

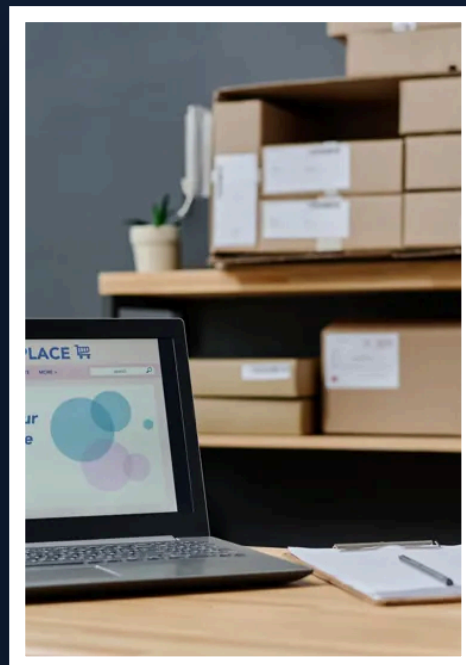
GUIDE PRATIQUE · ÉDITION 2026

Marché de la distribution

Lancer un service IA au Maroc

Aider commerçants, grossistes et e-commerçants à mieux vendre, mieux livrer et mieux gérer leurs stocks grâce à des services IA simples.

5 idées de business détaillées, un plan de 30 jours, 8 prompts prêts à l'emploi et la check-list pour lancer votre service dans le secteur marché de la distribution.



5 idées détaillées

Plan 30 jours

8 prompts IA

Check-list

Ce que contient ce guide

- 01 Le secteur en chiffres
- 02 Les opportunités à saisir
- 03 5 idées de business IA
- 04 Votre plan de 30 jours
- 05 8 prompts prêts à l'emploi
- 06 Check-list et erreurs à éviter
- 07 Cadre légal et exemple illustratif
- 08 Aller plus loin avec AYDI

CE QUE VOUS SAUREZ FAIRE

- Repérer les pertes mesurables d'un commerce ou d'une boutique en ligne
- Choisir un service IA et une première offre adaptés à ce commerce
- Prouver le résultat par un chiffre simple : refus, erreurs, ruptures

Selon l'étude sectorielle AYDI, la distribution marocaine se transforme sans abandonner ses fondamentaux. La grande distribution moderne a réalisé 40,9 milliards de dirhams de chiffre d'affaires en 2024, les enseignes de hard discount et les supérettes de proximité se multiplient, et l'e-commerce progresse. Pourtant, le commerce traditionnel réalise encore environ 80 % des ventes, et l'e-commerce alimentaire reste inférieur à 2 %.

Ce marché hybride a des besoins très concrets : informer le client avant l'achat, confirmer une commande payée à la livraison, ne pas manquer les produits qui tournent, fiabiliser les commandes entre grossistes et épiciers, résister à la pression sur les prix. Les commerçants indépendants et les e-commerçants, nombreux et accessibles, ont rarement une équipe pour s'en occuper. Les outils d'IA permettent aujourd'hui à un prestataire seul de proposer ces services à un prix compatible avec leurs marges.

5 idées

de services IA adaptées au secteur

30 jours

pour décrocher un premier client

8 prompts

à copier dans votre assistant IA

Les chiffres et exemples de ce guide sont des ordres de grandeur ou des hypothèses illustratives, pas des promesses de revenus. Les règles citées évoluent : vérifiez-les auprès des autorités compétentes.

Marché de la distribution au Maroc : où en est-on ?

40,9 Md DH

de chiffre d'affaires de la
grande distribution
moderne (2024)

≈ 80 %

des ventes encore
réalisées par le
commerce traditionnel

< 2 %

de part de l'e-commerce
alimentaire (2025)

62,8 %

de taux d'urbanisation
(2024)

L'ESSENTIEL

- Selon l'étude AYDI, le commerce de proximité domine encore largement, malgré l'essor du hard discount et des petits formats.
- L'urbanisation et la recherche de praticité soutiennent les modèles hybrides entre proximité et numérique.
- La logistique, notamment frigorifique, et l'informalité du transport restent des freins importants.

