

El mercado de la joyería en Marruecos

El mercado de la joyería en Marruecos

Este estudio ha sido realizado por Naila Fennich bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Rabat

enero de 2006

ÍNDICE

I. I. CONCLUSIONES	4
II. II. DEFINICION DEL SECTOR	5
1. Delimitación del sector	5
2. Clasificación arancelaria	6
III. III. OFERTA	11
1. Tamaño del mercado	11
2. Producción local	11
3. Importaciones	13
IV. IV. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA	14
V. V. PRECIOS Y SU FORMACIÓN	15
VI. VI. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	16
VII. VII. DISTRIBUCIÓN	17
VIII. VIII. ANEXOS	18
1. Empresas	18
2. Ferias	20
3. Publicaciones del sector	20
4. Asociaciones	20
5. Otras direcciones de INTERÉS	20

I. CONCLUSIONES

El sector de la joyería marroquí ha conocido un gran cambio estos 5 últimos años, ya que dejó de ser un mercado de fabricación local, y empezó a importar de diferentes países: de Francia las piezas acabadas, de Italia las semiacabadas y de los países del Sureste asiático, las piedras o montaje.

El derecho de importación reservado a productos europeos de joyería, es nulo desde la firma del Acuerdo entre Marruecos y la UE, lo que ayuda a aumentar las importaciones provenientes de Europa. Por este motivo, Marruecos es un mercado atractivo para las empresas españolas que hayan elegido el país como destino de sus joyas, aunque la competencia con Francia e Italia es dura. La apertura creciente de las joyerías multimarca estos últimos años es un ejemplo concreto del desarrollo de las importaciones, y de la occidentalización de los gustos.

No obstante, hay que tener muy en cuenta la ausencia del apoyo del Gobierno marroquí a este sector, lo que explica la casi inexistencia de las exportaciones, la falta de ferias (no existe ninguna sobre el sector), y el que no haya ninguna representación oficial en el extranjero. Este desinterés gubernamental se explica por la presencia de un mercado negro en el sector, puesto que no todos los joyeros declaran su producción, tampoco su venta. Así pues, los joyeros no son representativos en lo que se refiere a los impuestos. Esta negligencia estatal no ayuda al país a ser competitivo como es el caso de otros países emergentes, como Turquía.

Ante la dificultad en encontrar información sobre el sector, este estudio se ha basado exclusivamente en entrevistas con la Asociación Marroquí de Gemología y Joyería (AMGB), y joyeros:

- Bouvard
- Chopard
- Collection
- Diamant Noir

II. DEFINICION DEL SECTOR

1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

Esta nota se centrará en las joyas de oro de alta gama. La plata y bisutería no entran en el marco de este informe.

Ser joyero en Marruecos es un oficio que se transmite de padre a hijo. Muchos apellidos conocidos en la joyería marroquí tradicional siguen existiendo hoy en día. Los mejores orfebres se encontraban en las ciudades de Fez, Meknes, Rabat, Salé y Marrakech, no obstante, desde hace cincuenta años, casi la mayoría se ha trasladado a la ciudad de Casablanca, guardando una estructura arcaica.

Existen dos tipos de joyas en Marruecos:

1. la tradicional, conocida bajo el nombre “el Beldi”
2. la moderna con diseño occidentalizado

Las joyas tradicionales se fabrican localmente por artesanos que están familiarizados con diseños presentes en la cultura marroquí de antaño. Las típicas joyas marroquíes que siguen existiendo hoy en día son:

- La diadema generalmente de oro con adornos trabajados a mano con estilos geométricos o florales.
- Las cinturas de oro
- Los pendientes
- Los collares
- Los colgantes con formas y diseños significativos como “el ojo” y “la Khmisa” conocida también como la mano de Fátima, motivos que tradicionalmente se usaban, supersticiosamente, para proteger contra maldiciones.

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MARRUECOS

- Los broches

Las joyas tradicionales constituían un capital seguro para las familias marroquíes, sobre todo para las mujeres, tanto rurales como urbanas. Formaban parte del ajuar y constituían una inversión que, en circunstancias difíciles, las mujeres podían vender para hacer frente a dificultades financieras. Actualmente, la mujer urbana no presta el mismo significado al aderezo que la rural. Para ambas, la joya representa un adorno, sin embargo, para la mujer rural es, además de una inversión, un signo de pertenencia a un grupo específico, una identificación como el tatuaje.

