

DU 12 AU 16 OCTOBRE 2026
MARRAKECH | CASABLANCA | TANGER

VINÉA DAYS MOROCCO

L'EXCELLENCE DU VIN À LA FRANÇAISE AU MAROC

INTERVIEW | P. 10

Entretien avec
Jérôme Bultez, organisateur
des *Vinéa Days au Maroc*. Une
rencontre entre AOC, Vignerons
français, professionnels et
amateurs éclairés.

DÉCRYPTAGE | P. 04

Marché : Évolutions,
tendances de consommation
au Maroc.

AGENDA | P. 14

Programme 2026 :
Tout savoir sur les
événements entre
Marrakech, Casablanca
et Tanger.

RENCONTRE | P. 12

Podcast avec Mickaël Rodriguez,
Gascogne Consulting et Président
de l'Association des Sommeliers
du Maroc.

DU 12 AU 16 OCTOBRE 2026
MARRAKECH | CASABLANCA | TANGER

VINÉA DAYS MOROCCO

L'EXCELLENCE DU VIN
À LA FRANÇAISE AU MAROC

AVEC

UN MOIS DE RENCONTRES
VIGNERONNES
CHEZ VOTRE CAVISTE PRÉFÉRÉ

PROFESSIONNELS

- Dégustations avec vignerons français
- Masterclass Mets & Vins avec sommelier expert
- 14 régions avec 370 AOC +370 styles de vins

GRAND PUBLIC

- Apéros-dîners
Avec vignerons en Restaurants sélectionnés
- Présentations exclusives en cavistes partenaires



POUR PARTICIPER
TÉLÉCHARGER
LE PROGRAMME

JOUEZ & GAGNEZ DES
INVITATIONS
AU RESTAURANT
1000^{DHS} OFFERT



SOMMAIRE

DU VIGNOBLE À LA TABLE, PARTEZ À LA RENCONTRE DES VINS DE FRANCE

Le Maroc et la France partagent plus qu'une proximité géographique. Ils cultivent un art de vivre commun où la gastronomie occupe une place centrale. Dans ce contexte, Vinéa est fier de vous présenter les *Vinéa Days Morocco 2026*, un pont jeté entre nos vignobles et les tables gastronomiques du Maroc.

Soutenus par FranceAgriMer et l'Union européenne, nous avons à cœur de faire découvrir la diversité des AOC françaises, de Bordeaux à la Provence. Une rencontre entre vignerons, professionnels et amateurs éclairés du Royaume.

Alors que le Maroc se prépare à coorganiser la Coupe du Monde 2030, le secteur viticole vit une mutation stratégique. Notre mission ? Vous accompagner dans cette dynamique en proposant des vins d'exception, sourcés avec rigueur pour répondre à une exigence croissante.

De Marrakech à Tanger, en passant par Casablanca, ces rencontres sont une invitation au voyage des terroirs de France, des rencontres, des partages et moments de convivialité. ■

VINEA PRO FRANCE
L'ÉQUIPE

04 | DÉCRYPTAGE

PRÉSENTATION DU MARCHÉ DES BOISSONS
ALCOOLISÉES AU MAROC.

ÉVOLUTION ET TENDANCES
DE CONSOMMATION.

08 | CONSOMMATION

UN MARCHÉ LIMITÉ EN ATTENTE DE QUALITÉ.

10 | INTERVIEW

ENTRETIEN AVEC JÉRÔME BULTEZ,
DIRECTEUR ET ORGANISATEUR DES
VINÉA DAYS MOROCCO.

12 | RENCONTRE

PODCAST, INTERVIEW AVEC
MICKAËL RODRIGUEZ,
PRÉSIDENT DE L'ASSOCIATION DES
SOMMELIERS DU MAROC.

14 | AGENDA

PROGRAMME DE VINÉA DAYS MOROCCO.

16 | KIT MÉDIA

VINÉA DAYS MOROCCO 2026 : LES VINS DE
FRANCE S'INVITENT AU ROYAUME CHÉRIFIEN.

CONTACT PRESSE

FRANCE | VINEA PRO FRANCE

Jérôme BULTEZ
+336 74 66 72 69
+331 53 11 06 07 |

MAROC | SOLUTIS MÉDIA

+ 212 7 07 75 03 24
+ 212 5 22 26 35 75

MAROC | LA COM FM

Franck MATHIAU
+ 212 770 638 250

TOUT LE PROGRAMME DÉTAILLÉ PAR
VILLE SUR :

<https://vinea-pro.fr/presse>



© Vinéa. © D.R.

MAROC : ÉVOLUTIONS & TENDANCES DU MARCHÉ DES BOISSONS ALCOOLISÉES

Alors que le Royaume chérifien se prépare à coorganiser le Mondial 2030, le marché des boissons alcoolisées vit une mutation stratégique. Entre production locale en consolidation et importations européennes dominantes, ce secteur réglementé pèse lourd dans l'économie nationale. Vinéa, acteur engagé dans la promotion des vins français, décrypte un marché aux chiffres officiels et aux perspectives prometteuses.

Au Maroc, l'alcool n'est pas qu'une question de consommation : c'est un équilibre subtil entre cadre législatif strict, recettes fiscales substantielles et demande touristique en croissance.

Selon le Ministère de l'Économie et des Finances, les recettes fiscales attendues sur l'ensemble des catégories d'alcool devraient atteindre 3,5 milliards de dirhams (≈ 321 millions d'euros) à l'horizon 2026.

Un enjeu budgétaire majeur qui structure un marché singulier, où la bière, le vin et les spiritueux répondent à une demande intérieure ciblée et à une clientèle internationale exigeante.

Dans ce contexte, Vinéa accompagne les producteurs français dans leur développement au Maroc, en identifiant les circuits de distribution adaptés et en facilitant l'accès aux circuits détenteurs d'une licence.

Une mission d'autant plus stratégique que l'Accord d'association UE-Maroc supprime les droits de douane sur les produits européens, tandis que la Taxe Intérieure de Consommation (TIC) s'applique uniformément pour préserver l'équité fiscale.

UNE PRODUCTION VITICOLE LOCALE ENTRE TRADITION ET DÉFIS STRUCTURELS
Le Maroc figure au 34^e rang mondial des producteurs de vin, avec un vignoble de 43 370 hectares et une production annuelle moyenne oscillant entre 300 000 et 430 000 hectolitres. (Source : OIV 2024).