L'étude AYDI décrit un marché en transformation : expansion rapide des enseignes de hard discount, multiplication des supérettes de proximité, montée progressive de l'e-commerce, et un commerce traditionnel qui reste majoritaire avec des dizaines de milliers de points de vente.

Elle pointe les difficultés d'approvisionnement en produits frais, le coût du foncier et la logistique. Les opportunités citées concernent les villes moyennes, la logistique mutualisée, l'e-commerce hybride et les produits locaux.

Les défis relevés par l'étude AYDI

- ☐ Logistique et chaîne du froid insuffisantes.
- ☐ Forte sensibilité au prix des consommateurs.
- ☐ Taux de refus élevé en e-commerce avec paiement à la livraison.
- ☐ Gestion des stocks peu outillée chez les indépendants.

Source : synthèse de l'étude sectorielle AYDI — <https://aydi.ma/marche-de-distribution-au-maroc/>

Les besoins que l'IA aide à couvrir

Pour les commerçants indépendants et les e-commerçants, l'IA aide à mieux informer le client (fiches produits), à fiabiliser la livraison (confirmation des commandes) et à piloter les stocks. Ce sont des services concrets, dont l'effet se mesure en refus de colis évités, en ruptures réduites ou en stock dormant libéré.

Réduire les refus de colis en paiement à la livraison

Le paiement à la livraison reste la norme de l'e-commerce marocain, et chaque colis refusé coûte la livraison aller-retour. Des fiches produits complètes, qui répondent aux questions avant l'achat, et une confirmation organisée des commandes en darija, en français et en arabe limitent ces pertes. Le résultat se mesure simplement : taux de refus avant et après le service.

Piloter les stocks des indépendants

Supérettes, parapharmacies et grossistes de quartier gèrent souvent leurs stocks à l'intuition. Les ruptures font perdre des ventes, le stock dormant immobilise de la trésorerie. Un tableau de suivi des ventes et des alertes de réapprovisionnement simples, construits à partir des données de caisse ou des cahiers existants, apportent une première visibilité sans logiciel coûteux.

Fiabiliser les commandes entre grossistes et épiceries

Le commerce traditionnel s'approvisionne auprès de grossistes qui reçoivent des commandes par note vocale, appel ou photo de liste. Erreurs de préparation et désaccords sur les prix y sont fréquents. Un tarif hebdomadaire daté et une transcription contrôlée des commandes en bons de préparation réduisent ces erreurs, sans demander aux épiciers de changer leurs habitudes.

Rendre visibles les prix des supérettes indépendantes

Face aux enseignes de hard discount, les supérettes indépendantes ont souvent des prix compétitifs sur une partie de leurs produits, mais personne ne le voit. Un calendrier de promotions réalistes, des affiches et étiquettes lisibles et des visuels pour les statuts WhatsApp, suivis d'un bilan des ventes, leur donnent des moyens proches de ceux des enseignes.

Cinq services à lancer avec peu de moyens

1

Rédaction de fiches produits pour e-commerçants

Écrire et optimiser les fiches produits des boutiques en ligne marocaines (Shopify, YouCan, WooCommerce) pour réduire les questions et les retours.

POUR QUI

E-commerçants marocains qui reçoivent trop de questions et de retours

PREMIÈRE OFFRE

Fiche à l'unité : 60 – 150 DH

PREMIER CLIENT

1 à 3 semaines

Fiche complète : aydi.cloud/projets/fiches-produits-ecommerce-ia.html

2

Confirmation de commandes et service client pour boutiques en paiement à la livraison

Organiser la confirmation des commandes, le suivi de livraison et le service après-vente des e-commerçants marocains pour réduire les refus de colis.

POUR QUI

Boutiques en ligne en paiement à la livraison

PREMIÈRE OFFRE

Mise en place : 2 000 – 5 000 DH

PREMIER CLIENT

2 à 4 semaines

Fiche complète : aydi.cloud/projets/assistant-sav-e-commerce-ia.html

3

Tableaux de suivi des ventes et de réapprovisionnement pour commerces

Mettre en place, pour épicerie, parapharmacies et grossistes, un suivi simple des ventes et des alertes de réapprovisionnement basées sur l'historique.