Las joyas modernas, sin embargo, se han desarrollado en el mercado marroquí desde hace escasamente 15 años, coincidiendo con la occidentalización de los gustos. Se fabricaban al igual que las joyas tradicionales a escala nacional, pero, actualmente, la mayoría se importa. El producto francés viene en primera posición y es el más demandado, lo que ha favorecido la implantación de franquicias como Cartier, Chopard (Suiza) o la creación de joyerías multimarca marroquíes, importadoras de marcas europeas o americanas, como Dinvane, Misica, Bulgari etc. Las joyas francesas se importan como producto acabado, contrariamente a las joyas italianas que vienen semiacabadas. La creación y el diseño italiano atraen a los joyeros marroquíes que adquieren estas piezas en el país de fabricación, no obstante el sertido y el montaje se hacían exclusivamente en Marruecos, hasta hace unos 5 años, cuando surgieron países más competitivos como Turquía, Tailandia, Hong Kong, China, y Taiwán.

2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

En este apartado, se presentan las partidas arancelarias de productos de joyería, y se detalla cómo les afecta el Acuerdo firmado entre Marruecos y la Unión Europea. Los datos son recopilados por la aduana marroquí. El cálculo de la tasa final se hace según la siguiente regla : $((DI*100)+((DI*100)+100*TVA)+(TPI*100))\%$

Partida arancelaria 7108121000	lingote de oro
Partida arancelaria 71081210000010	lingote de oro fino
Acuerdo Marruecos-UE	Anexo 1 lista 2
Derecho de importación (DI)	0%
TPI	0.25 %
Tasas finales	0.25%
Partida arancelaria 71081210000090	otros
Acuerdo Marruecos-UE	Anexo 1 lista 2

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MARRUECOS

Derecho de importación (DI)	0%
TPI	0.25 %
Tasas finales	20.25%

Fuente : aduana marroquí

Importaciones 7108121000 lingote de oro

Años	2001	2002	2003	2004
Peso en Kg	1112	1806	2349	8644

Los principales proveedores de lingote de oro en 2003 fueron: Suiza con 2323kg y Bélgica con 26kg.

Exportaciones 7108121000 lingote de oro

Años	2001	2002	2003	2004
Peso en Kg	1635	3210	2324	1685

Los principales clientes en 2003 fueron Suiza (1909kg) y Francia (415kg)

Partida arancelaria 7113190019	Perlas finas o cultivadas, piedras gemas o similares, metales preciosos, joyería, bisutería y monedas
Acuerdo Marruecos-UE	Anexo 1 lista 2
Derecho de importación (DI)	0%
TPI	0.25 %
Tasas finales	20.25%

Fuente : aduana marroquí

Importaciones 7113190019

Años	2001	2002	2003	2004
Peso en Kg	6	19	31	76

Principales Proveedores en 2003: Italia (20Kg), Francia (6kg), Emiratos Árabes (2kg), Arabia Saudí (2kg), EEUU (1Kg)

Exportaciones

Años	2001	2002	2003	2004
Peso en Kg	10	21	5	5

Principales Clientes en 2003: Avituallamiento Pabellón Extranjero (2kg), Francia (2kg), EEUU (1kg)

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MARRUECOS

Partida arancelaria 7113110011, 7113110019, 7113110021	Perlas finas o cultivadas, piedras gemas o similares, metales preciosos, joyería, bisutería y monedas
Acuerdo Marruecos-UE	Anexo 1 lista 2
Derecho de importación (DI)	0%
TPI	0.25 %
IVA	20%
Tasas finales	20.25%
Derechos de prueba	Platino = 100DHS por hectogramo; oro = 100 DHS por hectogramo; plata = 15DHS por hectogramo

Fuente : aduana marroquí

Importaciones : 0; Exportaciones : 0

Partida arancelaria 7113110029	Perlas finas o cultivadas, piedras gemas o similares, metales preciosos, joyería, bisutería y monedas
Acuerdo Marruecos-UE	Anexo 1 lista 2
Derecho de importación (DI)	0%
TPI	0.25 %
IVA	20%
Tasas finales	20.25%

Importaciones 7113110029

Años	2001	2002	2003	2004
Peso en Kg	2	113	81	108

Principales proveedores en 2003: España 81Kg

Exportaciones 7113110029

Años	2001	2002	2003	2004
Peso en Kg	49 404	0	0	0

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MARRUECOS

- 7113110031/0039/7113190099/7113200019/7113200020/7113200031/39/40/91/99/7113110051

