъятие, конфискация и уничтожение контрафактной и пиратской продукции, а также оборудования, используемого для ее производства. В уголовных делах эффективное правоприменение обеспечивается за счет процедуры *ex officio* (действий компетентных органов по собственной инициативе).

Правообладатель может обратиться за защитой товарного знака в суд по коммерческим спорам с требованием возмещения ущерба и/или вынесения судебного запрета в отношении нарушителя. Нарушение права на товарный знак наказывается лишением свободы или штрафом (в зависимости от характера правонарушения).

Владелец общеизвестного знака в силу положений Парижской конвенции может потребовать аннулирования сходного с ним знака третьих лиц.



## Географические указания и наименования мест происхождения

Географическое указание — это обозначение, которое указывает, что товар происходит с определенной территории, из конкретного района или местности и обладает качеством, репутацией или иными характерными особенностями, обусловленными местом его происхождения.

Географическое указание хотя и не является исключительным правом, но защищает название продукции от использования его другими производителями за пределами географического объекта (или в нарушение спецификаций).

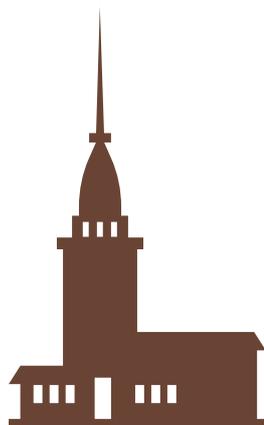
Географическое указание закрепляется за всеми производителями на определенной территории и не требует продления, что является преимуществом с точки зрения затрат.

Наименование места происхождения — это географическое наименование страны, района или местности, служащее для обозначения продукта, который происходит из данной страны, района или местности и качество и особенности которого обусловлены исключительно географической средой, включая природные и человеческие факторы.

## Регистрация доменного имени

Одним из способов защиты бренда в Марокко является регистрация в домене .МА. Вопросами регулирования информационно-коммуникационных технологий занимается Национальное агентство телекоммуникаций ([ANRT](#)). Необходимо направить заявку через регистратора<sup>17</sup> в компанию [Itissalat Al-Maghrib](#), которая в настоящее время является администратором доменных имен. Все заявки на регистрацию обрабатываются по принципу первого заявителя.

Доменные споры разрешаются с применением внесудебной процедуры (Alternative Dispute Resolution), в том числе через Центр ВОИС по арбитражу и посредничеству ([WIPO Arbitration and Mediation Center](#)).



<sup>17</sup> Общую сумму пошлин можно посчитать с помощью [калькулятора ВОИС](#).

# Продвижение продукции

---



6

Содержание

---



## **6.1.**

Ключевые факторы успеха на рынке

## **6.2.**

Отраслевые выставки

## **6.1. Ключевые факторы успеха на рынке**

### **Ассортимент шоколадных кондитерских изделий**

Для российских поставщиков очень важно выбрать наиболее популярные в Марокко форматы шоколадных кондитерских изделий. Самыми востребованными являются плиточный шоколад и шоколадные конфеты в форме батончика — на их долю в розничном объеме продаж в натуральном выражении приходится по 29,9 и 21,0% соответственно. Кроме того, популярность на местном рынке набирают шоколадные пасты. В среднесрочной перспективе эксперты прогнозируют рост потребления этого вида шоколадной продукции.

### **Тенденции здорового питания**

В Марокко наблюдается рост интереса к здоровому образу жизни в целом и к важнейшему его компоненту — правильному питанию в частности. Прогнозируется рост продаж темного шоколада, органического шоколада и кондитерских изделий из такого шоколада, особенно среди населения со средним и высоким уровнем дохода. Однако российским поставщикам нецелесообразно делать ставку только на органическую продукцию и темный шоколад, так как экономические последствия пандемии, скорее всего, создадут ограничения для покупки этих товаров из-за их более высокой стоимости для потребителей.

### **Добровольная сертификация**

Наличие общепризнанных (помимо обязательных для Марокко) сертификатов соответствия нормам и требованиям пищевой промышленности значительно упростит продвижение российского шоколада и шоколадной кондитерской продукции в королевстве. Кроме чисто гигиенических и санитарных сертификатов целесообразно, учитывая преимущественно мусульманское население страны, получение сертификата «Халяль», который может распространяться и на шоколадные кондитерские изделия.

### **Выбор формата присутствия**

Сотрудничество с местной компанией необходимо для того, чтобы найти долгосрочных клиентов и заработать положительную репутацию продукта на рынке Марокко. На начальном этапе продвижения на рынок шоколада и шоколадных кондитерских изделий в Марокко российским поставщикам имеет смысл действовать через местного дистрибьютора или эксклюзивного агента. При таком формате сотрудничества доставка товаров небольшими партиями окажется более экономичной, чем поиск контрагентов для перевозки и хранения из России. Когда объемы поставок значительно увеличатся, можно открыть свое представительство в стране.

