

WEBINAIRE

UN ACCOMPAGNEMENT PERSONNALISÉ POUR ACCÉDER AU MARCHÉ EUROPÉEN

19 novembre 2024

Bruxelles – Casablanca
Asmex

Edwin Sluismans

Managing Director

www.ueconnect.eu

OBJECTIF DU SÉMINAIRE :

Vous aider à comprendre les clés pour réussir à vous implanter durablement sur le marché européen.
Comment passer d'une **marque à succès** au Maroc...?



... à une marque durablement implantée en Europe!



OBJECTIF DU SÉMINAIRE :

Nous allons analyser comment faciliter et **développer votre business vers l'UE** en vous aidant :

- **Etape 1**: à maîtriser les contraintes réglementaires

Et

- **Etape 2**: à définir le **business model** qui convient à **vos objectifs**, en définissant votre **Road to Market**

Dans un moment-charnière où la grande distribution européenne doit se réinventer et semble ouverte à des principes de sourcing alternatif (émergence Discount, commerce en ligne et de proximité, enseignes spécialisées, remise en cause du format Hyper, ...), des opportunités existent.

Il convient d'être prêt.

AGENDA

01 Contexte général (40')

1. Accord de libre Echange UE-Maroc
 2. Cadre réglementaire général:
 1. Conformité produit (Export du Maroc, Import vers l'UE)
 2. Législations sur les emballages (accès à l'information pour le consommateur)
 3. Spécificités Pays Membres (ex. France)
 4. Spécificités pas Catégorie de produits (Ex. Cosmétique)
 5. Notion « Importateur »
 3. Impact d'une non-conformité sur vos prospects & potentiels acheteurs à l'export
 4. Risque d'une non-conformité:
 - Organismes de contrôle étatiques (ex. Afscs en Belgique)
-

02 Road to Market (20')

1. Marché ethnique?
 2. GMS, Discount, Bio, Marché de niche ...?
 - Un choix stratégique
-

03 Session Question/Réponse (30')

1. CONTEXTE GÉNÉRAL:

1. Accord de libre Echange UE-Maroc

Constat:

« L'Accord d'Association régissant les relations commerciales entre l'Union européenne et le Royaume du Maroc date de 2000 et reste, à ce jour, le cadre de référence de notre relation économique. Bien que cet accord ait permis d'augmenter les volumes des échanges d'une manière considérable en vingt ans, le fait qu'il couvre essentiellement la **libéralisation tarifaire des marchandises** le rend moins apte pour s'adresser **aux barrières non-tarifaires** ».

In
« Pacte de Modernisation du Commerce et l'Investissement entre le Royaume du Maroc & l'Union européenne »
Nov 2020

Traduction:

Si les droits de douane entre le Maroc et l'UE ont bien été supprimés, il subsiste des barrières de type non-tarifaires (comme l'obligation de mise en conformité des emballages, de traduction ou de nom d'importateur à spécifier) qu'il convient d'appliquer pour avoir accès au marché unique européen.

Conclusion:

Vous êtes autorisés à commercer avec l'UE... à condition que votre produit soit assimilé à un produit «made in UE », en intégrant l'ensemble des réglementations qui s'appliquent aux producteurs européens sans exception.

Ni plus, ni moins.

1.2 Cadre réglementaire général:

1. Conformité produit (Export du Maroc, Import vers l'UE): certificats ONSSA, délivrance EUR 1
2. Législations sur les emballages (accès à l'information pour le consommateur)

En **matière d'emballage et d'étiquetage**, les marques et étiquettes obligatoires sur les produits de consommation et leurs emballages sont régis, pour les produits alimentaires, par un règlement européen 1169/2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires:

Ce règlement est d'application depuis le 13 décembre 2014 et s'applique à tous les exploitants du **secteur alimentaire qui fournissent leurs produits au consommateur final** ainsi qu'aux collectivités (restaurants, hôtels, cantines des écoles, hôpitaux...).