Cette viticulture, héritière d'une histoire millénaire, repose sur des acteurs industriels structurants : la Société des Boissons du Maroc (SBM, filiale Castel) et les Celliers de Meknès concentrent l'essentiel des capacités de vinification.

La SBM déclare ainsi une capacité de production de 1,5 million d'hectolitres toutes boissons confondues et gère environ 1 900 hectares de vignes propres. Les cépages dominants — Grenache, Cinsault, Syrah, Mourvèdre — s'épanouissent dans les régions de Meknès et des Côtes de l'Atlas, tandis que de nouveaux vignobles émergent autour de Marrakech.

Mais comme en France et en Espagne, le secteur fait face au stress hydrique, imposant une gestion rigoureuse de l'eau pour maintenir des rendements de 40 à 50 hl/ha.

La production locale, bien que significative, ne couvre pas l'intégralité de la demande.

En 2024, le Maroc a exporté pour ≈ 4,55 millions d'euros (≈ 50 millions de dirhams) de vin, principalement vers la France, tout en important pour ≈ 38,4 millions d'euros (≈ 423 millions de dirhams). Source : OEC 2024).

Ce déficit structurel reflète une consommation intérieure qui privilégie les appellations étrangères pour le haut et moyen de gamme, tandis que la production locale monte progressivement en qualité.

LA BATAILLE DES IMPORTATIONS : LA FRANCE DOMINE EN VALEUR, L'ESPAGNE EN VOLUME
Le marché marocain des vins importés se joue essentiellement entre deux voisins européens.

En 2024, la France a exporté vers le Maroc pour ≈ 19,7 millions d'euros (≈ 217 millions de dirhams) de vins, représentant 55,9 % des importations totales en valeur. (Source : Douanes Françaises / OEC).

Ce leadership s'appuie sur des liens historiques, un réseau de distribution intégré (enseignes Nicolas via la SBM, Carrefour via Label'Vie, SystemU plus récemment et plus de 1 700 points de vente indépendants détenteurs d'une licence) et une perception premium associée aux AOC françaises.

L'Espagne occupe la seconde place avec ≈ 14,7 millions d'euros (≈ 162 millions de dirhams), soit 38,3 % du marché en valeur, et affiche une dynamique de croissance remarquable selon les données sectorielles. (Source : ICEX España / OEC). Cette progression s'appuie sur une offre diversifiée, combinant vins

d'entrée de gamme, appellations reconnues (Rioja, Cava, Priorat) et une capacité à couvrir l'ensemble des segments de prix, dont essentiellement le vrac destiné à l'assemblage. Une proximité géographique qui facilite la réactivité logistique complète cet avantage concurrentiel. Toutefois, si la France domine en valeur grâce à ses appellations premium, l'Espagne s'impose en volume avec une offre couvrant tous les segments, du vrac aux appellations reconnues. Les autres fournisseurs (Italie : ≈ 1,08 M€ ; Portugal : ≈ 441 000 €) restent marginaux dans cette configuration bipolaire.

FISCALITÉ 2024-2025 : UN DURCISSEMENT QUI REDESSEINE LES MARGES
Le levier fiscal reste l'outil principal de régulation du marché.

Dans le cadre du Projet de Loi de Finances 2025, la Taxe Intérieure de Consommation (TIC) a été révisée significativement. Ces augmentations, couplées à une TVA de 20 %, impactent directement les prix de vente. Pourtant, l'objectif de 3,5 milliards de dirhams (≈ 321 M€) ▶

PRODUITS	TIC 2025
VINS TRANQUILLES +76 %	1 550 DH/HL (142 €) ANCIEN TAUX : 850 DH/HL
BIÈRES +74 %	2 000 DH/HL (183 €) ANCIEN TAUX : 1 150 DH/HL
SPIRITUEUX +42 %	25 500 DH/HL (2 340 €) ANCIEN TAUX : 18 000 DH/HL

• Conversion sur la base de 1 EUR ≈ 10,9 MAD.
• (Taux moyen 2024).

Un levé de soleil automnal
entre fleuve et vignes
dans la Vallée du Rhône.

©Alex Gauvin - Inter-Rhône

de recettes fiscales à l'horizon 2026 confirme la volonté de l'État de maintenir ce secteur comme contributeur budgétaire stable. Pour Vinéa et les acteurs du marché, cette architecture fiscale impose une gestion fine des marges pour préserver la compétitivité des vins français face à la production locale et aux importations espagnoles.

DISTRIBUTION ET CONSOMMATION :
UN MARCHÉ CONCENTRÉ,
UNE CLIENTÈLE CIBLÉE

La distribution d'alcool au Maroc s'organise exclusivement via des circuits licenciés : hôtellerie, restauration, cavistes agréés, épiceries et quelques Grandes et Moyennes Surfaces (Carrefour via Label'Vie, principal représentant du canal moderne, aux côtés d'enseignes émergentes comme SystemU). La SBM (Société des Boissons du Maroc) structure ce réseau avec une vingtaine de magasins Nicolas et alimente, par sa production de bières et de

vins, près de 1 733 points de vente indépendants à travers le Royaume (donnée professionnelle SBM).

UNE HIÉRARCHIE CONTRASTÉE ENTRE
VOLUME ET VALEUR

Cette structure de marché dessine une hiérarchie contrastée.

La bière s'impose comme le leader incontesté en volume, captant environ 60 à 70 % des flux pour 40 à 50 % de la valeur estimée. Au-delà des chiffres, son réseau logistique - assurant une livraison quasi quotidienne des points de vente licenciés - constitue un atout stratégique majeur pour la distribution des autres catégories de produits.

RÉPARTITION ESTIMÉE DU MARCHÉ PAR CATÉGORIE

PRODUITS	EN VALEUR*	EN VOLUME*
BIÈRE	~40-50 %	~60-70 %
Production locale dominante (SBM). Prix unitaire modéré. Leader en volume. Heineken, bière Premium alimente également le marché.		
VIN	~30-40 %	~20-30 %
Mix importations premium (France, Espagne) + production locale. Prix moyen plus élevé.		
SPIRITUEUX	~15-25 %	~3-8 %
Importations premium (whisky, vodka, gin). Faible volume, forte valeur unitaire.		

* Estimations sectorielles reconstituées en parts de marché. Non publiées par les administrations officielles. Les parts peuvent varier selon l'année, le périmètre (importations uniquement vs. marché total) et la définition de "consommateur". Sources indicatives : OEC World (valeurs import), ICEX España (études marché), benchmarks professionnels. Les données de consommation par habitant ne sont pas publiées officiellement au Maroc.