Partida arancelaria 7113110031, 7113110039, 7113190099 7113200019/7113200020/7113200031/39/40/91/99/7113110051	Perlas finas o cultivadas, piedras gemas o similares, metales preciosos, joyería, bisutería y monedas
Acuerdo Marruecos-UE	Anexo 1 lista 2
Derecho de importación (DI)	0%
TPI	0.25 %
IVA	20%
Tasas finales	20.25%
Derechos de prueba	Platino = 100DHS por hectogramo; oro = 100 DHS por hectogramo; plata = 15DHS por hectogramo

Importaciones 7113110039

Años	2001	2002	2003	2004
Peso en Kg	761	76	169	160

Proveedores : Italia (169 Kg, en 2003)

Exportaciones 7113110039

Años	2001	2002	2003	2004
Peso en Kg	0	0	0	5

Importaciones 7113190099

Años	2001	2002	2003	2004
Peso en Kg	26	85	0	4

Exportaciones 7113190099

Años	2001	2002	2003	2004
Peso en Kg	0	0	0	200

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MARRUECOS

Importaciones 7113110019

Años	2001	2002	2003	2004
Peso en Kg	9 828	699	51 750	3833

Proveedores en 2003: Francia (51 632Kg), India (58Kg), Emiratos Árabes (17Kg), Irlanda (16 Kg), Tailandia (11Kg), Italia (6kg)

Exportaciones 7113110019

Años	2001	2002	2003	2004
Peso en Kg	274 150	125 252	2 151	3 950

Clientes en 2003: Francia (2 070 Kg), Alemania (46 Kg), Italia (31 Kg), **España (2 Kg)**, EEUU (2Kg)

Importaciones 7113200020

Años	2001	2002	2003	2004
Peso en Kg	0	78	0	5

Exportaciones 7113200020

Años	2001	2002	2003	2004
Peso en Kg	28	0	0	5

Importaciones 7113200099

Años	2001	2002	2003	2004
Peso en Kg	10	179	884	0

Proveedores en 2003: China (875 Kg), **España (9 Kg)**

Exportaciones 7113200099

Años	2001	2002	2003	2004
Peso en Kg	0	16	70	0

Clientes : Guinea (65%), Polinesia Francesa (5%)

III. OFERTA

1. TAMAÑO DEL MERCADO

Existen 5 tipos de joyeros

1. Los tradicionales fabricantes que se encuentran en la medina o en “Al kissaria de oro” (centros comerciales especializados en las joyas),
2. Los Joyeros de alta gama, fabricantes, mayoristas y exportadores (Oro Mecánica)
3. Los joyeros de alta gama fabricantes e importadores (Bouvard & Mounier, Kallista, Diamant Noir, Azuelos...)
4. Los joyeros multimarca, que no fabrican, sólo importan marcas de alta calidad (Collection, Tamango, Diamant Nôtre, La Grande Bijouterie Internationale...)
5. Las franquicias (Chopard, Cartier, Tiffany...)

La oferta es diversificada y responde a las exigencias de la clientela marroquí.

2. PRODUCCIÓN LOCAL

Oficialmente, y según la Oficina de Garantía marroquí, la producción local de oro ha oscilado entre 9 y 9,5 toneladas durante los cinco últimos años (2000-2005). Estas cifras se han reducido a la mitad en comparación con la producción de los años 90, que alcanzaba 18 toneladas. Esta bajada se explica por algunos joyeros por la demanda creciente de importaciones estos 5 últimos años, debida a la falta de competitividad marroquí, en comparación con los países emergentes. No obstante, otras fuentes explican este fenómeno por la opacidad del sector. En efecto, no todos los joyeros declaran oficialmente su producción, gran cantidad de joyas se venden en el mercado negro, y no pasan por la Oficina de Garantía marroquí.

Según los datos facilitados por Gold Fields Mineral Services Ltd (GFMS), la fabricación de oro en Marruecos incluyendo la del mercado negro, se detalla como sigue:

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MARRUECOS

Años	Fabricación en toneladas
1990	20
1991	24,5
1992	25,3
1993	15
1994	14,6
1995	14,8
1996	13,7
1997	13
1998	12,8
1999	12
2000	12,3
2001	14,13
2002	14,13
2003	13,6
2004	13,85
2005	14,3

Fuente : GFMS

La fabricación de oro alcanzó su máximo en 1992, llegando a 25,3 toneladas. Esta industria próspera en los años 90, generaba una creación de empleo importante, ya que 32.000 familias vivían de la joyería. Sin embargo, esta producción bajó hasta 14,3 toneladas en 2005, o sea una baja de producción de 11 toneladas en 13 años, lo que provocó el despido de muchos orfebres.