## 6.2. Отраслевые выставки

Название выставки	Место проведения	Даты проведения
<b>Morocco FoodExpo</b>  Международная выставка продуктов питания, индустрии гостеприимства и технологий  <a href="http://www.moroccofoodexpo.com/">http://www.moroccofoodexpo.com/</a>	<b>Касабланка</b> Foire Internationale de Casablanca	13 – 15.09.2022
<b>Morocco SIEMA</b>  Международная выставка по переработке, упаковке и оборудованию для пищевой промышленности  <a href="http://www.siemamaroc.com/">http://www.siemamaroc.com/</a>	<b>Касабланка</b> Foire Internationale de Casablanca	13 – 15.09.2022
<b>SIAB Expo Maroc</b>  Международная выставка продуктов питания и напитков  <a href="http://siabexpo.com/en/home/">http://siabexpo.com/en/home/</a>	<b>Касабланка</b> Foire Internationale de Casablanca	Ноябрь 2022 г. (даты уточняются)

# Особенности деловой культуры

---



7



Большинство марокканцев исповедуют ислам, что оказывает существенное влияние на деловую культуру этой страны. Кроме того, Марокко является бывшим французским протекторатом, и многие методы ведения бизнеса заимствованы у французов. Сочетание мусульманских, французских, а также арабских и берберских культурных традиций придает деловому этикету Марокко неповторимое своеобразие. Как и в других арабских средиземноморских странах, в марокканской деловой культуре огромное значение имеют иерархия и личные отношения. В компаниях решения принимают руководители, а участие остальных звеньев иерархической вертикали довольно ограничено. С младшими сотрудниками можно проконсультироваться, однако их участие необязательно повлияет на результат.

## **Планирование и проведение встреч**

Марокканцы неохотно ведут дела с малознакомыми людьми, поэтому при первой встрече важно произвести благоприятное впечатление. Пытаясь составить представление о новых зарубежных партнерах, марокканцы могут задавать вопросы, которые в западном обществе сочли бы чересчур личными. В марокканской же культуре такая манера общения считается приемлемой и способствует созданию доверительных отношений, а это располагает к заключению сделки.

По правилам этикета на бизнес-встречу партнерам необходимо прибыть вовремя, но сами марокканцы могут быть не столь пунктуальны. Вполне возможно, что их придется подождать. Следует отнестись к этому с терпением и пониманием. Сопровождения могут начинаться и заканчиваться намного позже, чем планировалось изначально.

На встречу с марокканскими деловыми партнерами рекомендуется взять с собой переводчика, так как большинство переговоров ведется на французском языке (также на арабском, реже на английском).

## **Этикет приветствия**

При первом знакомстве марокканцы обмениваются легкими рукопожатиями. Знакомые мужчины, как правило, приветствуют друг друга рукопожатием и могут обменяться поцелуями поочередно в обе щеки. Такая же форма допустима между женщинами. Представителей противоположного пола так приветствовать не принято. Если женщина первой не протягивает руку, мужчине достаточно адресовать ей легкий поклон или кивок. Для правоверных мусульман рукопожатия с противоположным полом недопустимы.

Рекомендуется обращаться к деловым партнерам со словами «мистер», «миссис» или «мисс». После первого знакомства возможно обращаться друг к другу по имени.

## **Стиль одежды**

Следует придерживаться консервативного стиля при выборе одежды для деловых встреч. При этом важно не выглядеть старомодно. Для мужчин предпочтителен темный деловой костюм. Для женщин — темный брючный костюм, длинная юбка или платье. Оставляя открытые участки тела, кроме кистей рук и лица, недопустимо.

## **Подарки**

Обмениваться подарками на первой деловой встрече не принято. Однако после знакомства марокканские деловые партнеры могут пригласить к себе домой. В этом случае необходим подарок. Можно принести фрукты, выпечку, кондитерские изделия, цветы. Согласно канонам ислама, нельзя дарить алкоголь. Если подарок в упаковке, в присутствии дарителя открывать его не принято.

## **Визитные карточки**

Обмен визитными карточками — не слишком распространенная практика в марокканской культуре, но это допустимо. Желательно, чтобы текст карточек был напечатан на французском и/или арабском языках, хотя бы с одной стороны. Обмениваться визитками следует правой рукой, так как левая в мусульманских странах считается «нечистой».

## **Деловое общение**

Переговоры, как правило, длятся долго и не придерживаются строгого плана. Большинство встреч начинаются со светской беседы, например о погоде, семье, спорте. Рекомендуется избегать разговоров о политике, религии и королевской семье. В марокканской культуре очень важно «сохранять лицо», что предполагает уход от прямых формулировок, особенно негативного содержания, а также от открытого обсуждения проблем, противоречий и от публичного признания невыполнения обязательств. Неприязнь у марокканских партнеров могут вызвать напористость, агрессивное навязывание предложений, критические высказывания. Необходимо проявлять такт, сдержанность, не допускать конфликтных ситуаций. Важно обдумывать услышанное, стараться уловить скрытый подтекст, тонкие намеки на возможные разногласия.

Процесс принятия решений у марокканцев небыстрый и проходит в несколько этапов. Переговоры, особенно связанные с обсуждением цен, занимают достаточно много времени. Марокканцы всегда стремятся к тому, чтобы последнее слово оставалось за ними, поэтому важно начинать обсуждение цен с такого уровня, который позволит без ущерба снизить планку запроса и создать у марокканских партнеров впечатление, что именно они определили ценовые рамки.

