

OUTIL DE GESTION
PROFIL GLOBAL DE LA CLIENTÈLE
Marchés publics du Québec

*Agriculture, Pêcheries
et Alimentation*

Québec




Association
des Marchés publics
du Québec

En collaboration avec



DESJARDINS
MARKETING STRATÉGIQUE
Partenaire des innovateurs

Table des matières

| | |
|---|-----------|
| 1. Introduction | 1 |
| 2. Plan échantillonal..... | 2 |
| 2.1. Marché saisonnier rural | 2 |
| 2.2. Marché saisonnier urbain | 2 |
| 2.3. Marché permanent urbain (2 collectes – été et hiver) | 3 |
| 3. Questionnaire d'enquête | 5 |
| 4. Recommandations..... | 12 |

Crédits photo : Google image
Association des Marchés publics du Québec

1. Introduction

Dans un contexte de grande concurrence, il est important qu'un marché public connaisse le profil de sa clientèle afin de mieux la servir et de mieux répondre à ses besoins et à ses attentes.

Le présent rapport fournit à l'Association des Marchés publics du Québec (AMPQ) un outil de gestion destiné aux gestionnaires et administrateurs des marchés publics au Québec afin de connaître le profil global de la clientèle qui fréquente leur marché respectif.

Le document qui suit présente donc successivement les éléments suivants :

- un plan d'échantillonnage pour chaque type de marché public;
- un questionnaire d'enquête contenant 20 variables;
- et des recommandations à l'intention de l'AMPQ et, par le fait même, de ses membres pour l'utilisation de cet outil.

2. Plan échantillonal

Le plan échantillonal constitue la façon dont la cueillette de données devra être réalisée afin d'optimiser les résultats, ainsi que le nombre de répondants à atteindre par marché public. Nous avons ici déterminé la taille de l'échantillon selon deux éléments, soient la marge d'erreur que nous souhaitons atteindre et la taille de la population (environnement immédiat du marché). Comme il s'avère impossible de déterminer la taille échantillonale pour chacun des marchés membres de l'AMPQ, notre plan échantillonal concerne plutôt chacune des typologies de marchés, tel que défini dans le mandat de développement de concept de marchés publics (*Développement de concepts de marchés publics agroalimentaires, pour l'AMPQ, Desjardins Marketing Stratégique, Mars 2011*).

2.1. Marché saisonnier rural

Un marché public rural est, par définition, un marché public qui dessert une population de moins de 30 000 habitants dans un rayon de 15 kilomètres. Les marchés publics ruraux saisonniers sont, pour la plupart, ouverts une journée par semaine.

PLAN ÉCHANTILLONAL

Nous définissons les paramètres suivants pour la collecte de données :

- nombre de questionnaires à compléter : 100 questionnaires;
- avec ce nombre de questionnaires, nous obtiendrons une marge d'erreur approximative de 10 %;
- compléter 20 questionnaires par semaine durant cinq semaines de la saison d'ouverture.

2.2. Marché saisonnier urbain

Un marché public urbain est, par définition, un marché public qui dessert une population de plus de 30 000 habitants dans un rayon de 15 kilomètres.

PLAN ÉCHANTILLONAL – MARCHÉ OUVERT UNE JOURNÉE PAR SEMAINE

Nous définissons les paramètres suivants pour la collecte de données :

- nombre de questionnaires à compléter : 100 questionnaires;
- avec ce nombre de questionnaires, nous obtiendrons une marge d'erreur approximative de 10 %;
- compléter 20 questionnaires par semaine durant cinq semaines de la saison d'ouverture.

PLAN ÉCHANTILLONAL – MARCHÉ OUVERT DE 2 À 4 JOURS PAR SEMAINE

Nous définissons les paramètres suivants pour la collecte de données :

- nombre de questionnaires à compléter : 200 questionnaires;
- avec ce nombre de questionnaires, nous obtiendrons une marge d'erreur approximative de 7 %;
- compléter 40 questionnaires par semaine durant 5 semaines de la saison d'ouverture;
- de semaine en semaine, alterner les journées d'entrevues afin de ne pas faire toutes les entrevues la même journée de la semaine.

PLAN ÉCHANTILLONAL – MARCHÉ OUVERT DE 5 À 7 JOURS PAR SEMAINE

Nous définissons les paramètres suivants pour la collecte de données :

- nombre de questionnaires à compléter : 300 questionnaires;
- avec ce nombre de questionnaires, nous obtiendrons une marge d'erreur approximative de 6 %;
- compléter 60 questionnaires par semaine durant 5 semaines de la saison d'ouverture;
- de semaine en semaine, alterner les journées et les périodes de la journée pour réaliser les entrevues afin de ne pas faire toutes les entrevues la même journée ou à la même période de la journée.