L'article 9 de ce règlement prévoit les mentions obligatoires qui doivent figurer sur les denrées alimentaires, à savoir:

1. la dénomination des denrées alimentaires ;
2. la liste des ingrédients ;
3. les matières et produits qui causent des allergies et des intolérances (ceux-ci sont communiqués dans l'annexe II du règlement (UE) nr 1169/2011
4. la quantité de certains ingrédients ou catégories d'ingrédients ;
5. la date de durabilité minimale ou, dans le cas de denrées alimentaires très périssables microbiologiquement, la date limite de consommation ;
6. les conditions particulières de conservation et d'utilisation ;
7. le nom ou la raison sociale et l'adresse de l'exploitant responsable de l'information alimentaire au sein d'une entreprise de denrées alimentaires;
8. un mode d'emploi au cas où son omission ne permettrait pas de faire un usage approprié de la denrée alimentaire ;
9. le titre alcoométrique volumique acquis pour les boissons titrant plus de 1,2 % d'alcool en volume ;
10. la quantité nette ;
11. le lieu d'origine ou le lieu de provenance (en accord avec les cas prévus par le règlement 1169/2011) ;
12. la communication de la valeur nutritionnelle (à partir du 13 décembre 2016)

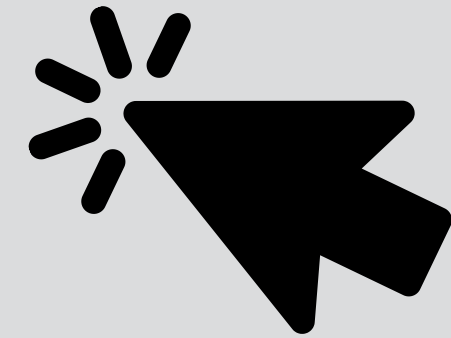
Case : LES DOMAINES



Exemple de mise en conformité et intégration des langues nationales:
Huile d'Argane 50 ml – Production Maroc

texte packaging Huile d'Argane 50 cl/VERSO		
	Français	Nederlands
	Huile d'Argane	Argan Olie
	Ingrédients: Huile d'Argane Alimentaire 100% Naturelle.	Ingrediënten: 100% natuurlijke Arganolie.
	A consommer de préférence avant le: voir bas de la bouteille (Exp). Conserver à l'abri de la lumière et de la chaleur.	Ten minste houdbaar tot: zie onderkant fles (Exp). Buiten bereik van licht en warmte bewaren.
	Grâce à un savoir-faire maîtrisé, Les Domaines ont su extraire de l'arganier, arbre millénaire mythique, qui ne pousse que dans des contrées semi désertiques du Maroc, un pur jus de fruits précieux, recherché pour ses innombrables vertus. En plus d'agir significativement contre le mauvais cholestérol, cette huile gastronomique, à texture fine, est utilisée par les grands chefs pour relever de son goût exceptionnel leurs recettes les plus délicates.	Dankzij een beheerst vakmanschap is het Les Domaines gelukt om uit de arganboom, een mythische duizendjarige boom die alleen in de halfwoestijnachtige gebieden van Marokko groeit, een pure en kostbare vruchtensap te winnen, gezocht om zijn ontelbare deugden. Naast het aanzienlijk helpen verlagen van slecht cholesterol, wordt deze gastronomische olie, met een fijne textuur, door topchefs gebruikt om hun meest verfijnde gerechten op smaak te brengen met zijn uitzonderlijke smaak.
	Produit par/Geproduceerd door: LES ARÔMES DU MAROC- Domaine TIDDAS- Maroc. Autorisation sanitaire ONSSA N° HFO.4.10.15 www.boutiquesdomaines.ma	
	Importé par/Ingevoerd door: UE Connect SRL. Avenue Latérale- B-1180 Uccle www.ueconnect.eu	
	Valeurs nutritionnelles moyennes par 100g/Gemiddelde voedingswaarde per 100g	
	Energie	3690 kJ/898 kcal
	Matières grasses/Vetten	99,5g
	acides gras saturés/verzadigde vetzuren	18,6g
	acides gras monoinsaturés/enkelvoudig onverzadigde vetzuren	48,6g
	acides gras polyinsaturés/meervoudig onverzadigde vetzuren	32,8g
	Glucides/Koolhydraten	<0,5g
	Dont sucres/Waarvan suikers	<0,5g
	Protéines/Eiwitten	<0,3g
	Sel/Zout	<0,01g
PICTOS	Picto Bio Maroc +  +   	