POUR QUI

Épicerie, parapharmacies et grossistes de quartier

PREMIÈRE OFFRE

Diagnostic données : 1 500 – 3 000 DH

PREMIER CLIENT

4 à 8 semaines

Fiche complète : aydi.cloud/projets/assistant-de-prevision-de-stock-ia.html

4

Prise de commandes et diffusion des tarifs pour grossistes qui livrent les épiceries NOUVEAU

Organiser pour les grossistes et distributeurs la diffusion des tarifs aux épiceries, la réception des commandes sur WhatsApp et leur transformation en bons de préparation contrôlés.

POUR QUI

Grossistes et distributeurs qui livrent les épiceries

PREMIÈRE OFFRE

Mise en place : 2 000 – 5 000 DH

PREMIER CLIENT

3 à 6 semaines

Fiche complète : aydi.cloud/projets/commandes-grossistes-epiceries-ia.html

5

Promotions hebdomadaires et affichage des prix pour supérettes indépendantes NOUVEAU

Concevoir avec les supérettes indépendantes un calendrier de promotions, des affiches et étiquettes de prix claires, des visuels pour WhatsApp, et un bilan simple de ce qui a fonctionné.

POUR QUI

Supérettes et épiceries modernisées indépendantes

PREMIÈRE OFFRE

Kit de démarrage : 800 – 1 500 DH

PREMIER CLIENT

2 à 4 semaines

Fiche complète : aydi.cloud/projets/promotions-affichage-superettes-ia.html

BESOIN D'UN OUTIL PRÊT À L'EMPLOI ?

AYDI met en place vos automatisations IA

Assistants, WhatsApp, documents, tableaux de bord : services.aydi.ma

Découvrir

Du choix de l'idée au premier client

Un rythme réaliste : quelques heures par semaine, une action concrète par jour ouvré.

Semaine 1

Observer les pertes

- Choisir un seul type de commerce (e-commerçants, supérettes, grossistes) dans votre ville.
- Rencontrer 10 à 15 commerçants et noter leurs pertes concrètes : colis refusés, ruptures, erreurs de livraison.
- Retenir la perte la plus fréquente et la manière de la compter.

Semaine 2

Préparer une offre pilote

- Construire un livrable simple : 10 fiches produits, un script de confirmation, un tableau de stock ou un tarif hebdomadaire.
- Fixer un prix pilote et l'indicateur mesuré avant et après.
- Préparer vos modèles et prompts sur des données fictives.

Semaine 3

Tester chez un commerçant

- Lancer le pilote chez le premier commerçant qui accepte de payer, même un petit montant.
- Relever l'indicateur de départ avec lui : taux de refus, ruptures, erreurs, ventes des articles concernés.
- Faire valider chaque contenu par le commerçant avant publication ou envoi.

Semaine 4

Mesurer et étendre

- Comparer l'indicateur avant et après, honnêtement, même si l'effet est modeste.
- Proposer une offre récurrente avec un bilan mensuel.
- Démarcher 10 commerces du même type, non concurrents directs du premier, avec ce résultat.

CONSEIL

Notez chaque semaine trois chiffres : prospects contactés, rendez-vous obtenus, devis envoyés. Ce sont eux qui annoncent vos premières ventes.

Copiez, complétez les [crochets], vérifiez

1. Rédiger une fiche produit

Rédige la fiche produit de [NOM DU PRODUIT] pour une boutique en ligne marocaine qui vend à [CLIENTÈLE]. Informations fournies par le vendeur : [CARACTÉRISTIQUES, DIMENSIONS, MATIÈRE, PRIX, DÉLAI DE LIVRAISON, CONDITIONS DE RETOUR]. Structure : titre clair, trois bénéfices concrets, caractéristiques, guide des tailles ou d'utilisation, livraison et retour, trois questions fréquentes. N'ajoute aucune caractéristique absente des informations ; écris [À VÉRIFIER] si un point manque.