2.3. Marché permanent urbain (2 collectes – été et hiver)

Un marché public urbain est, par définition, un marché public qui dessert une population de plus de 30 000 habitants dans un rayon de 15 kilomètres et un marché permanent est un marché qui est en opération annuellement.

Pour les marchés permanents, nous recommandons de réaliser deux collectes de données, soient une en période estivale et l'autre durant la saison hivernale étant donné que le profil de la clientèle estivale est différent de celui de la clientèle hivernale. De plus, les attentes et les besoins ne sont forcément pas les mêmes.

PLAN ÉCHANTILLONAL – MARCHÉ OUVERT DE 2 À 4 JOURS PAR SEMAINE

Nous définissons les paramètres suivants pour la collecte de données :

- nombre de questionnaires à compléter : 300 questionnaires;
- avec ce nombre de questionnaires, nous obtiendrons une marge d'erreur approximative de 6 %;
- répartir la collecte de données idéalement durant les mois de mai (50 questionnaires), juin-juillet (100 questionnaires), août-septembre (100 questionnaires) et octobre (50 questionnaires);
- de semaine en semaine, alterner les journées et les périodes de la journée pour réaliser les entrevues afin de ne pas faire toutes les entrevues la même journée ou à la même période de la journée.

□ PLAN ÉCHANTILLONAL – MARCHÉ OUVERT DE 5 À 7 JOURS PAR SEMAINE

Nous définissons les paramètres suivants pour la collecte de données :

- nombre de questionnaires à compléter : 400 questionnaires;
- avec ce nombre de questionnaires, nous obtiendrons une marge d'erreur approximative de 5 %;
- répartir la collecte de données idéalement durant les mois de mai (100 questionnaires), juin-juillet (100 questionnaires), août-septembre (100 questionnaires) et octobre (100 questionnaires);
- de semaine en semaine, alterner les journées et les périodes de la journée pour réaliser les entrevues afin de ne pas faire toutes les entrevues la même journée ou à la même période de la journée.

3. Questionnaire d'enquête

Afin d'évaluer le profil des clientèles actuelles fréquentant un marché public, un questionnaire a été développé. Celui-ci permet d'évaluer non seulement le profil sociodémographique de la clientèle, mais aussi les dépenses globales réalisées par ces derniers et leur niveau de satisfaction envers le marché.

QUESTIONNAIRE - Profil des clientèles actuelles
Administré par une personne bénévole

Bonjour, présentement le Marché réalise une enquête auprès de la clientèle pour connaître le profil, la satisfaction et les attentes de cette dernière. Pouvez-vous m'accorder 5 minutes de votre temps afin que l'on complète ensemble le questionnaire qui suit.

Q1. Quel est votre code postal? _____

Q2. Est-ce votre première visite au marché?

- 1 Oui
- 2 Non

Q3. De quelle façon avez-vous entendu parler du Marché public?

- 1 Par une personne de mon entourage (bouche-à-oreille)
- 2 Par une publicité écrite (journal local, revue, etc.)
- 3 Par une publicité à la radio
- 4 Par une publicité à la télévision
- 5 Autres, précisez : _____

Q4. De façon générale, quelles sont vos habitudes de fréquentation du Marché public durant sa période d'ouverture, le fréquentez-vous...?

- 1 Très souvent (plus de 10 fois)
- 2 Souvent (5 à 10 fois)
- 3 Peu souvent (3 à 5 fois)
- 4 Occasionnellement (1 à 2 fois)

Q5. En moyenne, combien de temps passez-vous au Marché public?

- 1 Moins de 15 minutes
- 2 Entre 15 minutes et 30 minutes
- 3 Entre 30 minutes et une heure
- 4 Entre une heure et deux heures
- 5 Plus de deux heures

Q6. Quels sont les trois (3) éléments les plus importants pour vous lorsque vous visitez habituellement le Marché public?

(Encercler les 3 réponses appropriées – maximum 3)

- 01 L'ambiance
- 02 La variété des produits offerts
- 03 La qualité des produits offerts
- 04 La fraîcheur des produits offerts
- 05 L'accueil ou la courtoisie des marchands
- 06 Les heures d'ouverture
- 07 L'animation sur le site (ex. : un chef au marché, activités spéciales, clown, musicien, etc.)
- 08 Le stationnement
- 09 L'accessibilité routière
- 10 La proximité de votre résidence
- 11 L'achat de produits locaux/du terroir
- 12 Le contact direct avec les producteurs
- 13 La traçabilité (provenance) des aliments que vous achetez
- 14 La présence de produits cultivés non localement (ex. : bananes, ananas, kiwis, etc.)