В бизнес-культуре Марокко перебивать кого-то не считается грубостью. Участники встречи нередко говорят одновременно, поэтому рекомендуется периодически акцентировать внимание партнеров на ключевых моментах, чтобы удостовериться, что все правильно понято.

После завершения переговоров может последовать приглашение на ужин домой или в ресторан. В обоих случаях важно выглядеть элегантно, а также удостовериться, ждут ли вас одного/одну или вместе с супругой/супругом. При входе в дом необходимо снять обувь, затем поприветствовать каждого из присутствующих отдельно. За столом брать еду следует правой рукой и с ближайшего края общего блюда.

Планируя деловой визит в Марокко, учитывайте нерабочие праздничные дни. В священный месяц Рамадан часы работы сокращаются, поэтому лучше назначать первые встречи до или после этого периода.

Табл. 12. Государственные праздники Марокко в 2022 г.

Праздник	Дата
Новый год	1 января
День Манифеста независимости <sup>18</sup>	11 января
День труда	1 мая
Ид аль-Фитр (Ураза-байрам)	3 мая
Ид аль-Адха (Курбан-байрам)	9 июля
Фатих Мухаррам (Первый день нового исламского календарного года, исламский Новый год)	30 июля
День престола <sup>19</sup>	30 июля
День возвращения Уэд-Эд-Дахаб (День верности) <sup>20</sup>	14 августа

<sup>18</sup> Праздник в честь петиции марокканцев к французским властям в 1944 г. с требованием предоставить стране независимость

<sup>19</sup> Праздник в честь восхождения короля Мухаммеда V на престол в 1927 г.

<sup>20</sup> Праздник в честь передачи Марокко области Уэд Эд-Дахаб, расположенной на спорной территории Западной Сахары

Продолжение табл. 12.

Праздник	Дата
День революции (День короля и народной революции) <sup>21</sup>	20 августа
День молодежи и День рождения действующего короля Мухаммеда VI	21 августа
День рождения Пророка Мухаммеда	8 октября
День Зеленого марша <sup>22</sup>	6 ноября
Канун Нового года <sup>23</sup>	31 декабря



<sup>21</sup> Праздник в память возвращения короля Мухаммеда V в Марокко в 1955 г. после периода изгнания и в честь возобновления борьбы за независимость страны

<sup>22</sup> Праздник в честь массовой демонстрации в ноябре 1975 г. с требованием к Испании вернуть Марокко спорную территорию Западной Сахары

<sup>23</sup> Праздник в честь окончательного признания Францией независимости Марокко в 1956 г.

# Преимущества и риски осуществления поставок

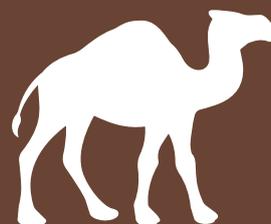
---

A glass of chocolate milk with a splash, and several pieces of chocolate on a dark background.

8

Содержание

---



## **8.1.**

Преимущества

## **8.2.**

Риски

## 8.1. Преимущества

### Рост потребления

В Марокко наблюдается тенденция ежегодного увеличения объемов общего потребления шоколада и шоколадных кондитерских изделий. Эксперты прогнозируют дальнейший рост рынка этой продукции до уровня 22,5 тыс. тонн в 2025 г.

### Зависимость от импорта

Внутреннее производство шоколада и шоколадных кондитерских изделий в Марокко незначительно. Поэтому страна вынуждена импортировать почти весь объем потребляемого шоколада и шоколадных кондитерских изделий. Ожидается, что в среднесрочной перспективе зависимость от импорта сохранится.

### Политическая стабильность

Политическая ситуация в Марокко характеризуется относительной стабильностью. Страна активно привлекает иностранные инвестиции, налаживает инфраструктуру торговли и экономические отношения с другими государствами. В отличие от многих стран африканского континента, при поставках продукции в Марокко исполнение обязательств перед российскими поставщиками имеет сопоставимую с мировыми стандартами гарантию.

## 8.2. Риски

### Административные барьеры

В 2020 г. в рейтинге Doing Business Всемирного банка Марокко заняло 58-е место из 190 стран по трансграничной торговле. Для таможенного контроля страны характерны высокая стоимость и продолжительность оформления.

### Протекционистские меры со стороны правительства

С 1 января 2021 г. для российского шоколада и шоколадных кондитерских изделий стала применяться повышенная ставка ввозных таможенных пошлин, которая увеличилась с 17,5 до 40%.

## **Высокий уровень конкуренции и концентрации рынка**

Весь объем импорта шоколада и шоколадных кондитерских изделий в Марокко на 70% формируется поставками из 5 стран — крупнейших поставщиков. На долю самого крупного экспортера шоколада и шоколадных кондитерских изделий в Марокко — Испанию — приходится 27% всех поставок в натуральном выражении. В розничной торговле шоколадными кондитерскими изделиями в королевстве аналогичная ситуация. Несколько крупных дистрибьюторов и один местный производитель контролируют почти 50% рынка шоколада и шоколадных кондитерских изделий в стране.



# Карта действий экспортера

---





Организацию экспортных поставок шоколада в Марокко целесообразно планировать после тщательного изучения рынка и его специфики. Важно убедиться, что продукция, которую планируется экспортировать в Марокко, будет востребована потребителями. Ошибка в планировании на начальном этапе приведет к тому, что торговая наценка не обеспечит покрытия всех издержек.