Le vin, quant à lui, représente environ 20 à 30 % du volume contre 30 à 40 % en valeur, porté par le premium et les importations européennes (France en tête, suivie de l'Espagne).

Enfin, les spiritueux, bien que marginaux en volume (3 à 8 %), pèsent lourd en valeur (15 à 25 %), soutenus par une consommation ciblée et haut de gamme. En l'absence de statistiques officielles détaillées, ces estimations sectorielles dessinent néanmoins un marché clair : la bière domine en volume grâce à une production locale structurée, tandis que le vin et les spiritueux, majoritairement importés, captent l'essentiel de la valeur.

PERSPECTIVES 2030 : LE TOURISME,
ACCÉLÉRATEUR STRATÉGIQUE

L'horizon 2030, marqué par la coorganisation de la Coupe du Monde avec l'Espagne et le Portugal, constitue un catalyseur majeur.

Le Maroc a accueilli 17,4 millions de touristes en 2024 (+20 % vs 2023) et vise 26 millions de visiteurs annuels dans le cadre de sa stratégie touristique nationale. Les touristes européens (notamment français, espagnols, britanniques) et les plus de 148 000 résidents étrangers recensés au Maroc (dont 20,3 % d'Européens à forte majorité de nationalité française) représentent le cœur de cible des vins

importés. Cette dynamique devrait stimuler la demande dans le circuit HORECA, (Hôtel, Restaurant, Café) principal canal de consommation légale pour les visiteurs. Parallèlement, les tendances de consommation indiquent une montée en gamme : préférence croissante pour les appellations d'origine, tant locales qu'importées. Pour Vinéa, l'enjeu est double : accompagner les producteurs français dans l'identification des circuits adaptés (grossiste importateur, distributeur), et valoriser la diversité des AOC encore sous-représentées sur le marché marocain. Dans un cadre réglementaire strict, la réussite de ce pari économique dépendra de la capacité des acteurs à adapter leur offre aux attentes d'une clientèle internationale exigeante, tout en respectant les spécificités culturelles et légales du Royaume.

Une opportunité stratégique pour les Vins de France, à condition d'anticiper les évolutions fiscales et de miser sur la qualité différenciante. ■

• Sources utilisées : Ministère du Tourisme marocain, Haut-Commissariat au Plan (HCP) Maroc, ICEX España Exportación Inversiones, Organisation Mondiale de la Santé (OMS), Observatoire de la Complexité Économique (OEC), Organisation Internationale de la Vigne et du Vin (OIV), Douanes Françaises.

Les vins de France, c'est
plus de 370 AOC viticoles et
plus de 1000 styles de vins.

UN MARCHÉ LIMITÉ MAIS STRUCTURÉ DANS LEQUEL VINÉA S'INSCRIT

Au Maroc, où la majorité de la population ne consomme pas d'alcool pour des raisons culturelles et religieuses, un marché existe néanmoins, bien organisé et concentré dans les zones urbaines et touristiques. La consommation est dominée par la bière, suivie du vin et des spiritueux, chacun ayant sa part spécifique dans ce marché limité mais réel.

Selon l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) et le Haut-Commissariat au Plan (HCP), environ 15 % des adultes marocains consomment régulièrement de l'alcool, soit une population estimée entre 5 et 6 millions de personnes.

Bien que le volume global par habitant reste faible à l'échelle nationale, cette minorité consommatrice absorbe l'essentiel du marché et concentre la demande. Chaque consommateur

boit plusieurs litres de bière, de vin ou de spiritueux par an, principalement dans les grandes villes, les hôtels et restaurants disposant de licences officielles.

TOURISME ET RÉSIDENTS : DEUX MOTEURS DE CONSOMMATION

Selon le Ministère du Tourisme, le Maroc a accueilli 17,4 millions de visiteurs en 2024 (+20 % vs 2023), avec une projection de 19,8 millions en 2025 et un objectif gouvernemental

de 26 millions à l'horizon 2030. Les touristes européens et résidents étrangers au Maroc (notamment français, espagnols, britanniques) constituent le principal segment consommateur d'alcool. Les résidents étrangers (plus de 148 000 personnes) sont officiellement recensés, dont les Européens représentent environ 20,3 %, avec une forte proportion de Français. Cette population contribue significativement à la demande en circuits licenciés et recherche des

produits largement différenciés, avec différentes AOC françaises encore trop peu commercialisées au Maroc.

CONSOMMATION PAR CATÉGORIE ET ÉVOLUTION DU MARCHÉ

Le marché marocain dessine une hiérarchie claire, marquée par des écarts significatifs entre valeur et volume.

Cette répartition révèle que, malgré un niveau global modeste, chaque segment – bière, vin, spiritueux – conserve sa place, avec toutefois une demande de plus en plus pressante pour des produits qualitatifs, différenciés et à des prix abordables. Par ailleurs, avec l'essor spectaculaire de l'hôtellerie de luxe – les hôtels 4 et 5 étoiles ayant enregistré respectivement +35 % et +28 % de croissance entre 2023 et 2024 (Source : Rapport marché hôtelier marocain 2024 / Premium Travel News / ANINVER) – et le développement parallèle des services de conciergerie haut de gamme, on constate une demande croissante pour des produits d'exception : châteaux bordelais, domaines renommés, grands crus classés, vins nature et biodynamie.

Un marché certes aux volumes limités, mais porté par une clientèle exigeante qui ne veut que « du bon, du très bon » pour accompagner l'une des meilleures cuisines au monde : la cuisine marocaine. Un défi également pour les acteurs du secteur et de la logistique, qui doivent couvrir ces besoins spécifiques et faciliter les importations dans un cadre réglementaire très encadré, ■

QUAND VINÉA S'INVITE AU MAROC

Avec le soutien de FranceAgriMer, de la République française et de l'Union européenne, Vinéa organise cette année, en partenariat avec son importateur-distributeur agréé, une série d'événements professionnels dans trois villes phares du

découverte des nouveautés avec des dégustations accompagnées par des vignerons français et sommeliers du Maroc.

