

Développement local et marketing territorial : le cas de Chefchaouen, Maroc

Type de publication : Article de revue

Revue : [Systèmes alimentaires / Food Systems](#)
2016, n° 1. varia

Auteurs : Donner (Mechthild), Fort (Fatiha), Vellema (Sietze)

Résumé : Dans cet article, les nombreux processus en cours pour la valorisation des ressources territoriales à Chefchaouen au nord du Maroc sont étudiés, avec l'objectif d'explorer le potentiel de mise en œuvre d'un marketing territorial collectif pour un développement local plus efficace. Les résultats d'une étude basée sur 21 entretiens avec différents acteurs clés du développement local, font ressortir de nombreux obstacles internes et externes d'un marketing territorial pour le développement local.

Pages : 147 à 168

Revue : [Systèmes alimentaires](#)

Thème CLIL : 3306 -- SCIENCES ÉCONOMIQUES -- Économie de la mondialisation et du développement

EAN : 9782406068631

ISBN : 978-2-406-06863-1

ISSN : 2555-0411

DOI : 10.15122/isbn.978-2-406-06863-1.p.0147

Éditeur : Classiques Garnier


Mise en ligne : 25/05/2017

Périodicité : Annuelle

Langue : Français

Mots-clés : Marketing, territoires, produits agroalimentaires, Maroc

Article de revue : [Précédent](#) 8/16 [Suivant](#)

 [Consulter](#)

 [Version pdf](#)