Деловые отношения с зарубежными партнерами начинаются задолго до подписания контракта. Компании-поставщику необходимо провести глубокий анализ своей подготовленности к выходу на рынок Марокко. При необходимости следует внести коррективы, учитывая следующие аспекты:

- достаточность производственных и ресурсных мощностей для экспорта товаров;
- соответствие маркировки, упаковки и дизайна продукции стандартам Марокко;
- определение оптимального способа реализации продукции.

При подготовке к выходу на рынок, до начала осуществления поставок, необходимо изучить наличие технических барьеров в Марокко.

Целесообразно использовать изложенный ниже алгоритм действий.

### **Этап 1 — Планирование экспорта**

- Получение общей информации о барьерах выхода на локальный рынок.
- Определение возможных запретов и ограничений на импорт.
- Выяснение обязательных требований в отношении ввозимого товара.
- Анализ степени соответствия обязательным требованиям.
- Определение формы оценки соответствия и подготовка необходимых документов.
- Оформление маркировки.
- Оценка ожиданий целевого рынка.
- Обеспечение охраны интеллектуальной собственности.

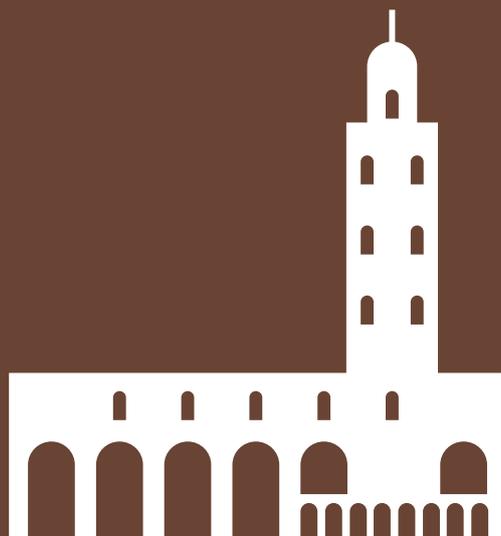
**Этап 2 — Подготовка к поставкам**

- Выбор партнера или торгового агента в Марокко.
- Подготовка полного пакета документов для таможни.
- Выполнение правил экспорта и присвоение товарам правильных кодов ТН ВЭД.
- Оплата пошлин и сборов с учетом имеющихся льгот.
- Организация перевозки и страхование груза.

Контактная информация

---

10



## Потенциальные партнеры

Компания	Профиль	Контактная информация
<b>Dislog SA</b>	Импорт и дистрибуция	Адрес: 409 Route El Jadida — 20410, Casablanca Тел.: +212 522 592445/2972 E-mail: contact@hns.ma Сайт: <a href="https://hns.ma">https://hns.ma</a>
<b>Foods &amp; Goods</b>	Импорт и дистрибуция	Адрес: Zone Industrielle Ouled Salah Ennour 2 Lot Si 7/19 — Nouaceur Тел.: +212 522 590060 E-mail: info@fg.ma Сайт: <a href="http://www.fg.ma">http://www.fg.ma</a>
<b>Nestlé Maroc</b>	Импорт и дистрибуция	Адрес: Casa nearshore (Sidi Maarouf), shore 10 n° 401-402-502 — b.p.13014 — 20270, Casablanca Тел.: +212 520 158800 E-mail: mohamed.hamdail@ma.nestle.com Сайт: <a href="http://www.nestle-mena.com">www.nestle-mena.com</a>
<b>Finetti</b>	Импорт и дистрибуция	Адрес: 2, Bd Sfax, Zone industrielle Aïn Sebaâ — 20590, Casablanca Тел.: +212 522 340970 E-mail: contact@finetti.ma Сайт: <a href="http://www.finetti.ma">www.finetti.ma</a>
<b>Label'Vie</b>	Импорт и розничная торговля	Адрес: Route Nationale 1, Km 3,5 Commune de Sebbah — Skhirat Тел.: +212 537 569595 E-mail: contact@labelvie.ma Сайт: <a href="http://www.labelvie.ma">www.labelvie.ma</a>
<b>Candy Crash</b>	Импорт и дистрибуция	Адрес: Rue Mohamed Errachid -ex Plage, Iman Center, 4° étg. 20000, Casablanca Тел.: +212 522 543370 E-mail: contact@candycrash.ma Сайт: <a href="http://www.candycrash.ma">www.candycrash.ma</a>
<b>Food Group Trading</b>	Импорт и дистрибуция	Адрес: Food group trading 26, bd Massira El Khadra — 20100, Casablanca Тел.: +212 522 392013 E-mail: foodgrouptrading@gmail.com Сайт: <a href="http://www.foodgrouptrading.com">www.foodgrouptrading.com</a>