2. Écrire un script de confirmation de commande

Rédige un script de confirmation de commande pour [NOM DE LA BOUTIQUE], qui vend [PRODUITS] en paiement à la livraison. Le message doit rappeler le produit, la taille ou la couleur, le prix total livraison comprise, l'adresse et le créneau de livraison, puis demander une confirmation. Propose une version en darija écrite en caractères latins, une en français et une en arabe, chacune en moins de 60 mots, ton courtois et direct.

3. Analyser les motifs de refus de colis

Voici la liste des commandes refusées ce mois-ci avec le motif noté par le livreur ou le client : [LISTE]. Regroupe les motifs en catégories (client injoignable, produit non conforme à l'attente, prix, délai, commande non voulue...), compte-les, et propose pour chaque catégorie une action concrète sur la fiche produit, la confirmation ou la livraison. Ne tire pas de conclusion au-delà des données.

4. Repérer les produits dormants et les ruptures

Voici les ventes des 12 dernières semaines par article pour [TYPE DE COMMERCE] à [VILLE] : [TABLEAU]. Identifie les 10 articles qui se vendent le plus, les articles sans vente depuis au moins 6 semaines et les articles dont les ventes ont chuté brutalement, signe possible de rupture. Présente les résultats en tableau et propose des questions à poser au gérant avant toute décision de commande.

5. Transformer une note vocale en bon de commande

Voici la transcription d'une note vocale envoyée par l'épicerie [NOM] : [TRANSCRIPTION]. Voici la liste des articles du grossiste avec leurs références : [LISTE D'ARTICLES]. Transforme la commande en tableau : référence, désignation, quantité, unité. Si un article ne correspond à aucune référence ou si une quantité est ambiguë, signale-le dans une colonne « à confirmer » au lieu de deviner.

6. Préparer une sélection de promotions

Je prépare les promotions de la semaine pour une supérette de quartier à [VILLE]. Voici des articles proposés par le gérant avec prix habituel, prix promotionnel et marge indiquée : [LISTE]. Propose une sélection de 10 promotions équilibrée (produits de base, produits d'appel, lots), un titre d'affiche court en français et en arabe pour chacune, et signale les promotions dont la marge semble trop faible. N'invente aucun prix.

7. Rédiger un message de prospection pour commerçant

Rédige un message WhatsApp de 70 mots maximum pour le gérant de [TYPE DE COMMERCE] à [QUARTIER, VILLE], que j'ai rencontré [CONTEXTE]. J'ai remarqué [PROBLÈME OBSERVÉ] et je propose [SERVICE] pour [PRIX] DH. Vouvoiment, ton simple et respectueux, une proposition de passage au magasin à un moment calme. Pas de promesse de résultat.

8. Rédiger le bilan mensuel

Rédige un bilan mensuel d'une page pour [NOM DU CLIENT] concernant le service [SERVICE]. Données : [INDICATEUR AVANT], [INDICATEUR APRÈS], [ACTIONS RÉALISÉES], [DIFFICULTÉS]. Structure : ce qui a été fait, ce qui a changé (chiffres repris tels quels), ce qui n'a pas marché, trois propositions pour le mois suivant. Ton factuel, sans exagération.

Ne collez jamais de données personnelles de clients (CIN, téléphone, santé...) dans un outil d'IA sans leur accord et sans anonymisation (loi 09-08).

Avant de lancer votre service

- ☐ J'ai choisi un seul type de commerce et une seule perte à réduire.
- ☐ J'ai rencontré au moins 10 commerçants en personne, à des heures calmes.
- ☐ Je sais comment compter l'indicateur de départ (refus, ruptures, erreurs, ventes).
- ☐ Mon offre pilote a un prix, une durée et un livrable précis.
- ☐ Chaque contenu est validé par le commerçant avant publication ou envoi.
- ☐ Les prix et réductions affichés sont réels et vérifiables, conformément à la loi 31-08.
- ☐ Les clients qui reçoivent des messages WhatsApp ont donné leur accord.
- ☐ Je ne travaille pas pour deux commerces directement concurrents du même quartier.
- ☐ Mon statut me permet de facturer, et je connais la règle des 80 000 DH par client.
- ☐ J'ai un modèle de bilan mensuel prêt pour proposer la suite.

