

Communiqué de presse

Greenvillage.ma : une plateforme ultramoderne pour le Bio

Riche d'une expérience de plus de dix ans dans les produits Bio au Maroc, notamment la distribution, l'enseigne nationale Green Village a lancé son nouveau site web dédié www.greenvillage.ma. Le site a été validé pendant le confinement, dans les conditions difficiles que l'on a traversées, et est aujourd'hui complètement opérationnel. Les atouts de la plateforme allient la convivialité, la diversité des familles de produits, la facilité de recherche par les consommateurs, visant ainsi l'accessibilité au plus grand nombre, sur tout le territoire. Elle capitalise aussi sur les diverses applications des réseaux sociaux, que ce soit Instagram, Facebook, Youtube et Whatsapp Business. Le lien avec WhatsApp permet notamment d'accéder aux catalogues des produits frais Bio de chacun des supermarchés, dans les régions concernées. Pour ce qui est de la distribution des produits d'épicerie qui n'ont pas besoin de chaîne de froid, elle se fait sur tout le pays, avec la livraison soit le jour même soit au maximum dans les 48h. Sont aussi disponibles sur le blog les actualités sur les développements dans le secteur, notamment en provenance du Club des Entrepreneurs Bio, dans lequel le réseau joue un rôle très actif.

Avec cette nouvelle étape franchie par Green Village, les fondateurs et spécialistes de la distribution, Zineb Laghzaoui et Slim Kabbaj, ont développé un réseau singulier, aux standards internationaux, tout en gagnant en liberté, en proximité et en coût. En effet, aujourd'hui plus de cinquante partenaires marocains viennent renforcer la panoplie des produits offerts dans les magasins, produits frais et produits du terroir. La variété des produits qui intéresse les clients croît et s'améliore également en parallèle avec l'accroissement du nombre de fournisseurs, tous en lien direct, et qui continuent à proposer des relations d'affaires en exclusivité, uniques en Afrique et au Moyen Orient.

La stratégie poursuivie a permis de baisser les prix d'en moyenne 20% par rapport au démarrage et a amélioré grandement la démocratisation des produits Bio. Il est notable également que les équipes du réseau, en plus de leur spécialisation croissante dans les métiers de la distribution et de la logistique, renforcent leurs capacités à créer et proposer régulièrement de nouvelles gammes de produits. Le travail de développement se fait soit en propre, comme la gamme Alvena Terroir, soit en choisissant des gammes et des entrepreneurs compétitifs sur le marché international et national, qui sont alors soutenus et valorisés dans le réseau Green Village. La vision de l'internationalisation du réseau a commencé aussi à être déclinée, avec un premier grand Marché Bio Green Village en Espagne et une plateforme Internet en cours de développement.