Se observa una diferencia de 5 toneladas entre la fabricación declarada por la Oficina de Garantía marroquí y la del mercado negro en el año 2005. Con esta opacidad, los joyeros no son representativos en lo que se refiere a los impuestos, ya que no declaran la totalidad de su producción y venta, lo que explica la ausencia del apoyo del Gobierno marroquí a este sector. Este desinterés estatal no ayuda al país a ser competitivo como es el caso de otros países emergentes, como Turquía y los países asiáticos

3. IMPORTACIONES

Las importaciones son cada vez más importantes. Antes sólo se importaban las piedras preciosas que no se encuentran localmente, y el montaje se hacía en Marruecos. Estos 5 últimos años, el sector ha conocido un gran cambio, ya que la provisión viene del exterior; de Francia para las piezas acabadas, de Italia para las semiacabadas y de países del Sur Este asiático para las piedras o montaje.

Marruecos no se considera competitivo en comparación con los mercados emergentes, motivo por el cual se han desarrollado las joyerías multimarca, que se aprovisionan del exterior, según los gustos de su clientela.

IV. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

Las joyas constituían un capital seguro para las familias marroquíes, sobre todo para las mujeres tanto rurales como urbanas. En circunstancias difíciles, las mujeres las vendían para hacer frente a las dificultades financieras. No obstante, no es el caso hoy en día, los hábitos de compra han cambiado, las joyas se adquieren porque gustan a las mujeres y las utilizan como adorno durante las fiestas y bodas. Antes, sólo se regalaban por el marido o por su familia, la mujer marroquí de hoy es independiente tanto en los gustos como en las compras.

La mujer marroquí es exigente y sigue la moda, busca las novedades y el carácter original de las piezas. Se afirma que las marcas francesas e italianas transmiten un componente adicional de glamour y de calidad. Esta clientela pertenece a una clase media alta, y suelen ser ejecutivos, médicos, etc.

Algunas buscan la marca, (Chopard, Cartier, Tiffany), otras el nombre y la reputación del joyero (Bouvard & Mounier, Azuelos,...), mientras otras buscan un buen precio.

V • PRECIOS Y SU FORMACIÓN

El precio del oro está en alza últimamente. A escala internacional, su precio equivale aproximadamente a 165.000DH/kilo, sin añadirle ningún gasto. (envío, aranceles, IVA etc.)

Sin embargo, en la venta de las joyas, cada joyero establece sus precios en función de sus costes, aparte de las franquicias que se ven obligadas a respetar los precios establecidos mundialmente, el resto permanece libre.

VI. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

Las joyas españolas se perciben en Marruecos como un producto de calidad media alta, aunque los productos originarios de Francia e Italia están mejor valorados.

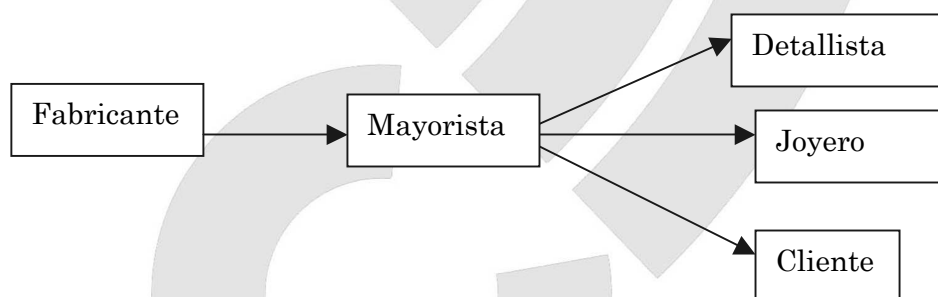
Algunas de las empresas españolas que operan con joyeros marroquíes son:

- Bouvard desde marzo de 2004
- La Grande Bijouterie Internationale desde marzo de 2005

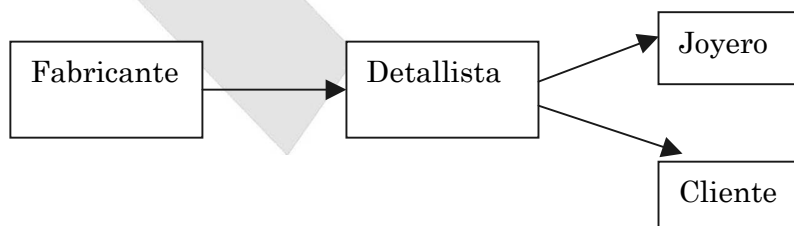
VII. DISTRIBUCIÓN

No existe un sistema de distribución específico, cada joyero distribuye como quiere. La joyera Oro Mecánica sin embargo, que es un importante fabricante y mayorista de joyas en Marruecos, dispone de una red de distribución. La distribución se hace a través de dos canales: mayoristas y detallistas.