Pour le grand public : des dégustations commentées dans

une sélection de restaurants gastronomiques partenaires, sous forme d'apéros dînatoires avec mises en bouche accordées mets et vins. Et, en caves, sans dégustation, des présentoirs dédiés afin de présenter une sélection de vins en AOC et IGP France. Une expérience immersive pour découvrir une sélection

d'appellations emblématiques de France, dans un cadre convivial et pédagogique. Au-delà de la découverte, l'enjeu est aussi de proposer des produits différenciés, qualitatifs et accessibles, répondant aux attentes d'une clientèle de plus en plus exigeante. Une démarche qui s'inscrit dans la durée, au service du rayonnement du vin français au Maroc. ■

DEUX FORMATS COMPLÉMENTAIRES POUR DEUX CIBLES DISTINCTES :

Pour les professionnels : des présentations techniques et commerciales axées sur le positionnement gamme, les arguments de vente et la



La cité portugaise de la ville
d'El Jadida, au Maroc.

ENTRETIEN AVEC JÉRÔME BULTEZ, ORGANISATEUR DES VINÉA DAYS MOROCCO



QUELLE EST LA VISION DE VINÉA ?

Vinéa est née de la volonté de créer un lien direct et lisible entre les vignobles français et les marchés internationaux d'Afrique et du Maroc essentiellement. Notre rôle en lien avec les producteurs de vin en France, vignerons et coopératives est avant tout un rôle de passeur : transmettre l'histoire, le terroir et l'intention du vigneron à travers différentes AOC, différents terroirs de France.

La qualité des vins présentés est aussi essentielle pour nous, une priorité ! Même si les quantités en volume sont faibles au Maroc, nous constatons aujourd'hui que le public devient de plus en plus exigeant, intéressé à découvrir de nouveaux produits, et de qualité, voir même soucieux de l'environnement notamment pour les vins issus de l'agriculture biologique et de la biodynamie.

UN MARCHÉ AVEC DES QUANTITÉS RELATIVEMENT FAIBLES.

ALORS POURQUOI LE MAROC ?

En volume, oui Le Maroc est pour la France un marché relativement faible. Mais, c'est un marché à fort potentiel, structuré, avec des professionnels très qualifiés et une vraie culture du vin. Le Maroc produit aussi du vin.

Il dispose également d'organismes très compétents comme l'ONSSA qui vérifie le contrôle sanitaire et la qualité des produits importés. Au niveau du public, il existe une véritable curiosité et une exigence qui correspondent parfaitement à l'ADN de Vinéa.

Le Maroc est aussi une terre d'accueil avec un très fort développement du tourisme et notamment de français qui aiment se rendre au Maroc.

Outre la proximité entre la France et le Maroc, (2h30, 3 heures de vol), près de 30 millions de visiteurs sont attendus pour la coupe de monde de Football dont le Royaume est le coorganisateur en 2030.

Par ailleurs, tout n'est pas si rose, c'est un marché complexe avec une concurrence de produits venant essentiellement d'Espagne, souvent en vrac et de moindre qualité.

Bien que nous n'ayons pas de Droit d'Importation, la taxe intérieure à la consommation de 1550 DHS à l'hectolitre est également un frein pour notre grossiste importateur.

Globalement, hors frais de logistique, les produits importés sont taxés à environ 60%.

POUVEZ-VOUS NOUS DONNER UN APERÇU SUR LE MARCHÉ DES VINS ET DES BOISSONS ALCOOLISÉES AU MAROC AINSI QUE VOTRE POSITIONNEMENT ?

Le marché des boissons alcoolisées au Maroc est porté essentiellement par la bière et sa distribution via quelques acteurs locaux.

Le vin et les spiritueux sont secondaires et la distribution des boissons alcoolisées reposent essentiellement sur ces acteurs qui livrent quotidiennement et en petite quantité les épiceries, cavistes, bars, restaurants et hôtels.

Quant à Vinéa, notre positionnement se situe sur des AOC Premium et IGP à des prix abordables mais également sur commande en lien avec des sommeliers d'établissements prestigieux au sourcing de vins prestigieux jusqu'au suivi de commande, groupage et livraison au Maroc. En quelque sorte, un service du Vignoble à la Table.

POUR VOUS, QUE REPRÉSENTENT LES VINÉA DAYS AU MAROC ?

C'est un moment de rencontres. Au-delà des vins, nous voulons créer du dialogue, partager des expériences et accompagner durablement les acteurs locaux mais également sensibiliser le grand public par plusieurs actions.

Ainsi, pour l'édition 2026, nous organisons 3 événements phares sur 3 grandes villes du Royaume : Marrakech, Casablanca et Tanger.

Les événements consistent en lien avec notre importateur grossiste et distributeur pour la logistique, d'inviter avant tout les professionnels et la clientèle du secteur.

A savoir, des événements en BtoB avec les distributeurs grossistes et leurs commerciaux, les épiceries, cavistes, hôtels-restaurants, GMS (Carrefour et system U au Maroc), détenteurs de licences d'alcool mais également des sommeliers membres de l'Association des Sommeliers du Maroc ainsi que des producteurs, domaines viticoles au Maroc afin de présenter une trentaine de vins en AOC, IGP de France exclusivement. Cette présentation

entre professionnels est pour nous un lien essentiel pour sensibiliser les acteurs du marché à l'importance et la qualité des produits viticoles français.

Par ailleurs, ces événements sont organisés en présence des vignerons français qui souhaitent venir au Maroc car nous pensons également que leur présence est essentielle pour démontrer la qualité de leurs vins et leur passion pour leur terroir.

Par ailleurs, nous organisons en lien avec Michaël Rodriguez, Président des sommeliers du Maroc et ancien sommelier de la Mamounia, des Masterclass afin de sensibiliser, parfois initier les acteurs professionnels au vin, aux différents cépages et assemblages ainsi qu'aux différentes pratiques viticoles de nos vignerons.

ET POUR LE GRAND PUBLIC, ORGANISEZ-VOUS DES ÉVÉNEMENTS ?

Pour les actions auprès du grand public, nous présentons par ville les vins chez quelques cavistes spécialisés avec pour l'occasion la mise à disposition de présentoirs de qualité dédiés à la mise en avant des produits présentés.

VINÉA, EN QUELQUES MOTS...

Vinéa est spécialisée en France et à l'étranger dans le conseil, la promotion et le sourcing de vins pour le compte de sa clientèle : bars à vins, restaurants gastronomiques, hôtels 4 et 5 étoiles, cavistes, GMS, sociétés d'événementielles et conciergeries de luxe.

