

Marketing de la Transition Energétique et de l'Hydrogène Vert : se positionner comme hub énergétique

Lien : https://maroc-performance.com/formation/marketing-de-la-transition-energetique-et-de-lhydrogene-vert-se-positionner-comme-hub-energetique

DURÉE
10 jours (70h)

RÉFÉRENCE
MAR107

CATÉGORIE
Marketing Industriel, Énergie, Mines et BTP

Maroc Performance

OBJECTIFS DE LA FORMATION

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

- Comprendre les enjeux marketing et économiques de la transition énergétique et du développement de l’hydrogène vert.
- Analyser les marchés internationaux de l’hydrogène, des énergies renouvelables et des technologies bas carbone.
- Construire un positionnement stratégique permettant de présenter un territoire comme hub énergétique régional ou international.
- Identifier et cibler les investisseurs, énergéticiens, industriels et partenaires technologiques à fort potentiel.
- Développer une proposition de valeur fondée sur les ressources renouvelables, les infrastructures, la compétitivité et la localisation.
- Maîtriser les stratégies d’Investor Marketing et d’Account-Based Marketing appliquées au secteur énergétique.
- Construire des Business Cases permettant de démontrer la rentabilité et l’attractivité des projets énergétiques.
- Développer des stratégies de financement, de partenariat et d’attraction des investissements internationaux.
- Valoriser la chaîne de valeur de l’hydrogène vert et identifier les opportunités d’industrialisation et d’exportation.
- Construire une stratégie de Branding territorial et de diplomatie économique énergétique.
- Développer une communication ESG crédible permettant de renforcer la confiance des investisseurs et partenaires.
- Exploiter le Digital Marketing, le Thought Leadership et les événements internationaux pour accroître la visibilité énergétique.
- Définir les KPI permettant de mesurer l’attractivité, les investissements, les partenariats et la performance du hub énergétique.
- Élaborer une feuille de route marketing et commerciale permettant de positionner durablement un territoire ou une organisation comme acteur majeur de la transition énergétique.

Maroc Performance

POUR QUI ?

- Directeurs Généraux, dirigeants et responsables de la stratégie des entreprises énergétiques.
- Directeurs Marketing, responsables Business Development et responsables développement international du secteur énergétique.
- Responsables Transition Énergétique, Énergies Renouvelables et Hydrogène Vert.
- Responsables Investissement, Investor Relations et attraction des investissements.
- Responsables Développement Territorial et agences de promotion des investissements.
- Responsables des ministères, agences publiques et institutions intervenant dans l'énergie et l'industrie.
- Énergéticiens, développeurs de projets et producteurs d'énergies renouvelables.
- Entreprises industrielles souhaitant développer ou sécuriser leur approvisionnement en énergie décarbonée.
- Investisseurs, fonds d'investissement, banques et institutions financières spécialisés dans les infrastructures et l'énergie.
- Responsables ESG, RSE, Développement Durable et stratégie climat.
- Consultants en stratégie énergétique, transition énergétique, hydrogène et développement territorial.
- Responsables Marketing B2B, Communication et Affaires Publiques du secteur énergétique.
- Responsables partenariats, PPP et développement de projets énergétiques.
- Cadres et décideurs souhaitant positionner leur territoire ou leur organisation comme hub énergétique régional ou international.

Maroc Performance



Programme détaillé

1 / Fondamentaux du Marketing de la Transition Énergétique

- Comprendre les transformations des marchés énergétiques et les nouveaux modèles économiques liés à la décarbonation.
- Identifier les opportunités commerciales associées aux énergies renouvelables, à l'efficacité énergétique et aux nouvelles technologies bas carbone.
- Construire un positionnement marketing permettant de valoriser les avantages compétitifs d'un territoire ou d'un acteur énergétique.

2 / Analyse du marché mondial de l'Hydrogène Vert

- Comprendre la chaîne de valeur de l'hydrogène vert : production, conditionnement, transport, stockage et usages.
- Identifier les principaux marchés, secteurs consommateurs et opportunités d'investissement liées à l'hydrogène renouvelable.
- Analyser les tendances technologiques, économiques et réglementaires influençant le développement des marchés de l'hydrogène.

3 / Positionnement stratégique comme Hub Énergétique

- Définir les attributs permettant à un territoire de se positionner comme plateforme énergétique régionale ou internationale.
- Construire une proposition de valeur fondée sur les ressources renouvelables, les infrastructures, la localisation et les capacités industrielles.
- Identifier les avantages compétitifs permettant d'attirer investisseurs, producteurs, industriels et donneurs d'ordre énergétiques.

4 / Marketing des énergies renouvelables et des capacités de production

- Valoriser les potentiels solaire, éolien et autres ressources renouvelables disponibles sur les territoires ciblés.