1. El fabricante vende al mayorista quien revende las joyas al detallista o al joyero o al cliente.



2. El fabricante vende al detallista quien revende las joyas al joyero o al cliente final.



VIII. ANEXOS

1. EMPRESAS

- **Bouvard & Cie**

Responsable : Bouvard

Tel : +212 22 23 73 95; Fax : 212 22 23 73 95

- **Bijouterie Passion**

Responsable : Sr. El Ouafi El Hajouji

Tel : +212 22 20 68 90; Fax : + 212 22 47 00 07

E-mail : pasión@passionelhajouji.com

- **Bijouterie Prestige**

Responsable : Ahmed Berrada

Tel : +212 22 26 35 77; Fax : +212 22 20 56 97

E-mail : bijouterie-prestige@menara.ma

- **Chopard**

Responsable : Lotfi Sefrioui

Tel : +212 22 39 60 60/ 20 20; Fax : +212 22 39 17 56

E-mail : boutique@chopardcasa.ma

- **Collection**

Responsable : Samar Doumani

Tel : +212 37 65 08 18; Fax : 022 94 1010

E-mail : diamarosa@hotmail.com

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MARRUECOS

- **Dar AlMaghrib**

Responsable :Radouane Belmlih

Tel : +212 22 22 64 58; Fax : 212 22 22 64 60

- **Diamant Noir**

Responsable : Najah Triqui Azmayesh

Tel: + 212 37 75 63 46/47; fax: +212 37 75 63 57

E-mail : diamant.noir@menara.ma

- **Diamontre**

Responsable : Rajae Sefrioui Joundy

Tel : +212 37 71 70 62/ 71 63 73

- **Gold Design**

Responsable : Abdesslam Safrioui

Tel : +212 22 26 69 06; fax: +212 22 20 48 94

- **Hezzaz Tawfik**

Tel : +212 61 18 99 26/ +212 22 25 66 59 ; Fax :+212 22256088

E-mail: hezzazbijoux@yahoo.fr

- **Kallista**

Responsable : Zouhair Nacer, Diae

Tel : + 212 61 28 58 61; Fax : 022 94 66 69

- **La Grande Bijouterie Internationale**

Responsable : Wadghiri

Tel : +212 61 61 38 04 ; Fax: + 212 22 83 42 38

- **Mary Gold**

Responsable : Abdellah Kadiri

Tel : +212 22 98 65 73 ; fax: +212 22 98 71 60

- **Mounier Joaillier**

Responsable : Mounier

Tel : +212 22 23 73 95; Fax : 212 22 23 73 95

- **Oro Mecánica**

Responsable : Aziz El Hajouji

Tel : +212 22 33 59 17 ; Fax : +212 22 33 59 21

E-mail : oromecan@iam.net.ma

EL MERCADO DE LA JOYERÍA EN MARRUECOS

- **Saïda Bijoux**

Responsable : Saïda Sbissa

Tel : +212 22 27 37 07; Fax : +212 22 27 37 03

- **Trés Or**

Responsable : Souad Lahlou

Tel : +212 37 71 55 47; Móvil : + 212 61 77 38 44

2. FERIAS

- Festival de Joyería en Marrakech: Festival anual organizado por la AMGB

3. PUBLICACIONES DEL SECTOR

Parures en Or du Maroc, Abderrahman SLAOUI, Malika Editions

4. ASOCIACIONES

AMGB : Asociación Marroquí de Gemología y Joyería

8, Bd, El Massira Al Khadra, Casablanca

Tel /Fax: +212 22 94 74 31

E-mail : gemmologiebijouxmaroc@hotmail.com

5. OTRAS DIRECCIONES DE INTERÉS

- Oficina de Garantía, dirección regional de Casablanca.

Tel : +212 22 26 40 97

Contacto : Sr. Abderrahim Derb

- Gold Fields Mineral Services Ltd : www.gfms.co.uk