Au Maroc, elle travaille en partenariat avec un importateur grossiste et distributeur qui assurent la diffusion de ses produits viticoles sur l'ensemble du Royaume.

Des vins Premium exclusivement en AOC, IGP France et à travers une sélection d'un rapport qualité/prix ultra-performant qui couvre la quasi-totalité des 13 régions viticoles de France. Sur commande, au Maroc, elle assure également un service sur mesure en livraison express pour le compte d'une clientèle plus exigeante : restaurants gastronomiques, hôtels de luxe, conciergeries, planificateurs d'événements (incentives, mariages) et caves particulières intéressés par des produits haut de gamme, des produits rares (grands crus classés, domaines renommés,...).

En quelque sorte, un service clés en main « du Vignoble à la Table » pour les gastronomes du Maroc, amateurs de bons, très bons vins. ■

Un écrin, une belle façon de mettre en avant nos produits, terroirs et AOC encore pas ou peu suffisamment connus au Maroc.

Par ailleurs, en lien avec la venue de vignerons, nous organisons pendant 3 soirs des cocktails dans quelques restaurants du Royaume et sur les 3 villes où nous réalisons nos opérations.

Sous forme d'apéro dînatoires avec amuses-bouche pour déguster quelques verres de vins que nous présentons.

Autres points, nous mettons également en place des guides par région viticole de France pour présenter les AOC, les terroirs, les sols, les climats, les cépages, assemblages.

Une façon très détaillée de présenter 14 régions viticoles et plus de 270 appellations de France.

Voilà en résumé, les actions que nous menons pour la saison 2026 dont notre but ultime est de servir des Vignobles de France aux tables du Maroc.

Un Royaume qui est aussi le Paradis des gastronomes. Et bien sûr, tous les médias sont cordialement invités !. ■

5 QUESTIONS À MICKAËL RODRIGUEZ, PRÉSIDENT DE L'ASSOCIATION DES SOMMELIERS DU MAROC

À l'occasion des Vinéa Days Morocco, Vinéa vous propose un podcast exclusif avec Mickaël Rodriguez, Président de l'Association des Sommeliers du Maroc et fondateur de Gascogne Consulting, une société de conseil dans le vin. Fort de huit années d'expérience au mythique La Mamounia de Marrakech et désormais à la tête de Gascogne Consulting, il décrypte en cinq questions l'évolution et les tendances des vins de France au Maroc.

DANS VOTRE MÉTIER DE SOMMELIER ET DE CONSULTANT, QUEL EST LE RÔLE DE LA FORMATION ET DE LA TRANSMISSION ?

La formation et la transmission sont au cœur de mon métier de sommelier et de consultant, au Maroc comme ailleurs. Je forme bien sûr des sommeliers, mais aussi des maîtres d'hôtel et des chefs de rang, parce que la vente du vin et la qualité du service ne reposent pas uniquement sur une seule personne dans un établissement. Il y a des codes très précis à maîtriser : l'ouverture d'une bouteille, les températures de service, le choix du verre, ou encore la manière de présenter un vin. Mais la formation ne s'arrête pas à la technique.

Elle touche aussi à la culture du vin : les terroirs, les cépages, les régions, et surtout la compréhension globale du produit.

Au Maroc, c'est essentiel car nous travaillons dans un environnement très international. Les professionnels doivent être capables de parler à des clients de toutes origines, de comprendre leurs références culturelles et de rebondir sur ce qu'ils connaissent déjà. Un bon sommelier, ce n'est pas seulement quelqu'un qui connaît le vin, c'est quelqu'un qui sait créer un lien avec la culture du client. C'est pour cela que j'insiste beaucoup sur l'ouverture : les gastronomies du monde, les styles de vins différents, les producteurs internationaux. La vente passe avant tout par la confiance.

Et si, en face de moi, j'ai un professionnel capable de répondre, d'assumer et de raconter une histoire cohérente, alors la mission est réussie. Comme j'aime le dire avec une expression anglaise : "the light is on, but nobody's home". L'objectif, c'est justement d'éviter ça et de former des professionnels pleinement présents, capables de comprendre et d'incarner ce qu'ils servent.

QUELLES SONT LES ATTENTES DES PROFESSIONNELS DU MARCHÉ VIS-A-VIS DES VINS FRANÇAIS ?

Les attentes des professionnels du marché vis-à-vis des vins français au Maroc ont beaucoup évolué ces dernières années. On n'est plus uniquement dans la recherche des grandes appellations historiques comme Bordeaux. Aujourd'hui, il y a une vraie demande pour des vins français différents, plus accessibles, plus modernes, et surtout avec de meilleurs rapports qualité-prix.

On voit apparaître de plus en plus de régions sur les cartes des restaurants et chez les cavistes : des Côtes du Ventoux, des Côtes de Gascogne, des Côtes du Rhône, ou encore des vins de petits producteurs qui offrent des profils très intéressants, plus frais, plus digestes et adaptés à la consommation actuelle.

Dans le même temps, le marché marocain s'est structuré. Pendant longtemps, on opposait vins marocains et vins importés en termes de prix et de positionnement. Aujourd'hui, les vins marocains ont monté en gamme, et les importations françaises, espagnoles ou italiennes, permettent surtout d'équilibrer les cartes et d'apporter de la diversité.

Il faut aussi comprendre que produire du vin au Maroc est coûteux et complexe : importation des barriques, des bouchons, des produits œnologiques, et surtout exposition forte aux risques climatiques, avec parfois des pertes importantes de récolte. Dans ce contexte, les vins français restent essentiels pour les professionnels : ils apportent une certaine maîtrise de la qualité, une régularité, et surtout une capacité à répondre à des attentes très variées selon les clients, les saisons et les types de gastronomie. Ce sont des vins qui permettent de construire des cartes cohérentes, diversifiées et économiquement viables.

AU MAROC, QUELLES SONT LES TENDANCES ACTUELLES DE CONSOMMATION DANS LE VIN ? ET, COMMENT SE POSITIONNE LES VINS FRANÇAIS ?