DISPOSEZ-VOUS D'UNE ÉQUIPE
OU D'UN RESPONSABLE EN
CHARGE DE LA CONVERGENCE
RÉGLEMENTAIRE ?



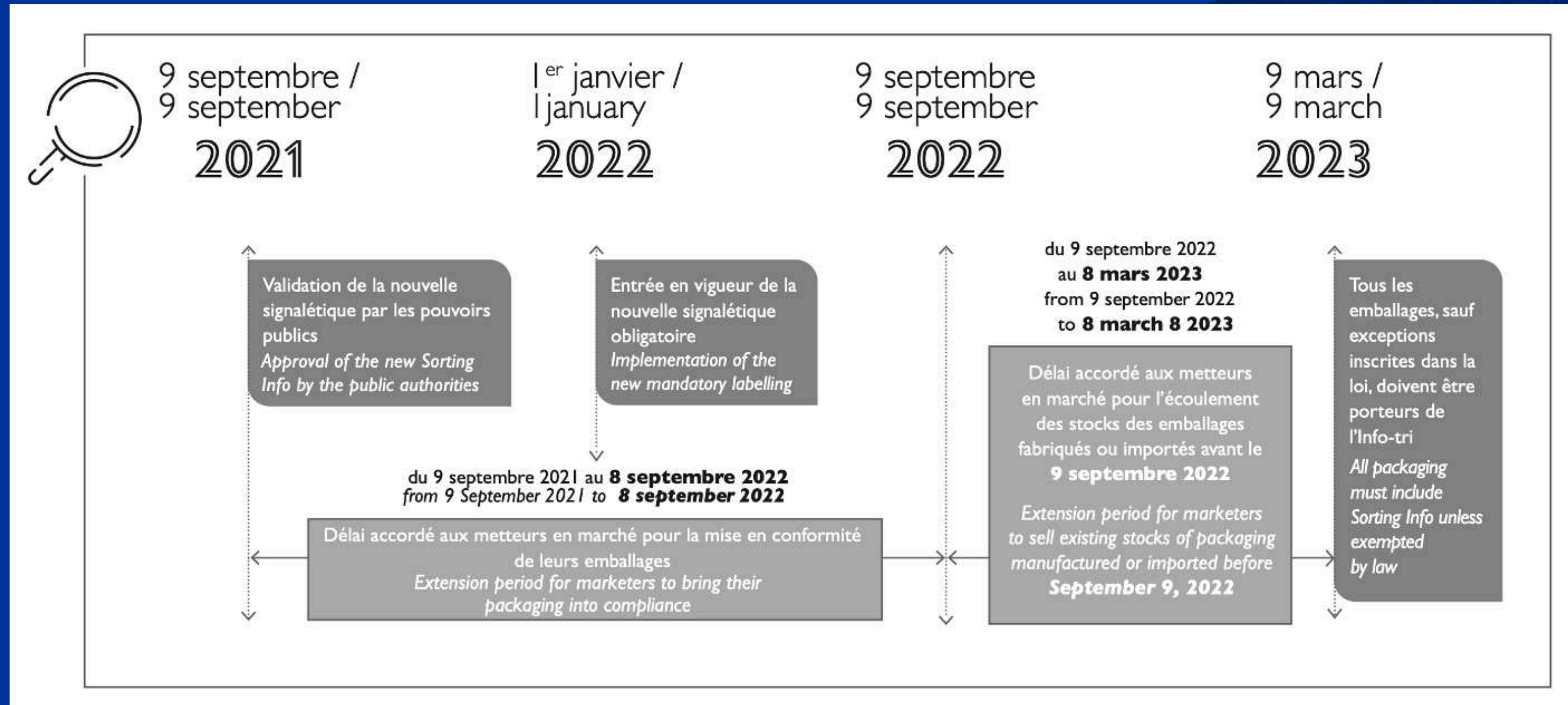
OU,



1.2 Cadre réglementaire général:

3. Spécificités Pays Membres (ex. France)

Info tri pour les emballages alimentaires (valable uniquement en France)




1.2 Cadre réglementaire général:

3. Spécificités Pays Membres (ex. France)


Info tri pour les emballages alimentaires (valable uniquement en France)

ÉLÉMENTS À ASSOCIER / ELEMENTS TO BE INCLUDED

1
Triman

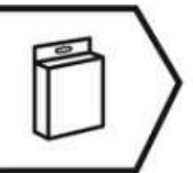


2
**Le drapeau /
The flag**




3
**Les éléments d'emballage /
The packaging components**

Pictogramme
seul
Pictogram
only



4
**La destination /
The target stream**


Pictogramme
seul
Pictogram
only



La présentation de l'info-tri varie en fonction du nombre de composants / The sorting info depends on the number of components:

**POLICES UTILISÉES /
FONTS USED :**

Helvetica Neue 67 Medium Condensed
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz



Valable uniquement pour la France
Alleen geldig voor Frankrijk

Helvetica Neue 67 Medium Condensed Oblique
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

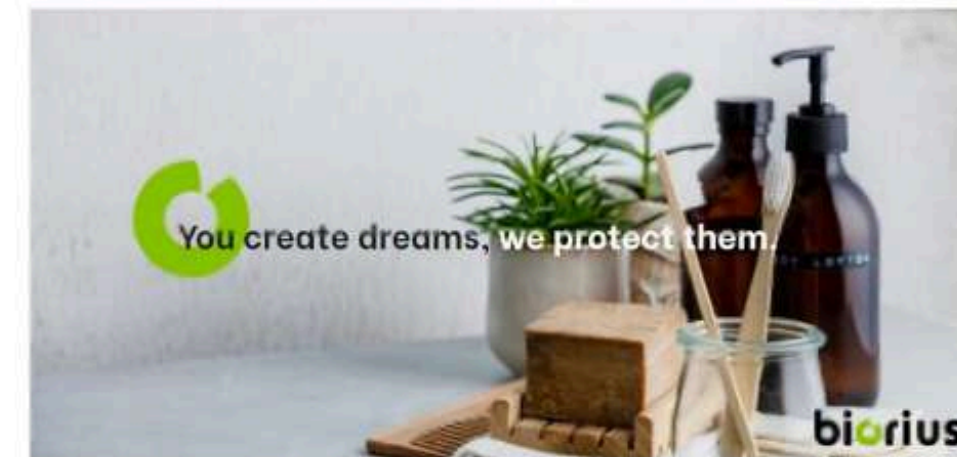


1.2 Cadre réglementaire général:

4. Spécificités pas Catégorie de produits (Ex. Cosmétique)

TOUT produit cosmétique commercialisé sur le marché de l'Union Européenne doit disposer des éléments obligatoires ci-dessous :

1. Examen de la formule 🔍
2. Rapport sur la sécurité des produits cosmétiques (RSPC ou Rapport Sécurité Produit Cosmétique parties A & B) signé par un toxicologue 🧪
3. Examen des étiquettes et des allégations 🔍
4. Préparation du DIP (Dossier Information Produit) 📁
5. Notification CPNP (Cosmetic Products Notification Portal) 📄
6. Personne Responsable en Europe (avec des bureaux en Europe) 👤



7. Certains produits cosmétiques nécessitent parfois (c'est en fonction du cosmétique et de la formule du cosmétique) des tests supplémentaires :