## Контактная информация

Компания	Профиль	Контактная информация
<b>Soparim Food</b>	Импорт и дистрибуция	Адрес: Food group trading 26, bd Massira El Khadra — 20100, Casablanca Тел.: +212 522 392013 E-mail: foodgrouptrading@gmail.com Сайт: www.foodgrouptrading.com
<b>Madico</b>	Импорт и дистрибуция	Адрес: 81 Rue Rahal Ben Ahmed, Casablanca Тел.: +212 522 243028 E-mail: soparim-food@menara.ma
<b>Sopalim</b>	Импорт и дистрибуция	Адрес: 50, rue Karatchi - 20000, Casablanca Тел.: +212 522 318174/44 9746 E-mail: sopalim.maroc@gmail.com / sopalim@menara.ma

## Полезные организации

Организация	Контактная информация
<b>Министерство сельского хозяйства и морского рыболовства</b>  (Ministère de l'Agriculture et de la Pêche Maritime)	Адрес: Avenue Mohamed V, Quartier administratif Place Abdellah Chefchaouni B.P.607, Rabat Тел: +212 537 665495; +212 657 832128 E-mail: agri.contact@gmail.com Сайт: <a href="https://www.agriculture.gov.ma/">https://www.agriculture.gov.ma/</a>
<b>Национальное управление продовольственной безопасности Министерства сельского хозяйства и морского рыболовства</b>  (Ministère de l'Agriculture et de la Pêche Maritime Office National de la Sécurité Sanitaire des Produits Alimentaires)	Адрес: Avenue Mohamed V, Quartier administratif Place Abdellah Chefchaouni B.P.607, Rabat Тел: +212 537 676500 E-mail: contact@onssa.gov.ma Сайт: <a href="http://www.onssa.gov.ma/fr/">http://www.onssa.gov.ma/fr/</a>
<b>Департамент развития производственных секторов Министерства сельского хозяйства и морского рыболовства</b>  (Ministère de l'Agriculture et de la Pêche Maritime Direction de Développement des Filières de Production)	Адрес: Av. Hassan II, Km 4, station Dbagh — Rabat Тел: +212 537 694133 Сайт: <a href="https://clck.ru/ebyLZ">https://clck.ru/ebyLZ</a>

Контактная информация

Организация	Контактная информация
<p><b>Управление контроля качества — порт Касабланка</b></p> <p>(Direction du Contrôle de la Qualité — Port de Commerce de Casablanca)</p>	<p>Адрес: 2ème étage, Capitainerie du Port, Port de Casablanca, Casablanca 20000 Тел: +212 223 17047 E-mail: dcqcasa@yahoo.fr Сайт: <a href="https://clck.ru/agfTm">https://clck.ru/agfTm</a></p>
<p><b>Управление промышленной и коммерческой собственности</b></p> <p>(Office Marocain de la Propriété Industrielle et Commerciale)</p>	<p>Адрес: R.S. Road 114 KM 9.5 Nouasseur — SIDI MAAROUF, Casablanca Тел: +212 522 335486 Сайт: <a href="http://www.ompic.ma/">http://www.ompic.ma/</a></p>
<p><b>Марокканский институт стандартизации</b></p> <p>(Institut Marocain de Normalisation)</p>	<p>Адрес: Angle Avenue Kamal Zebdi et Rue Dadi, Secteur 21, Hay Riad, Rabat Тел: +212 537 716214 E-mail: imanor@imanor.ma Сайт: <a href="https://www.imanor.gov.ma/">https://www.imanor.gov.ma/</a></p>
<p><b>Марокканская таможенная администрация</b></p> <p>(Administration de la Douane Marocaine)</p>	<p>Адрес: Avenue Annakhil, Hay Riad, Rabat Тел: +212 537 579001/02/03 Сайт: <a href="https://clck.ru/agfU9">https://clck.ru/agfU9</a></p>
<p><b>Главное таможенное управление</b></p> <p>(Direction Générale des Impôts)</p>	<p>Адрес: 35 Rue Hassan Bencheikroun, Rabat Тел: +212 537 273727 Сайт: <a href="https://clck.ru/agfXe">https://clck.ru/agfXe</a></p>
<p><b>Марокканское агентство по инвестициям и развитию экспорта</b></p>	<p>Адрес: Главный офис: Mahaj Riad Center, Attine Avenue, Business Building No. 5, Hay Riad, Rabat Тел: +212 537 226400 E-mail: morocconow@amdie.gov.ma Сайт: <a href="https://www.morocconow.com">https://www.morocconow.com</a></p>

**Государственная  
поддержка экспорта  
продукции АПК**

---

**11**



## **Действующие меры господдержки**

### **Программа льготного кредитования**

Предоставление льготных краткосрочных и инвестиционных кредитов по ставке от 1 до 5%.

Краткосрочные кредиты (до 1 года) направлены на пополнение оборотных средств и ведение текущей деятельности компании.

Долгосрочные инвестиционные кредиты (от 2 до 15 лет) предназначены для привлечения капитальных затрат для строительства, реконструкции, модернизации производственных мощностей и инфраструктуры.

**Отрасли:** все отрасли

**Компетентные органы:** Минсельхоз России и РОУ АПК

**Регулирование:** постановление Правительства Российской Федерации от 26.04.2019 № 512

### **Программа создания и модернизации объектов АПК**

Поддержка создания и модернизации объектов АПК путем возмещения части прямых понесенных затрат производителю на объекты, создание или модернизация которых начаты не ранее чем за 3 года до подачи заявки на получение господдержки в размере до 20 или 25% от фактической стоимости объекта.