Au Maroc, les tendances de consommation du vin ont beaucoup évolué ces dernières années, sous l'effet du tourisme international, de la montée en gamme de la restauration et d'une clientèle de plus en plus curieuse et mobile. On observe un basculement vers des vins plus frais, plus fruités, plus digestes, avec moins d'appétence pour les profils très tanniques ou trop lourds. Les consommateurs, marocains comme étrangers, voyagent davantage, connaissent mieux les styles et attendent surtout du plaisir immédiat et de la régularité dans l'expérience. Dans le même temps, le marché s'est professionnalisé : cavistes plus spécialisés, meilleure conservation, cartes des vins plus construites, et un service plus exigeant dans les hôtels et restaurants. Cela tire l'ensemble du secteur vers le haut. Concernant les vins français, ils restent une référence très forte au Maroc, à la fois culturelle et historique. Le Bordeaux demeure un pilier, mais il n'est plus dominant comme avant. On voit une vraie progression des Bourgogne, des vins de la vallée du Rhône, du Beaujolais ou encore de certaines régions plus accessibles et plus "plaisir". Les clients marocains deviennent plus affûtés : ils ne choisissent plus seulement une appellation par prestige, mais en fonction du style, de la fraîcheur et de l'expérience qu'ils recherchent.

Aujourd'hui, les vins français doivent donc s'adapter à cette évolution globale : moins de recherche de puissance, plus de buvabilité, et surtout une capacité à répondre à une clientèle internationale exigeante, très connectée et habituée aux standards des grandes destinations gastronomiques.

PARLEZ-NOUS DU MÉTIER DE SOMMELIER AU MAROC, VOTRE EXPÉRIENCE, SES ÉVOLUTIONS

Le métier de sommelier au Maroc a énormément évolué depuis mon arrivée il y a quatorze ans. Quand je suis arrivé à Marrakech pour rejoindre la Mamounia, la sommellerie existait déjà, mais elle était encore peu structurée et souvent mal comprise. Aujourd'hui, les choses ont profondément changé : les hôtels, les restaurants, les cavistes et même les clients marocains ont développé une vraie culture du vin et du service. Le sommelier n'est plus seulement quelqu'un qui sert une bouteille, c'est devenu un passeur entre le producteur, le chef et le client. On nous demande de raconter une histoire, de créer une émotion, d'améliorer l'expérience globale autour de la gastronomie.



J'ai aussi vu les vins marocains évoluer de manière impressionnante. Les producteurs se sont modernisés, ont adapté leurs méthodes au climat et proposent aujourd'hui des vins qui peuvent rivaliser avec beaucoup de références internationales.

Le grand enjeu aujourd'hui, c'est la formation et la transmission. Au Maroc, il faut encore expliquer que le vin est avant tout un produit culturel et gastronomique. Avec l'Association des Sommeliers du Maroc, nous essayons justement de professionnaliser le métier, créer des vocations et accompagner une nouvelle génération de sommeliers marocains extrêmement prometteuse.

A L'OCCASION DES VINÉA DAYS MOROCCO, VOUS ALLEZ FAIRE DES MASTERCLASS. QU'ALLEZ-VOUS PRÉSENTER DANS CES PROGRAMMES ?

À l'occasion des Vinéa Days Morocco, l'idée de ces masterclass est vraiment de partir du métier tel qu'il est aujourd'hui sur le terrain. On ne va pas seulement parler de vin de manière théorique, mais expliquer concrètement ce que le sommelier apporte dans un restaurant ou un hôtel.

On va d'abord présenter le métier : à quoi sert un sommelier, comment il structure une cave, comment il accompagne le service et comment il influence directement l'expérience client et le chiffre d'affaires. Ensuite, il y aura une partie très pratique autour du vin lui-même : comment déguster, comment reconnaître un vin bien fait, un vin déséquilibré ou un vin qui a un défaut, et comment parler simplement du vin à un client. On va aussi aborder des choses très concrètes du quotidien : la conservation des bouteilles, les températures de service, les erreurs à éviter dans une cave ou dans une carte des vins.

Enfin, il y aura un volet sur les producteurs et les régions, parce qu'un sommelier doit être ouvert sur le monde, pas seulement sur son pays. L'objectif, c'est de donner des outils immédiatement utilisables et de montrer que la sommellerie est un métier de culture, de précision, mais surtout de transmission et de partage.

MIKAËL RODRIGUEZ : L'EXCELLENCE DU VIN AU SERVICE DU MAROC

Sommelier-conseil basé à Marrakech par amour du RFOyaume, Mikaël Rodriguez allie formation bordelaise, certification WSET Londres et vingt ans d'expérience en palaces européens et marocains. Ancien Chef Sommelier de La Mamounia (trois fois « Meilleur Hôtel du Monde ») et ex-enseignant à l'EPMTTH Paris, il met aujourd'hui son expertise au service des professionnels du marché marocains et d'ailleurs (notamment en Asie) avec : audits de caves, création de cartes sur-mesure, formation des équipes et optimisation des marges. Son approche pédagogique et terrain aide hôtels, restaurants, cavistes, importateurs et caves particulières à élever leurs standards, maîtriser l'art du service et développer une politique boisson rentable, dans le respect des spécificités culturelles locales. **Pour en savoir plus, écoutez nos podcasts dédiés aux vins et à la gastronomie en suivant ce lien.**

LES VINÉA DAYS S'INVITENT AU MAROC :
LE PROGRAMME

Conçus comme un temps fort dédié aux vins de France, les *Vinéa Days Morocco* se déploient au cœur de trois villes emblématiques du Royaume. Durant trois jours, vignerons français et professionnels du secteur se rencontrent pour échanger et déguster. Une place de choix est également faite au grand public, invité à découvrir ces crus d'exception lors d'expériences gastronomiques en restaurants et de présentations exclusives en cavistes.