Maroc Performance

- Transformer les capacités énergétiques et infrastructures disponibles en arguments d’attractivité économique.
- Construire des offres destinées aux industriels recherchant une énergie compétitive, renouvelable et décarbonée.

5 / Stratégie d’attraction des investisseurs énergétiques

- Identifier les profils d’investisseurs, développeurs, énergéticiens et industriels à cibler prioritairement.
- Construire des campagnes d’Investor Marketing adaptées aux projets énergétiques et aux différents marchés internationaux.
- Développer des argumentaires fondés sur le potentiel de croissance, la compétitivité, les infrastructures et la visibilité réglementaire.

6 / Marketing de la chaîne de valeur de l’Hydrogène Vert

- Cartographier les acteurs intervenant dans la production, l’électrolyse, le stockage, la logistique et les applications industrielles.
- Identifier les opportunités de développement industriel autour des équipements, services et infrastructures hydrogène.
- Positionner le territoire ou l’entreprise sur les segments de valeur offrant le meilleur potentiel économique.

7 / Exportation, corridors énergétiques et marchés internationaux

- Identifier les marchés d’exportation et les corridors énergétiques susceptibles de soutenir le développement de l’hydrogène vert.
- Construire une stratégie de promotion auprès des acheteurs industriels, énergétiques et institutionnels internationaux.
- Valoriser la connectivité portuaire, logistique et énergétique comme facteur de compétitivité internationale.

8 / Branding territorial et diplomatie économique énergétique

- Construire une marque territoriale associant transition énergétique, innovation, compétitivité et sécurité d’approvisionnement.
- Développer une communication institutionnelle capable de renforcer la visibilité internationale du hub énergétique.
- Coordonner les actions de promotion entre pouvoirs publics, énergéticiens, investisseurs, industriels et organismes de développement.

Maroc Performance

9 / Marketing B2B et Account-Based Marketing énergétique

- Identifier les grands comptes industriels et énergétiques présentant le meilleur potentiel d'implantation ou de partenariat.
- Cartographier les décideurs, investisseurs, développeurs et prescripteurs au sein des organisations ciblées.
- Concevoir des stratégies ABM personnalisées pour attirer et convertir les acteurs stratégiques de la transition énergétique.

10 / Business Cases, compétitivité et proposition de valeur

- Construire des Business Cases démontrant la compétitivité économique des projets et infrastructures énergétiques.
- Comparer les coûts, rendements, infrastructures, risques et avantages fiscaux ou réglementaires des différents territoires.
- Traduire les avantages énergétiques en bénéfices financiers, industriels et stratégiques pour les investisseurs.

11 / Financement, partenariats et écosystème de projets

- Identifier les mécanismes de financement, partenariats public-privé et alliances industrielles adaptés aux projets énergétiques.
- Construire un écosystème associant investisseurs, banques, institutions publiques, énergéticiens, industriels et partenaires technologiques.
- Développer des stratégies de co-investissement et de partenariat permettant d'accélérer la réalisation des projets.

12 / Communication ESG, durabilité et crédibilité énergétique

- Construire des messages de durabilité fondés sur des données vérifiables concernant les émissions, l'énergie et les impacts des projets.
- Éviter le greenwashing et démontrer concrètement la contribution des projets aux objectifs de transition énergétique.
- Valoriser les dimensions environnementales, sociales, industrielles et territoriales dans la communication auprès des investisseurs.

13 / Marketing digital, Thought Leadership et influence internationale

- Développer une stratégie digitale permettant d'accroître la visibilité des projets, entreprises et territoires sur les marchés énergétiques internationaux.

Maroc Performance

- Produire des études, livres blancs, contenus experts, données de marché et études de cas pour renforcer le Thought Leadership.
- Utiliser les médias spécialisés, réseaux professionnels, événements et plateformes digitales pour attirer investisseurs et partenaires.

14 / Stratégie de Hub Énergétique et feuille de route de conquête

- Élaborer une stratégie marketing intégrée pour positionner durablement un territoire ou une organisation comme hub énergétique compétitif.
- Définir les KPI d'attractivité, d'investissement, de partenariats, de projets, d'exportation et de création de valeur.
- Construire une feuille de route permettant de passer de la promotion énergétique à une véritable stratégie d'attraction et d'industrialisation.

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

01 au 12 Fév. 2027	Présentiel - Casablanca
29 Mars au 09 Avr. 2027	Présentiel - Casablanca
24 Mai au 04 Juin 2027	Présentiel - Casablanca
19 au 30 Juil. 2027	Présentiel - Casablanca
13 au 24 Sep. 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

Document généré le 18/11/2026 — Réf : MAR107
Maroc Performance — Tous droits réservés

Maroc Performance