Q7. Habituellement, fréquentez-vous le Marché public...?

- 1 Seul
- 2 Avec votre conjoint
- 3 En famille avec les enfants
- 4 Avec des amis
- 5 Autres, précisez : _____

Q8. En moyenne, combien dépensez-vous au Marché lors de vos visites? _____ \$

Q9. Quelle(s) catégorie(s) de produits achetez-vous habituellement au Marché public?

(Encercler les réponses appropriées)

- 1 Des fruits et des légumes frais
- 2 Des viandes et des poissons
- 3 Des fromages fins
- 4 Des produits de boulangerie/pâtisseries
- 5 Des produits transformés
- 6 Des boissons alcoolisées
- 7 Des produits d'artisanat
- 8 Des produits horticoles
- 9 Des produits du terroir (miel, sirop d'érable, etc.)
- 10 Autres, spécifiez : _____

Dans quelle mesure êtes-vous satisfaits des éléments suivants... (cocher la case appropriée)

| | Très satisfait | Satisfait | Peu satisfait | Pas du tout satisfait |
|--|----------------|-----------|---------------|-----------------------|
| Q10. La variété des produits offerts au marché | | | | |
| Q11. L'ambiance générale du marché | | | | |
| Q12. L'accueil et la courtoisie des marchands et producteurs | | | | |
| Q13. Les heures d'ouverture | | | | |
| Q14. L'emplacement du Marché | | | | |
| Q15. La disponibilité du stationnement | | | | |

Q16. Avez-vous des suggestions de nouveaux produits ou services à offrir ou des éléments à changer pour rendre votre visite plus agréable?

Q17. Dans lequel des groupes d'âge suivants vous situez-vous?

- 1 18-24 ans
- 2 25-34 ans
- 3 35-44 ans
- 4 45-54 ans
- 5 55-64 ans
- 6 65-74 ans
- 7 75 ans et plus

Q18. Dans lequel des groupes suivants se situe votre revenu familial AVANT IMPOTS cette année?

- 1 Moins de 20 000 \$
- 2 Entre 20 000 \$ et 39 999 \$
- 3 Entre 40 000 \$ et 59 999 \$
- 4 Entre 60 000 \$ et 79 999 \$
- 5 Entre 80 000 \$ et 99 999 \$
- 6 Entre 100 000 \$ et 119 999 \$
- 7 120 000 \$ et plus

Q19. Quel est le niveau de scolarité le plus élevé que vous avez atteint?

- 1 Primaire et secondaire
- 2 École professionnelle ou de métiers
- 3 Collégial
- 4 Universitaire

Q20. Notez le sexe de la personne

- 1 Homme
- 2 Femme

Merci de votre collaboration !

QUESTIONNAIRE - Profil des clientèles actuelles
Auto-administré

Bonjour, présentement le Marché réalise une enquête auprès de la clientèle pour connaître le profil, la satisfaction et les attentes de cette dernière. Pouvez-vous prendre 5 minutes de votre temps et compléter le questionnaire qui suit.

Q1. Quel est votre code postal? _____

Q2. Est-ce votre première visite au marché?

- 1 Oui
- 2 Non

Q3. De quelle façon avez-vous entendu parler du Marché public?

- 1 Par une personne de mon entourage (bouche-à-oreille)
- 2 Par une publicité écrite (journal local, revue, etc.)
- 3 Par une publicité à la radio
- 4 Par une publicité à la télévision
- 5 Autres, précisez : _____

Q4. De façon générale, quelles sont vos habitudes de fréquentation du Marché public durant sa période d'ouverture, le fréquentez-vous...?

- 1 Très souvent (plus de 10 fois)
- 2 Souvent (5 à 10 fois)
- 3 Peu souvent (3 à 5 fois)
- 4 Occasionnellement (1 à 2 fois)

Q5. En moyenne, combien de temps passez-vous au Marché public?

- 1 Moins de 15 minutes
- 2 Entre 15 minutes et 30 minutes
- 3 Entre 30 minutes et une heure
- 4 Entre une heure et deux heures
- 5 Plus de deux heures

Q6. Quels sont les trois (3) éléments les plus importants pour vous lorsque vous visitez habituellement le Marché public?