- Stabilité et compatibilité - 3 mois à 40°C 🧪
- Challenge test - pas de Challenge test si pas d'eau 🧪
- Microbiologique 🧪

- Les tests à faire **obligatoirement** sont évalués par les toxicologues de BIORIUS lors de l'examen de la formule
- Certains produits cosmétiques ne nécessitent aucun test de laboratoire, et certains produits cosmétiques peuvent nécessiter 1, 2 ou tous les tests de laboratoire
- BIORIUS n'est pas un laboratoire mais peut également organiser les tests (avec des laboratoires très sérieux) pour vous s'ils sont nécessaires
- Les délais des tests dépendent des tests à effectuer (quelques semaines ou mois).

BIORIUS propose un service tout compris : **BIORIUS s'occupe de tout** et prend donc en charge l'intégralité du processus réglementaire (tous les éléments **strictement obligatoires** de la réglementation cosmétique) en 6 à 8 semaines, ce qui signifie que 6 à 8 semaines plus tard, vous serez totalement conforme pour vendre vos produits en Europe.

MAIS :

! ! La toute première étape consiste à vérifier (**et à s'assurer**) que vous avez bien accès à tous les documents et informations ci-après. Certains documents et informations sont strictement obligatoires, ce qui signifie que sans certains documents ou informations, vous ne pourrez pas avoir accès aux marchés Européens. ! !



DEBUT

- o Nom du produit
- o Catégorie du produit
- o Mode d'emploi
- o Nom du fournisseur(+ pour chaque nouveau fournisseur: certificat BPF, identification du numéro de lot)
- o Nom de l'emballeur

o *Toute précision utile*



REVUE DE LA COMPOSITION

- o Composition en INCI (noms commerciaux + noms des fournisseurs)
- o FDS : chaque matière première
- o Certificat d'analyse : chaque matière première
- o Rapport d'analyse des allergènes
- o Certificat IFRA (si parfum)
- o Déclaration de la pureté
- o Composition avec % exacts

- o Fiche technique (si nécessaire)
- o Certificat de non-test sur animaux



REVUE DE LA CONFORMITE REGLEMENTAIRE & CPSR

- o Certificat d'analyse du produit fini
- o Documentation packaging
- o Méthode de fabrication
- o Rapport de l'étude de stabilité (pack final)
- o Challenge test (Test d'efficacité des conservateurs) et/ou qualité microbiologique
- o Test SPF *in vivo et in vitro* (produits solaires)
- o Rapports de tests de sécurité et toxicologiques sur le produit

- o FDS du produit fini
- o Certificat de non-test sur animaux (produit fini)



REVUE DES ETIQUETTES

- o Etiquettes (pack primaire et secondaire)
- o Packaging (pack secondaire)
- o Leaflet, notice, ...
- o Test d'efficacité sur matières premières (provient généralement du fournisseur)
- o Test d'efficacité sur le produit fini
- o Certificat de métrologie / Certificat de marquage « e »

Par défaut, « **Obligatoire** », « **Obligatoire si applicable** », « **Apprécié** ».

Notez que tout n'est pas nécessaire en fonction du type de produit. Votre checklist officielle sera listée dans nos rapports.

1.2 Cadre réglementaire général:

5. Notions « Importateur »:

Règlement européen 1169/2011 :

Depuis ce règlement, il n'est plus possible de choisir entre le fabricant, le conditionneur ou le vendeur.

Le nom et l'adresse à mentionner sont obligatoirement ceux de l'exploitant sous le nom duquel la denrée est commercialisée.

Si ce dernier n'est pas établi dans l'Union européenne, les coordonnées de l'importateur sur le marché européen doivent être indiquées.

Par conséquent, dès lors que cette mention est obligatoire pour tous les états membres, il faudra donc indiquer l'identité de l'importateur et il n'est pas possible de prévoir une autre mention.