- Отрасли:**
-  масложировая отрасль  
(переработка масличных культур)
  -  зерновые  
(глубокая переработка зерна)
  -  рыба и морепродукты  
(переработка и консервирование рыбы)
  -  молочная отрасль  
(производство сухих молочных продуктов)

**Компетентные органы:** Минсельхоз России и РОУ АПК

**Регулирование:** постановление Правительства Российской Федерации от 12.02.2020 № 137

## Программа льготного лизинга оборудования

Льготный лизинг, направленный на приобретение оборудования, необходимого для омологации продукции агропромышленного комплекса или введения новой продуктовой линейки, соответствующей требованиям внешних рынков. Поддержка предоставляется в виде единовременной скидки при уплате авансового платежа в размере 25 или 45% от стоимости предмета лизинга.

**Отрасли:** все отрасли (акцент на пищевую и перерабатывающую промышленность)

**Компетентные органы:** Минсельхоз России

**Регулирование:** постановление Правительства Российской Федерации от 07.08.2021 № 1313

## Программа компенсации затрат на транспортировку продукции АПК

Компенсация части затрат в размере 25% на доставку продукции АПК железнодорожным, автомобильным, водным и смешанными видами транспорта. Получить компенсацию можно при условии перевозки продукции АПК, которая включена в соответствующий перечень, утвержденный Правительством.

- Отрасли:**
-  живые животные
  -  мясо и пищевые мясные субпродукты, молочная продукция
  -  рыба и морепродукты
  -  живые растения, луковицы, корни
  -  злаки (пшеница, ячмень, кукуруза)
  -  жиры и масла животного и растительного происхождения
  -  сахар и кондитерские изделия, какао и продукты из него
  -  продукты переработки овощей и фруктов
  -  алкогольные и безалкогольные продукты
  -  остатки и отходы пищевой промышленности
  -  органические химические вещества, белковые вещества
  -  необработанные шкуры

**Компетентные органы:** Минсельхоз России и АО «РЭЦ»

**Регулирование:** постановление Правительства Российской Федерации от 15.09.2017 № 1104

## Программа компенсации затрат на сертификацию продукции АПК на внешних рынках

Компенсация части затрат на сертификацию продукции АПК на внешних рынках. Возмещается 50 или 90% объема затрат, фактически понесенных производителями в течение 12 месяцев.

Получить компенсацию можно при условии сертификации продукции АПК, которая включена в соответствующий перечень, утвержденный Минсельхозом России.

- Отрасли:**
-  продукция масложировой отрасли
  -  рыба и морепродукты
  -  мясная продукция
  -  молочная продукция
  -  продукция пищевой и перерабатывающей промышленности

**Компетентные органы:** Минсельхоз России и АО «РЭЦ»

**Регулирование:** постановление Правительства Российской Федерации от 25.12.2019 № 1816

## Программа продвижения продукции АПК на внешние рынки

В рамках федерального проекта «Экспорт продукции АПК» национального проекта «Международная кооперация и экспорт» АО «РЭЦ» реализует программу по созданию (управлению и содержанию) постоянно действующих дегустационно-демонстрационных павильонов российских продуктов питания в иностранных государствах.

Программа создает условия для эффективной коммуникации с потенциальными потребителями продукции за рубежом.

**Отрасли:** все отрасли

**Компетентные органы:** АО «РЭЦ»

**Регулирование:** постановление Правительства Российской Федерации от 26.02.2021 № 255

## Программа компенсации части затрат на участие в зарубежных выставочно-ярмарочных мероприятиях

Возмещение российским экспортерам отдельных видов затрат, связанных с самостоятельным участием в международных выставочно-ярмарочных мероприятиях, проводимых за пределами Российской Федерации. Для субъектов малого и среднего предпринимательства лимит составляет 700 тыс. рублей, для крупного — 2 млн рублей.

**Отрасли:** все отрасли

**Компетентные органы:** Минпромторг России и АО «РЭЦ»

**Регулирование:** постановление Правительства Российской Федерации от 28.12.2020 № 2316

## **Программа софинансирования части затрат на участие в международных конгрессно-выставочных мероприятиях и деловых миссиях**

Софинансирование от 50 до 80% затрат на участие в международных конгрессно-выставочных мероприятиях и деловых миссиях осуществляется в целях финансового обеспечения затрат на реализацию мероприятий, направленных на развитие инфраструктуры повышения международной конкурентоспособности, включая продвижение высокотехнологичных, инновационных и иных видов продукции и услуг на внешние рынки.