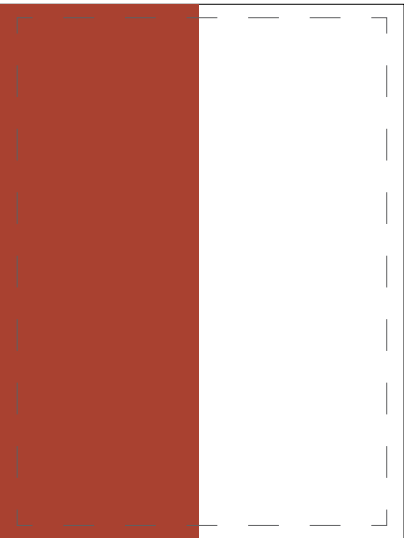


LE PROGRAMME, LES LIEUX, LES DATES	MARRAKECH	CASABLANCA	TANGER
ÉVÉNEMENTS PROFESSIONNELS	Lundi 11 Oct (15h–20h)	Mardi 13 Oct (15h–20h)	Mercredi 14 Oct (15h–20h)
Rencontres et présentation auprès des Professionnels du secteur d'une sélection de vins en AOC et IGP France en compagnie de Vignerons. Masterclass avec Mickaël Rodriguez, Sommelier et Président des Sommeliers du Maroc. Au programme, initiation, découverte et apprentissage des cépages, assemblage...	Restaurant Casa José	Restaurant La Bazenne	Hôtel Chellah
EN CAVE, ÉVÉNEMENTS GRAND PUBLIC	(Courant Sept/OCT)	(Courant Sept/OCT)	(Courant Sept/OCT)
Des présentoirs dédiés pour promouvoir (sans dégustation) des vins en AOC, IGP France.	- Cave Majorelle - Vignes au Vin - Maison Bacchus	- Cave H Wine - Chez Patrice - Coquillage	- Refinado - Rojito - Casa Pépé
AU RESTAURANT, ÉVÉNEMENTS GRAND PUBLIC	Lundi 11 oct (20h–22)	CASABLANCA (20h–22)	TANGER (20h–22)
En soirée de 20h à 22h, une rencontre dans de belles et bonnes tables du Royaume pour découvrir autour d'un verre quelques vins de France.	Restaurant Casa José	Restaurant La Bazenne	Restaurant Hôtel Chellah

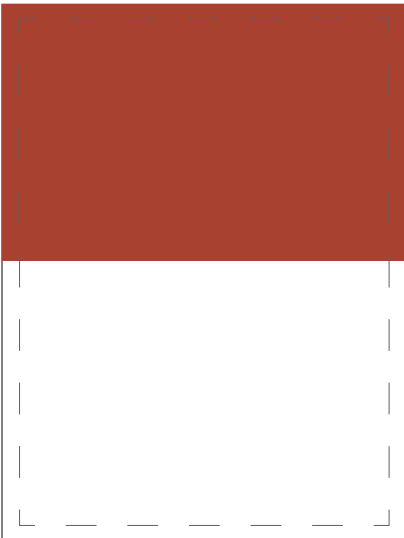
EN PAGE, DEMI-PAGE
QUART DE PAGE ET HUITIÈME DE PAGE

4 Articles avec photos en haute définition libres de droit et à télécharger sur :
<https://vinea-pro.fr/presse>

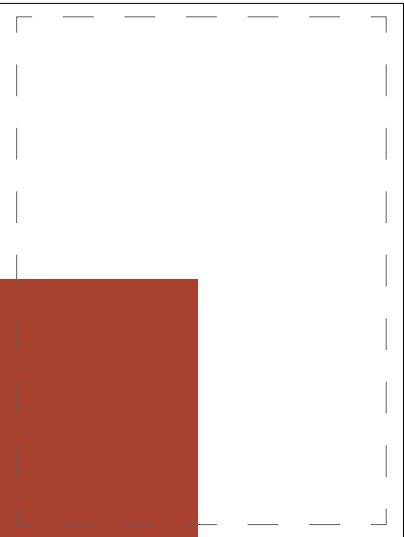
LES FORMATS



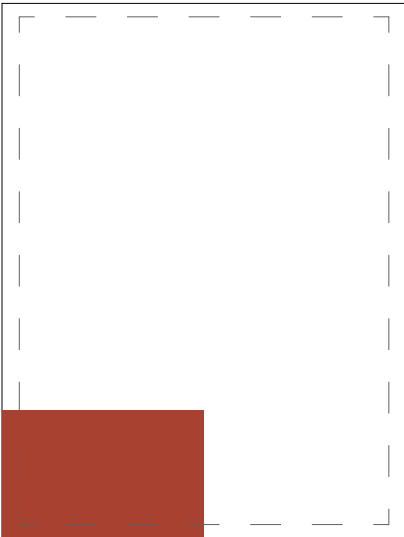
• 1/2 PAGE HAUTEUR
104 mm L x 297 mm H



• 1/2 PAGE LARGEUR
210 mm L x 147 mm H



• 1/4 PAGE
104 mm L x 147 mm H



• 1/8 PAGE
104 mm L x 72 mm H

VINÉA DAYS : QUAND LES VINS DE FRANCE S'INVITENT AU MAROC

Du 12 au 16 Octobre 2026, Vinéa organise trois événements majeurs à Marrakech, Casablanca et Tanger pour promouvoir les AOC viticoles françaises. Une initiative soutenue par FranceAgriMer, la République Française et l'UE.

Alors que le Maroc s'apprête à coorganiser la Coupe du Monde 2030, le marché des boissons alcoolisées vit une mutation stratégique. Porté par un tourisme en croissance (17,4 millions de visiteurs en 2024, objectif 26 millions en 2030) et un essor de l'hôtellerie de luxe, le Royaume devient un terrain d'expression privilégié pour les vins français.

Vinéa, spécialiste du conseil et sourcing, lance les Vinéa Days Morocco 2026. Trois journées professionnelles et grand public dans trois villes du Royaume.

Une démarche qui s'inscrit dans la durée, au service du rayonnement de la gastronomie et du vin français au Maroc.

UN PROGRAMME EN DEUX TEMPS

En journée, des rencontres BtoB réunissent distributeurs, cavistes, restaurateurs et sommeliers.

Au programme : présentation de vins AOC/IGP, Masterclass animée par Mickaël Rodriguez, Président des Sommeliers du Maroc, et échanges avec les vignerons. « Notre rôle est avant tout un rôle de passeur : transmettre l'histoire, le terroir, l'intention du vigneron », explique Jérôme Bultez, fondateur de Vinéa et organisateur de l'événement.

En soirée, place au grand public avec apéros dînatoires dans des restaurants gastronomiques partenaires.

Accords mets et vins, dégustations commentées avec des vignerons dans un cadre convivial.

UN MARCHÉ EXIGEANT

Le marché marocain des boissons alcoolisées, bien qu'encadré, représente une opportunité réelle.

Le vin y représente 30 à 40 % de la valeur, derrière la bière avec une clientèle exigeante, composée de touristes européens, de résidents étrangers et d'une classe locale en recherche de produits qualitatifs.

En somme, un marché prometteur et structuré, où des professionnels qualifiés répondent à une clientèle en quête de nouveaux produits.