Dans la pratique, **3 cas de figure** se distinguent:

- 1. Création d'une Filiale dans l'UE d'une entreprise sise au Maroc
- 2. Importateur exclusif, votre client final
- 3. Importateur « Road to Market », votre facilitateur

3 cas de figure possibles:

1. Création d'une Filiale UE de l'entreprise



**EMBALLAGE CONFORME
AVEC NOM DE LA FILIALE UE**

2. Importateur « physique »,
= votre client final



FONCTION GROSSITE

3. Importateur « Road to Market »,
= votre facilitateur



Produit par/Geproduceerd door:
Société Miel du Maroc SA. 14000 Commune rurale
Ameur Selfia- Kenitra- Maroc. Agrément sanitaire MA
CFL60.148.22 www.boutiquelesdomaines.ma
Importé par/Ingevoerd door:
UE Connect SRL. Avenue Latérale- B-1180 Uccle
www.ueconnect.eu

ACCÈS AU MARCHÉ

1.2 Cadre réglementaire général:

5. Notions « Importateur »: Structuration



I. Filiale UE de l'entreprise:



II. Importateur Exclusif/Non exclusif:



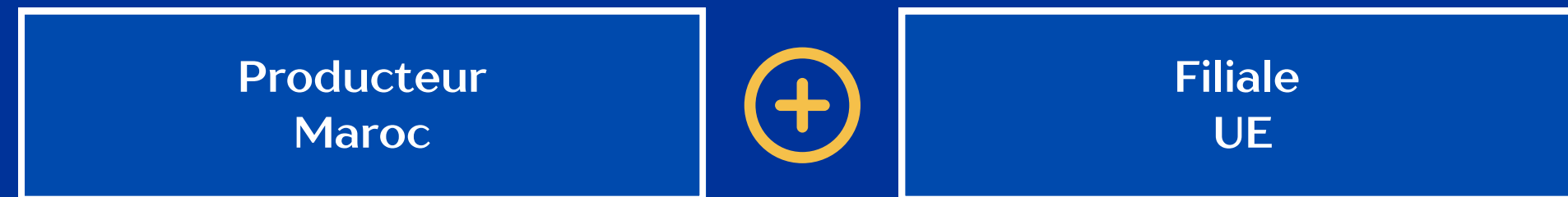
III. Importateur Accès au marché:



1.2 Cadre réglementaire général:

5. Notions « Importateur »: Avantages et Inconvénients

I. Filiale UE de l'entreprise:



L'entreprise « Maroc » conserve ses droits et confie à une filiale européenne la responsabilité de la mise sur le marché :

- Solution optimale au point de vue réglementaire
- > Impacts juridiques et financiers conséquents

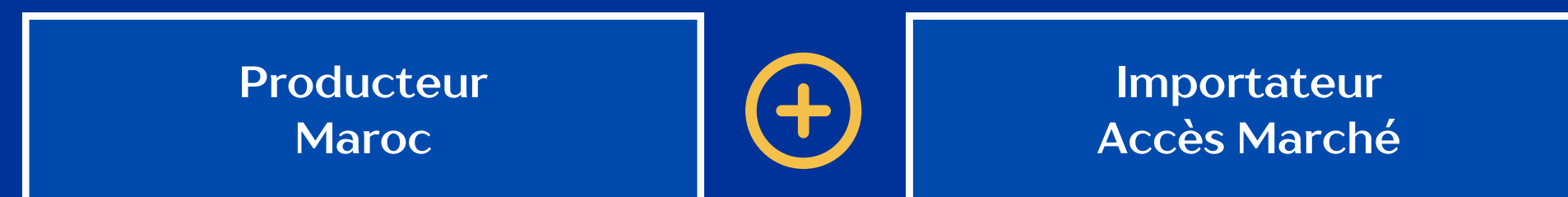
II. Importateur Exclusif/Non exclusif:



L'entreprise « Maroc » concède les droits et devoirs à une société européenne tierce:

- Transferts de propriété, l'importateur agit pour son compte
- > Renchérissement de l'offre sur le marché UE (marge Importateur)
- > OK pour le marché Ethnique