**Отрасли:** все отрасли

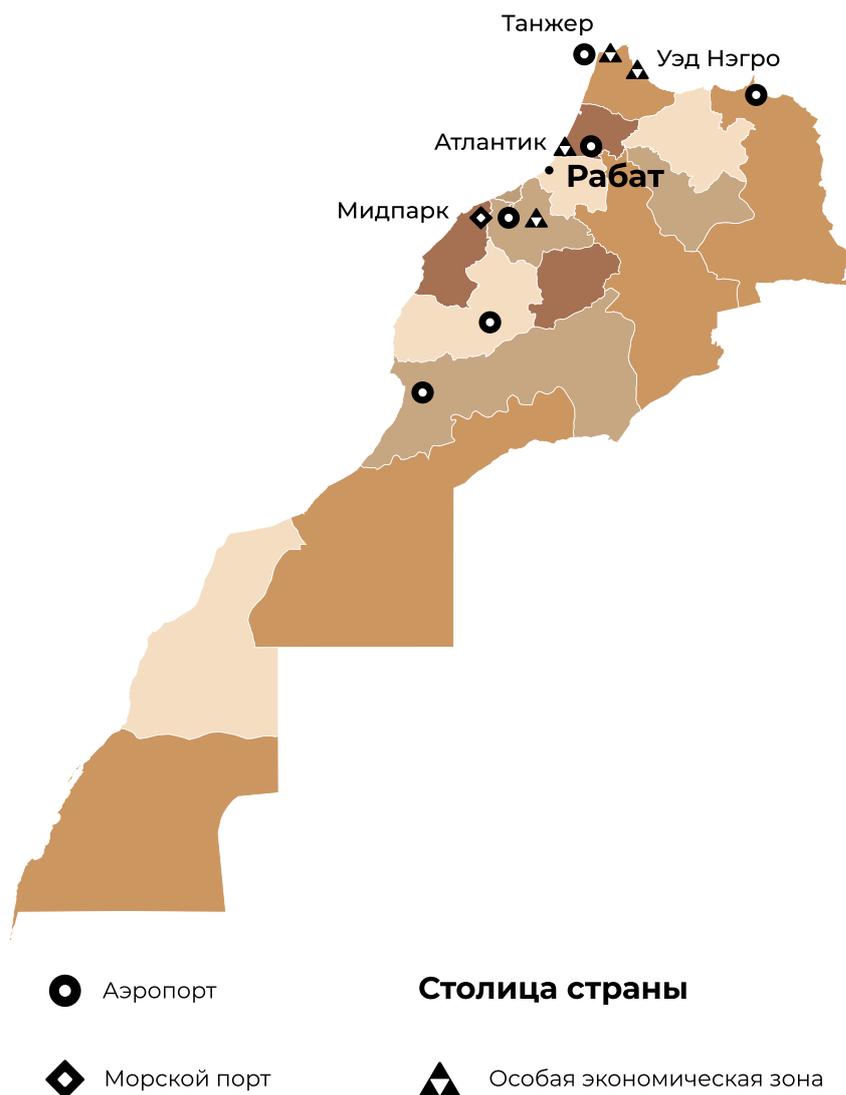
**Компетентные органы:** Минпромторг России и АО «РЭЦ»

**Регулирование:** постановление Правительства Российской Федерации от 28.03.2019 № 342

# Приложение №1.

## Особые экономические зоны

В Марокко развиваются как особые экономические (ОЭЗ), так и промышленные зоны. В 2002 г. правительство страны основало управление особыми экономическими зонами — Специальное агентство «Танжер Мед» (TMSA), под руководством которого ОЭЗ Танжер Мед стала одной из ведущих экономических зон в мире<sup>24</sup>.



*Примечание. Показанные на карте границы, цветовые и графические обозначения, прочие данные не предполагают со стороны ФГБУ «Агроэкспорт», Всемирного банка, Ассоциации предприятий кондитерской промышленности «АСКОНД» ни оценки правового статуса территории, ни подтверждения или принятия обозначенных границ.*

<sup>24</sup> <https://www.fdiintelligence.com/article/78955>

## Особые экономические зоны

В Марокко четыре крупных ОЭЗ. Три из них (ОЭЗ Атлантик, ОЭЗ Мидпарк и свободная зона Танжер) специализируются на тяжелой промышленности; масштабы и направления деятельности четвертой — ОЭЗ Уэд Нэгро — пока не определены<sup>25</sup>. При этом для свободной зоны Танжер заявлено также развитие агропромышленного сектора. Экспортерам продуктов питания эти зоны могут быть интересны с точки зрения логистических возможностей. Например, Medhub, логистический центр в свободной зоне Танжер, располагает мощностями для консолидации скоропортящихся и требующих температурных режимов грузов.

По заявлению правительства, в стране планируется создать 12 новых ОЭЗ<sup>26</sup>. Хотя специализация этих зон по состоянию на конец 2021 г. неизвестна, агробизнес, вероятно, станет одним из видов деятельности на территории новых ОЭЗ. Согласно информации агентства «Танжер Мед», сельскохозяйственный сектор страны демонстрирует рост. Участникам рынка предлагается широкий спектр налоговых и таможенных льгот. Например, снижены импортные пошлины на рафинированный сахар, сухое обезжиренное, цельное молоко и мягкую пшеницу<sup>27</sup>.

## Преференции резидентам ОЭЗ

Стимулы, предлагаемые резидентам ОЭЗ:

- 0% налога на прибыль в течение первых 5 лет работы;
- пониженная ставка 8,75% в течение 20 лет;
- освобождение от уплаты налогов на дивиденды и акции товарищества, а также от пошлин при регистрации и гербовых сборов;
- освобождение от налога на добавленную стоимость и от уплаты сборов при репатриации прибыли.

