
MISE EN MARCHÉ ALTERNATIVE DES PRODUITS LOCAUX



ENJEU : Miser sur l'entrepreneuriat local
ITINÉRAIRE 6B

Date : mercredi 11 septembre 2013

Lieu : Marché public Mante du Carré

CHERCHEURE

Ariane Carpentier-Gauthier, UQO | courriel : ariane.carpentier@hotmail.com

Résumé de la présentation de la chercheure :

Madame Carpentier-Gauthier présente une étude qui a été produite en 2011 sur la mise en marché alternative des produits locaux. Le marché de solidarité régionale de Gatineau a été l'objet de l'étude. On souhaitait comprendre pourquoi, malgré le nombre élevé de membres, le taux de rachat était faible. Il en est ressorti que ce genre de mise en marché demande plus de planification et de discipline au consommateur. Il est donc important de lui faciliter le plus possible l'expérience d'achat : souplesse et convivialité du site Web, diversité et flexibilité des produits, facilité de paiement, etc.

Les clés à retenir selon la chercheure :

- rendre disponible aux membres ou aux clients l'énoncé de mission. Ceci permet de développer davantage le sentiment d'appartenance;
- avoir une offre de produits diversifiée;
- ne pas chercher à vendre au plus bas prix. Les clients de ce type de marché veulent un produit de qualité et s'attendent à payer un peu plus cher. Une politique de bas prix donne une impression de moindre qualité;
- si l'on fait de la vente par Internet, avoir un site convivial et la possibilité de payer en ligne.