III. Importateur Accès au marché:



L'entreprise « Maroc » conserve ses droits et concède à une société européenne tierce la responsabilité de la mise sur le marché:

- Pas de transferts de propriété, le producteur agit pour son compte
- > Compétitivité de l'offre sur le marché UE (commission Importateur)
- > **Recommandé pour la GMS et Discount**

1.3 Quel Impact d'une non-conformité sur vos prospects & potentiels acheteurs à l'export?

Rédhibitoire (adjectif)

Exemple: **Vice rédhibitoire**: défaut qui peut motiver l'annulation d'une vente.

Pourquoi?

1. Sauf dans le cas d'une négociation d'une marque distributeur (MDD), cela n'entre pas dans la responsabilité d'un acheteur de GMS de vérifier, corriger,... faire mentionner les **informations destinées aux consommateurs**.

C'est du ressort exclusif du producteur et/ou de l'importateur

2. La mention du **nom de l'importateur** est indispensable, ce qui implique des responsabilités:

- en cas de défaut du produit,
- de demande d'informations des clients ou des autorités, et enfin,
- en ce qui concerne la gestion des emballages en fin de vie (CITEO en France, Fost Plus en Belgique, ...) et les coûts y afférents.

> Pour ces raisons, un distributeur sera réticent à être identifié comme « importateur ».

1.4 Risque d'une non-conformité:

- Organismes de contrôle étatiques (ex. AfscA en Belgique)



Plus de 1.240 commerçants ont été visités à travers le pays.

« 53% des contrôles effectués chez les commerçants ont montré qu'une ou plusieurs **étiquettes n'étaient pas conformes** à la réglementation européenne et qu'il manquait donc des mentions obligatoires », indique l'AFSCA dans un communiqué de presse.

« Dans environ **20 % des cas**, les manquements constatés présentaient également **un risque réel pour la santé** du consommateur.

Dans un tiers des contrôles défavorables, **la date de péremption** n'était pas correctement indiquée, dans plus de 22% des cas, **la liste des ingrédients manquait** et dans 20% des cas, les **allergènes** n'étaient pas mentionnés ».

Par ailleurs, près de 24 % des contrôles ont révélé que **l'étiquette n'était pas rédigée dans la langue de la région** où le produit était vendu. D'autres lacunes ont été constatées, comme l'absence de la dénomination de vente ou **des coordonnées de l'opérateur responsable**. Ces informations doivent obligatoirement figurer sur l'étiquette afin d'informer les consommateurs et de les aider à choisir un produit.

Un avertissement a été émis pour 36% des opérateurs, tandis qu'un procès-verbal a été dressé dans 17% des cas.

Par ailleurs, l'AFSCA a veillé à ce que les étiquettes soient adaptées en signalant directement les non-conformités constatées à l'opérateur responsable (producteurs, importateurs, etc.).

Plusieurs dizaines de cas ont également été signalés à des entreprises étrangères dans des pays tels que les Pays-Bas, la Bulgarie, la Pologne et l'Allemagne.

2. Road to Market (20')

1. Marché ethnique?
2. GMS, Discount, Bio, Marché de niche ...?
> Un choix stratégique



Marché ethnique:

- Grande granularité, marché atomisé
- Proximité culturelle, marques marocaines plébiscitées
- Commerce de détail
- Focus: OFFRE

Importateur
« Exclusif/non Exclusif »



GMS, Discount, Bio, Marché de niche:

- GMS: Forte concentration, en cours dans le Bio
- Discount: accès via traders
- Attrait des marques « no names », en appui des MDD
- Focus : PRIX

Importateur
« Accès Marché »



SESSION
QUESTION/RÉPONSE



UN ACCOMPAGNEMENT PERSONNALISÉ POUR ACCÉDER AU MARCHÉ EUROPÉEN



Bruxelles – Casablanca
Asmex



WEBINAIRE

Edwin Sluismans