

Marketing de la Pêche et de l'Aquaculture : valoriser les produits de la mer sur les marchés internationaux

Lien : https://maroc-performance.com/formation/marketing-de-la-peche-et-de-laquaculture-valoriser-les-produits-de-la-mer-sur-les-marches-internationaux

DURÉE
10 jours (70h)

RÉFÉRENCE
MAR98

CATÉGORIE
Marketing Agroalimentaire, Halieutique et Agritech

Maroc Performance

OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- Comprendre les spécificités du marketing appliqué à la pêche, à l’aquaculture et aux produits de la mer.
- Identifier les marchés internationaux présentant les meilleures opportunités de développement et d’exportation.
- Analyser les attentes des consommateurs, distributeurs et acheteurs professionnels sur les marchés ciblés.
- Construire un positionnement différenciant permettant d’augmenter la valeur perçue des produits de la mer.
- Développer une stratégie de marque et de storytelling valorisant l’origine, la qualité et les savoir-faire.
- Optimiser le packaging, l’étiquetage et la présentation commerciale des produits pour l’international.
- Valoriser la qualité, la traçabilité, les certifications et les pratiques responsables comme facteurs de confiance.
- Intégrer les enjeux de durabilité, de pêche responsable et d’aquaculture durable dans la stratégie marketing.
- Développer des stratégies de distribution, de pricing et de prospection adaptées aux marchés internationaux.
- Exploiter le Marketing Digital, le B2B Marketing et les salons professionnels pour accélérer l’acquisition de clients.
- Maîtriser les principaux enjeux réglementaires, sanitaires et commerciaux liés à la commercialisation internationale.
- Construire des outils de pilotage permettant de mesurer le ROI, la rentabilité et la performance des marchés.
- Développer des partenariats avec importateurs, distributeurs et acheteurs internationaux.
- Élaborer une stratégie internationale permettant d’accroître durablement la valeur, la compétitivité et les exportations des produits de la mer.

Maroc Performance

POUR QUI ?

- Directeurs Généraux et dirigeants d’entreprises de pêche et d’aquaculture.
- Directeurs Marketing, Brand Managers et responsables Commercial Marketing.
- Responsables Export, International Business Development et développement des marchés.
- Responsables commerciaux et Key Account Managers spécialisés dans les produits de la mer.
- Responsables de coopératives, organisations professionnelles et entreprises halieutiques.
- Responsables d’exploitations aquacoles et entreprises de transformation des produits de la mer.
- Responsables qualité, traçabilité, certification et sécurité sanitaire.
- Responsables RSE, ESG, développement durable et pêche responsable.
- Responsables Supply Chain, logistique, distribution et commerce international.
- Responsables Packaging, innovation produit et développement de nouvelles offres.
- Responsables Digital Marketing, E-commerce et communication internationale.
- Importateurs, distributeurs, grossistes et acheteurs professionnels de produits de la mer.
- Consultants en agroalimentaire, économie bleue, export et stratégie marketing.
- Cadres et managers souhaitant développer la compétitivité et la valorisation internationale des produits de la pêche et de l’aquaculture.

Maroc Performance



Programme détaillé

1 / Fondamentaux du Marketing des produits de la mer

- Comprendre les spécificités marketing des secteurs de la pêche, de l'aquaculture et des produits de la mer.
- Identifier les caractéristiques des marchés internationaux, des circuits de distribution et des différents segments de consommateurs.
- Construire une stratégie marketing permettant d'augmenter la valeur perçue des produits de la mer.

2 / Analyse des marchés internationaux et opportunités d'exportation

- Identifier les marchés internationaux présentant le meilleur potentiel pour les produits halieutiques et aquacoles.
- Analyser la demande, les habitudes de consommation, les tendances alimentaires et les critères d'achat par marché.
- Évaluer la concurrence, les barrières à l'entrée et les opportunités de positionnement sur les marchés ciblés.

3 / Segmentation et connaissance des consommateurs

- Segmenter les consommateurs selon leurs habitudes alimentaires, revenus, préférences et sensibilités environnementales.
- Identifier les attentes relatives à la fraîcheur, à la qualité, à la sécurité sanitaire, à l'origine et à la traçabilité.
- Construire des personas permettant d'adapter les produits et les messages marketing aux différents marchés.

4 / Positionnement et création de valeur des produits de la mer

- Définir un positionnement différenciant pour les produits issus de la pêche et de l'aquaculture.
- Valoriser l'origine, la qualité, la fraîcheur, les méthodes de production et les caractéristiques nutritionnelles.

Maroc Performance

- Développer une proposition de valeur adaptée aux attentes des distributeurs, importateurs et consommateurs internationaux.