## Промышленные зоны

Одним из стратегических приоритетов ряда небольших городов страны является поддержка малого и среднего предпринимательства (МСП) с помощью содействия развитию промышленных зон (промышленных парков). Так, в феврале 2017 г. власти одобрили планы по развитию промышленной зоны площадью 8 га в коммуне Дердара (город Шефшауэн на северо-западе страны). Зона

---

<sup>25</sup> <https://clck.ru/agfkY>

<sup>26</sup> <https://clck.ru/agfkC>

<sup>27</sup> <https://clck.ru/agfki>

будет обслуживать малые и средние предприятия, ориентированные на агробизнес<sup>28</sup>.

Государственное агентство по развитию и управлению промышленными зонами и бизнес-парками **MedZ** руководит тремя агропромышленными парками в разных регионах страны.

### **Агрополис (Agropolis)**

С 2011 г. деятельность промышленного парка Agropolis направлена на поддержку основных сельскохозяйственных отраслей региона Фес-Мекнес: производство молока, зерновых и мяса для внутреннего рынка, а также оливок, фруктов и овощей на экспорт. Парк занимает площадь более 140 га.

### **Агропромышленный парк Беркане (Berkane agro-industrial park)**

Созданный в 2012 г. парк специализируется на производстве молочных продуктов, семян и удобрений, кормов для скота и ирригационных насосов. Парк также оснащен холодильными складами и занимает площадь 102 га.

### **Агропромышленный парк Сусс Масса (Souss Massa agro-industrial park)**

Парк запущен в работу в 2019 г. Его резидентами являются более 50 компаний. Парк специализируется на различных видах деятельности, включая производство готовых блюд, а также производство и экспорт арганового и других пищевых масел.

Помимо перечисленных, в Марокко действует более ста мелких региональных промышленных зон, которые тем не менее играют значительную роль в развитии МСП<sup>29</sup>.

Каждая зона обеспечивает благоприятные условия для бизнеса резидентов, сокращая логистические затраты и создавая региональную платформу для консолидации, маркетинга, переработки и сбыта продукции АПК. Несмотря на то, что резиденты промышленных зон не пользуются теми же стимулами, что резиденты ОЭЗ, они имеют доступ к единому центру государственных услуг, а также к профессионально управляемым объектам, общей инфраструктуре и другим услугам.

---

<sup>28</sup> <https://clck.ru/agfrS>

<sup>29</sup> <https://clck.ru/agfrg>

# Приложение №2.

## Нормативно-правовая база

При выходе на рынок Марокко рекомендуется учитывать положения следующих законов и указов:

- [Налоговый кодекс \(2020 г.\);](#)
- [Гражданско-процессуальный кодекс \(2019 г.\);](#)
- [Кодекс обязательств и договоров \(в редакции 2019 г.\);](#)
- [Закон о принятии Торгового кодекса \(2019 г.\);](#)
- [Закон о безопасности продуктов и услуг \(2016 г.\);](#)
- [Закон о свободной ценовой политике и конкуренции \(2014 г.\);](#)
- [Закон о защите промышленной собственности \(2014 г.\);](#)
- [Закон об авторском праве и смежных правах \(2014 г.\);](#)
- [Закон о создании судов по экономическим спорам \(2014 г.\);](#)
- [Постановление Министерства внешней торговли о правилах экспорта и импорта товаров \(2010 г.\);](#)
- [Закон о внешней торговле \(в редакции 1992 г.\);](#)
- [Указ о принятии Таможенно-акцизного кодекса \(1977 г.\).](#)

Более подробно с положениями национального законодательства на английском языке можно ознакомиться на [портале электронного правительства Марокко](#) и на сайте [ВОИС](#).

# Полезная информация на сайте Агроэкспорта

Аналитика — раздел содержит аналитические обзоры по ключевым продуктам и наиболее перспективным зарубежным рынкам, отраслевые обзоры и оперативную статистику российского аграрного экспорта.



Господдержка — в разделе собрана информация о действующих мерах господдержки для российских сельхозпроизводителей и подробные инструкции по участию в каждой из представленных программ.



Мероприятия — в разделе вы найдете информацию о международных мероприятиях для российских экспортеров аграрной продукции, а также анонсы предстоящих мероприятий ФГБУ «Агроэкспорт».



Продвижение — в разделе публикуются все экспортные гиды и краткие версии концепций продвижения, разработанные ФГБУ «Агроэкспорт».



Барьеры — постоянно обновляемая база данных по статусу доступа российской продукции на зарубежные рынки.



Сертификация — раздел содержит информацию о всех видах сертификации, которая может понадобиться для поставок на экспорт: НАССР, Халяль, Кошер и Органика.



Новости — самые актуальные новости аграрного экспорта, а также дайджесты российских и зарубежных СМИ.



## **Мы в социальных сетях:**

Вконтакте: <https://vk.com/aemcx>

Telegram: [www.t.me/mcxae](http://www.t.me/mcxae)

Яндекс Дзен: [www.zen.yandex.ru/id/5ddd1a7cd8a5147cefe9d66c](http://www.zen.yandex.ru/id/5ddd1a7cd8a5147cefe9d66c)

## **Связаться с нами:**

---

Сайт: [www.aemcx.ru](http://www.aemcx.ru)

Телефон: **+7 495 280-74-49**

Почта: [info@aemcx.ru](mailto:info@aemcx.ru)

Вконтакте: <https://vk.com/aemcx>