(Veuillez lire les éléments qui suivent et encercler les 3 réponses appropriées – maximum 3)

- 01 L'ambiance
- 02 La variété des produits offerts
- 03 La qualité des produits offerts
- 04 La fraîcheur des produits offerts
- 05 L'accueil ou la courtoisie des marchands
- 06 Les heures d'ouverture
- 07 L'animation sur le site (ex. : un chef au marché, activités spéciales, clown, musicien, etc.)
- 08 Le stationnement
- 09 L'accessibilité routière
- 10 La proximité de votre résidence
- 11 L'achat de produits locaux/du terroir
- 12 Le contact direct avec les producteurs
- 13 La traçabilité (provenance) des aliments que vous achetez
- 14 La présence de produits cultivés non localement (ex. : bananes, ananas, kiwis, etc.)

Q7. Habituellement, fréquentez-vous le Marché public...?

- 1 Seul
- 2 Avec votre conjoint
- 3 En famille avec les enfants
- 4 Avec des amis
- 5 Autres, précisez : _____

Q8. En moyenne, combien dépensez-vous au Marché lors de vos visites? _____ \$

Q9. Quelle(s) catégorie(s) de produits achetez-vous habituellement au Marché public?

(Veuillez lire les éléments qui suivent et encercler les réponses appropriées)

- 1 Des fruits et des légumes frais
- 2 Des viandes et des poissons
- 3 Des fromages fins
- 4 Des produits de boulangerie/pâtisseries
- 5 Des produits transformés
- 6 Des boissons alcoolisées
- 7 Des produits d'artisanat
- 8 Des produits horticoles
- 9 Des produits du terroir (miel, sirop d'érable, etc.)
- 10 Autres, spécifiez : _____

Dans quelle mesure êtes-vous satisfaits des éléments suivants... (cocher la case appropriée)

| | Très satisfait | Satisfait | Peu satisfait | Pas du tout satisfait |
|--|----------------|-----------|---------------|-----------------------|
| Q10. La variété des produits offerts au marché | | | | |
| Q11. L'ambiance générale du marché | | | | |
| Q12. L'accueil et la courtoisie des marchands et producteurs | | | | |
| Q13. Les heures d'ouverture | | | | |
| Q14. L'emplacement du Marché | | | | |
| Q15. La disponibilité du stationnement | | | | |

Q16. Avez-vous des suggestions de nouveaux produits ou services à offrir ou des éléments à changer pour rendre votre visite plus agréable?

Q17. Dans lequel des groupes d'âge suivants vous situez-vous?

- 1 18-24 ans
- 2 25-34 ans
- 3 35-44 ans
- 4 45-54 ans
- 5 55-64 ans
- 6 65-74 ans
- 7 75 ans et plus

Q18. Dans lequel des groupes suivants se situe votre revenu familial AVANT IMPOTS cette année?

- 1 Moins de 20 000 \$
- 2 Entre 20 000 \$ et 39 999 \$
- 3 Entre 40 000 \$ et 59 999 \$
- 4 Entre 60 000 \$ et 79 999 \$
- 5 Entre 80 000 \$ et 99 999 \$
- 6 Entre 100 000 \$ et 119 999 \$
- 7 120 000 \$ et plus

Q19. Quel est le niveau de scolarité le plus élevé que vous avez atteint?

- 1 Primaire et secondaire
- 2 École professionnelle ou de métiers
- 3 Collégial
- 4 Universitaire

Q20. Êtes-vous...

- 1 un homme
- 2 une femme

Merci de votre collaboration !

4. Recommandations

Quelques recommandations s'imposent pour la mise en application de cet outil de collecte de données, soient les suivantes :

- Il serait important de profiter de l'engouement des marchés envers la présente enquête de clientèle et ne pas limiter le nombre de marchés à mettre en branle ce processus cet été.
- Il faudrait que les entrevues à réaliser soient faites par des bénévoles qui seront formés adéquatement pour mener ces dernières.
- L'analyse et la compilation de données des sondages menés dans chacun des marchés devraient être réalisées par une firme détenant cette expertise.
- Chaque année, les marchés devraient mettre en place un mini sondage maison sur la satisfaction de la clientèle envers leur marché. Ce mini-sondage devrait également contenir une section sur les recommandations d'améliorations et/ou sur les suggestions générales ou spécifiques de la clientèle. Ce mini-sondage s'avère complémentaire à l'étude de clientèle proposée dans ce document.
- Il serait souhaitable de réitérer cette étude de clientèles à tous les 3 à 5 ans puisque les besoins des consommateurs changent rapidement et évoluent.