Les 5 erreurs les plus fréquentes

- ☐ Vendre un outil sans avoir mesuré la perte que le commerçant subit aujourd'hui.
- ☐ Promettre de supprimer les refus de colis ou les ruptures : on les réduit, on ne les supprime pas.
- ☐ Publier des fiches ou des promotions avec des informations non vérifiées par le commerçant.
- ☐ Envoyer des messages en masse à des clients qui ne l'ont pas accepté, au risque de blocage du numéro.
- ☐ Ignorer la marge : une promotion ou une remise qui fait vendre à perte n'aide pas le commerçant.

SE FORMER

Apprenez à utiliser l'IA dans votre métier

Formations pratiques, en présentiel et à distance : formation.aydi.ma

[Voir les formations](#)

Lancer dans les règles

Le statut d'auto-entrepreneur permet de démarrer simplement ; au-delà de 80 000 DH de chiffre d'affaires annuel avec un même client, une retenue à la source de 30 % s'applique. La loi 31-08 sur la protection du consommateur impose une information claire sur les produits et les prix, encadre la vente à distance et interdit la publicité trompeuse : vos fiches, scripts et affiches doivent rester exacts. Les fichiers de clients, de commandes et d'épiciers relèvent de la loi 09-08 : le commerçant est responsable du traitement, vous agissez pour son compte, sous contrat. Ces règles évoluent : vérifiez-les auprès de la DGI, de la CNDP et d'un juriste.

- ☐ Statut : auto-entrepreneur, SARL ou SARL AU selon votre activité et votre chiffre d'affaires.
- ☐ Données personnelles : loi 09-08 et déclarations auprès de la CNDP lorsque nécessaire.
- ☐ Facturation : ICE, mentions obligatoires et TVA selon votre régime.
- ☐ Contrats : un devis signé et des conditions claires pour chaque client.

Exemple illustratif

Exemple illustratif : Youssef, à Meknès, commence par observer quatre grossistes en alimentation générale du même quartier. Chez l'un d'eux, il compte une dizaine d'erreurs de livraison en deux semaines. Il propose une mise en place à 2 500 DH puis un traitement des commandes à 2 000 DH par mois, avec un tarif hebdomadaire daté envoyé aux épiciers volontaires. Hypothèse : avec trois grossistes abonnés, il atteindrait 6 000 DH par mois, et complèterait avec des kits de promotions pour des supérettes de quartiers différents, à 1 200 DH pièce.

Passez de l'idée au service qui tourne

AYDI BUSINESS GROUP accompagne les entrepreneurs et les PME marocaines dans leurs projets numériques et d'intelligence artificielle.

SERVICES AUX ENTREPRISES

On met en place pour vous

Assistants IA, automatisations WhatsApp, traitement de documents, tableaux de bord : un outil opérationnel, adapté à votre activité.

services.aydi.ma →

FORMATION

Vous apprenez à le faire

Formations pratiques à l'IA pour indépendants, équipes et dirigeants, avec des cas concrets du secteur.

formation.aydi.ma →

COACHING BUSINESS

On vous accompagne

Choix de l'offre, prix, prospection, organisation : un accompagnement pas à pas pour lancer et développer votre activité.

aydi.ma/coaching-business →

PARLONS DE VOTRE PROJET

Écrivez-nous sur WhatsApp

Un conseiller vous répond en français ou en arabe.

WhatsApp

Nos coordonnées

AYDI BUSINESS GROUP SARL

TÉLÉPHONE ET WHATSAPP

+212 648 550 805

E-MAIL

contact@aydi.ma · business@aydi.ma

ADRESSE

Benomar, Porte D, 3e étage, N° 6, rue du Marché,
Maârif, Casablanca

FORMULAIRE DE CONTACT

aydi.cloud/contact.html

SITES

aydi.ma · aydi.cloud

OFFRES

services.aydi.ma · formation.aydi.ma

Guide édité par AYDI BUSINESS GROUP SARL, Casablanca. Contenu informatif, mis à jour en octobre 2026. Toute reproduction commerciale interdite sans autorisation. Retrouvez les fiches détaillées et les études sectorielles sur aydi.cloud.