Pour Vinéa, le positionnement est clair : des AOC Premium et IGP à des prix abordables, avec un service sur mesure pour des clients exigeants. Un service « du Vignoble à la Table » pour les gastronomes du Maroc ou la distribution s'organise via des circuits licenciés. Vinéa travaille avec un importateur-grossiste agréé.

Un maillon essentiel dans un contexte fiscal durci : la Taxe Intérieure de Consommation (TIC) sur les vins est passée à 1 550 dirhams/hectolitre en 2025 soit une hausse de +76 %. ■



LES VINÉA DAYS MOROCCO EN PRATIQUE

MARRAKECH : (dates à confirmer)
CASABLANCA : (dates à confirmer)
TANGER : (dates à confirmer)

POUR LES PROFESSIONNELS - 14h-20h

- Présentation de vins en AOC/IGP France.
- Rencontres B2B avec vignerons français.
- Masterclass avec Mickaël Rodriguez, Président des Sommeliers du Maroc.
- Découverte des cépages, assemblages, terroirs.
- Dégustation avec accords Mets & Vins.

POUR LE GRAND PUBLIC - 20h-22h

- Apéros dînatoires dans des restaurants gastronomiques partenaires.
- Dégustations commentées par des vignerons avec mises en bouche.
- Présentoirs dédiés chez des cavistes spécialisés.

TOUT LE PROGRAMME DÉTAILLÉ PAR VILLE SUR :
[HTTPS://VINEA-PRO.FR/PRESSE](https://vinea-pro.fr/presse)

VINÉA LANCE LES VINÉA DAYS MOROCCO 2026



Trois événements majeurs à Marrakech, Casablanca et Tanger pour promouvoir les vins français auprès des professionnels et du grand public.

Alors que le Maroc vise 26 millions de touristes à l'horizon 2030 (Coupe du Monde), le marché du vin connaît une dynamique favorable. Porté par l'essor de l'hôtellerie de luxe (+35 % pour les 4 étoiles, +28 % pour les 5 étoiles en 2023-2024) et une clientèle exigeante, le Royaume devient un terrain d'expression pour les vins français. Vinéa, spécialiste du sourcing et de la promotion de vins, organise les Vinéa Days Morocco 2026. Trois journées dans trois villes phares du Royaume : Marrakech, Casablanca et Tanger. Un programme en deux temps pour deux cibles distinctes.

PROFESSIONNELS ET GRAND PUBLIC : DEUX FORMATS COMPLÉMENTAIRES

En journée, des rencontres BtoB réunissent distributeurs, cavistes, restaurateurs et sommeliers. Au programme : présentation de vins en AOC/IGP de France, Masterclass animée par Mickaël Rodriguez, Président de l'Association des Sommeliers du Maroc, et échanges avec les vignerons français.

Le soir (20h-22h), place au grand public avec des apéros dînatoires dans des restaurants gastronomiques partenaires.

Dégustations commentées, mises en bouche accordées mets et vins, rencontres avec les vignerons venus de France. Une expérience immersive pour découvrir des appellations emblématiques.

UN MARCHÉ EXIGEANT, UNE OPPORTUNITÉ RÉELLE

Le vin représente 30 à 40% de la valeur du marché marocain des boissons alcoolisées. Une clientèle composée de touristes européens, de résidents étrangers (148 000 personnes, dont 20,3% d'Européens) et d'une classe locale qui recherche des produits qualitatifs et différenciés. Pour Vinéa, le positionnement est clair : des AOC Premium et IGP à des prix abordables, avec un service sur mesure « du Vignoble à la Table » réservé à une clientèle encore plus exigeante. ■

VINÉA DAYS MOROCCO : LE PROGRAMME

VILLES : MARRAKECH, CASABLANCA, TANGER

PROS : Dégustations, rencontres avec des vignerons de France, Masterclass.

PUBLIC : Apéros dînatoires dans une sélection de restaurants par ville. En journée, découverte sans dégustation de vins chez des cavistes. Une initiative soutenue par FranceAgriMer, la République française et l'Union européenne.

TOUT LE PROGRAMME DÉTAILLÉ PAR VILLE SUR : [HTTPS://212-VINEA-PRO.FR/PRESSE](https://212-VINEA-PRO.FR/PRESSE)

VINÉA DAYS MOROCCO 2026 : LES VINS DE FRANCE AU MAROC

Vinéa organise trois événements majeurs à Marrakech, Casablanca et Tanger pour promouvoir les vins français.

Un programme en deux temps : rencontres professionnelles le jour avec Masterclass animée par Mickaël Rodriguez, Président des Sommeliers du Maroc, et apéros dînatoires le soir dans des restaurants gastronomiques partenaires pour le grand public.

Au menu : présentation de vins AOC/IGP de France, dégustations commentées, échanges avec les vignerons français.

Une initiative soutenue par FranceAgriMer, la République française et l'Union européenne, qui s'inscrit dans un marché marocain en croissance (17,4



millions de touristes en 2024, objectif 26 millions en 2030).

Un marché à fort potentiel, avec des professionnels de plus en plus qualifiés et une clientèle exigeante.

Notre positionnement : AOC Premium et IGP à des prix abordables et un service « du Vignoble à la Table ».

Tout le programme détaillé par ville sur :
<https://vinea-pro.fr/presse>

VINEA S'INVITE AU MAROC EN 2026



Vinéa organise les Vinéa Days Morocco en 2026 à Marrakech, Casablanca et Tanger. Trois journées pour promouvoir les vins français AOC/IGP auprès des professionnels (Masterclass, dégustations) et du grand public (apéros dînatoires dans des restaurants gastronomiques). Une initiative soutenue par FranceAgriMer, la République française et l'Union européenne, dans un marché marocain en croissance. Un service du « Vignoble à la Table » pour les gastronomes du Maroc que propose Vinéa. ■

Dates, programme par ville sur :
<https://vinea-pro.fr/presse>

VINEA

DU VIGNOBLE À LA TABLE

DOSSIER DE PRESSE

CONTACT RELATION PRESSE

FRANCE | VINEA PRO FRANCE

Jérôme BULTEZ
+336 74 66 72 69
+331 53 11 06 07 |

MAROC | SOLUTIS MÉDIA

+ 212 7 07 75 03 24
+ 212 5 22 26 35 75

MAROC | LA COM FM

Franck MATHIAU
+ 212 770 638 250

TOUT LE PROGRAMME DÉTAILLÉ PAR VILLE SUR :

<https://vinea-pro.fr/presse>