5 / Branding, storytelling et origine des produits

- Construire une identité de marque forte autour des produits de la mer et des territoires de production.
- Utiliser le storytelling pour valoriser les savoir-faire, les communautés de pêcheurs et les pratiques aquacoles.
- Développer des récits de marque crédibles permettant de renforcer la confiance et la préférence des acheteurs internationaux.

6 / Packaging, étiquetage et présentation commerciale

- Concevoir des emballages adaptés aux exigences des marchés internationaux et aux différents circuits de distribution.
- Valoriser les informations relatives à l'origine, la qualité, la conservation, la traçabilité et les caractéristiques du produit.
- Optimiser le design packaging afin d'améliorer la visibilité, la différenciation et la valeur perçue en rayon.

7 / Qualité, traçabilité et confiance du consommateur

- Intégrer les exigences de qualité, de sécurité sanitaire et de traçabilité dans la stratégie marketing.
- Transformer les certifications, labels et dispositifs de contrôle en éléments de preuve commerciale.
- Construire une communication fondée sur des informations fiables afin de renforcer la confiance des marchés internationaux.

8 / Durabilité, pêche responsable et aquaculture durable

- Valoriser les pratiques responsables de pêche, de gestion des ressources et d'aquaculture durable.
- Intégrer les enjeux environnementaux, sociaux et de biodiversité dans le positionnement des produits.
- Éviter les allégations environnementales non justifiées et construire une communication durable fondée sur des preuves.

9 / Stratégies de distribution et accès aux marchés internationaux

Maroc Performance

- Identifier les canaux de distribution adaptés : importateurs, grossistes, grande distribution, restauration et e-commerce.
- Construire des partenariats commerciaux avec les distributeurs et acheteurs internationaux.
- Adapter les stratégies de commercialisation aux contraintes logistiques, réglementaires et culturelles de chaque marché.

10 / Prix, valeur perçue et compétitivité à l'export

- Définir une stratégie de pricing adaptée aux différents segments et marchés internationaux.
- Analyser les coûts, marges, conditions commerciales et niveaux de prix de la concurrence.
- Construire une politique de prix permettant de préserver la rentabilité tout en renforçant la compétitivité à l'export.

11 / Marketing digital et acquisition internationale

- Développer une stratégie digitale pour promouvoir les produits de la mer auprès des acheteurs et consommateurs internationaux.
- Exploiter le SEO, les réseaux sociaux, le Content Marketing, l'e-commerce B2B et les campagnes digitales.
- Utiliser les données marketing pour identifier les marchés, audiences et contenus générant le meilleur potentiel commercial.

12 / B2B Marketing, salons et prospection des acheteurs internationaux

- Identifier les importateurs, distributeurs, centrales d'achat, industriels et acteurs de la restauration à fort potentiel.
- Construire des supports commerciaux, catalogues, argumentaires et présentations adaptés aux acheteurs professionnels.
- Exploiter les salons internationaux, rendez-vous B2B et missions commerciales pour développer le portefeuille clients.

13 / Export, réglementation et sécurisation des marchés

- Comprendre les principales contraintes réglementaires, sanitaires, douanières et documentaires liées à l'exportation.
- Adapter les produits, emballages et informations commerciales aux exigences des pays ciblés.
- Identifier les risques commerciaux, réglementaires, logistiques et réputationnels liés au développement international.

Maroc Performance

14 / Pilotage de la performance et stratégie internationale de croissance

- Définir les KPI permettant de mesurer les ventes, marges, parts de marché, acquisition et performance des canaux.
- Mesurer le ROI des actions marketing et optimiser les investissements selon les résultats obtenus.
- Construire une feuille de route permettant de développer durablement la notoriété, la valeur et les exportations des produits de la mer.

Approche pédagogique

- Support Ecrit et Projection
- Exposés Interactifs, Podcasts et Vidéos
- Brainstorming et Jeux de Rôle
- Mises en Situation pour faciliter l'assimilation
- Cas Pratiques et Labs inclus pour leur impact opérationnel
- Test de Validation des Acquis des Connaissances

Prochaines dates programmées

30 Nov. au 11 Déc. 2026	Présentiel -
12 au 25 Jan. 2027	Présentiel - Casablanca
08 au 19 Mars 2027	Présentiel - Casablanca
03 au 14 Mai 2027	Présentiel - Casablanca
28 Juin au 09 Juil. 2027	Présentiel - Casablanca

Autres dates possibles sur demande. Contactez-nous pour organiser une session intra-entreprise.

Maroc Performance

Réservation & Renseignements

Téléphone : +212 522 247 210
Email : contact@maroc-performance.com
Web : https//www.maroc-performance.com

Maroc Performance — Tous droits réservés