

FICHE
QUALITÉ



VOLET KIOSQUE EN MARCHÉ PUBLIC



NOTIONS UTILES

L'achat dans un marché public est de plus en plus populaire chez les consommateurs québécois recherchant des produits frais et locaux et désirant contribuer directement à l'économie de leur communauté. En plus d'offrir plusieurs avantages, dont celui de rapprocher le consommateur du producteur, le marché public est l'occasion de faire connaître votre entreprise, de mettre en valeur vos produits et d'en apprendre plus sur les besoins de votre clientèle. Cela vous permettra de séduire celle-ci et de mieux répondre à ses attentes.

MÉTHODE D'UTILISATION DE LA FICHE

Conçue pour vous aider à vous améliorer, cette fiche vous permet de situer votre **kiosque en marché public** au regard des points jugés « essentiels », « recommandés » ou relevant de l'« effet wow ». Elle vous permet aussi d'évaluer et d'ajuster votre façon de faire dans le but de répondre aux attentes des consommateurs. Pour utiliser la fiche, il vous suffit de passer en revue les différents critères de qualité selon les thèmes proposés et de cocher ceux qui s'appliquent à votre entreprise dans l'une des colonnes de droite prévues à cet effet.

ESSENTIEL

Tous les points qui font partie de la catégorie *Essentiel* doivent être favorisés. Ces critères ont été jugés indispensables pour démarrer ou opérer le volet kiosque en marché public de votre entreprise.

RECOMMANDÉ

Pour faire le lancement d'un kiosque, il n'est pas essentiel de remplir tous les critères de la catégorie *Recommandé*. Par contre, vous êtes fortement encouragé à les respecter. Ces critères correspondent en général aux attentes des clients à l'égard de la qualité des différents services.

EFFET WOW

L'« effet wow » est un critère qui permet de se distinguer. Il fait référence à l'impression générale éprouvée par les clients sur les lieux de l'entreprise, lors de leur recherche d'information ou au cours de l'interaction avec le personnel. Créer l'« effet wow », c'est être original et améliorer la satisfaction des visiteurs en leur faisant vivre un bon moment.

À SAVOIR

L'expérience client est la clé du succès dans la mise en marché de proximité. Le marché public permet aux gens d'en apprendre davantage sur vos méthodes de fabrication, votre histoire et vos passions. Faites découvrir vos produits avec des dégustations, faites preuve d'audace, diversifiez votre offre et, surtout, restez à l'écoute de votre clientèle. C'est elle qui a le dernier mot.

Critère jugé...			CRITÈRES DE QUALITÉ	Mise en application		
Essentiel	Recommandé	Effet wow		Pratique implantée	Pratique à implanter	Pratique non applicable
L'AMÉNAGEMENT DU KIOSQUE						
			Afficher clairement le nom de l'entreprise			
			Indiquer clairement le nom des produits et les prix			
			Disposer à l'arrière et de façon ordonnée les produits en inventaire			
			Protéger les produits et les aliments du soleil			
			Disposer les produits offerts de façon stratégique et esthétique (marchandisage ¹)			
			Placer les tables et les présentoirs de façon à ce que les clients puissent entrer dans le kiosque (selon ce que le marché public offre comme aménagement)			
			S'assurer de tenir les tables et les étagères pleines (modifier la disposition des produits selon les ventes de la journée)			
			Aménager l'extérieur du kiosque de façon accueillante (tout en respectant les normes du marché public)			
LES RESSOURCES HUMAINES						
			Avoir un nombre suffisant d'employés selon l'achalandage			
			Former le personnel (y compris les propriétaires) au regard du service à la clientèle			
			Développer une bonne connaissance des produits offerts et former le personnel adéquatement à ce sujet (ex. : méthode de récolte, mode de production)			
			Établir un système de rencontres avec les employés pour connaître et évaluer les demandes et les besoins de la clientèle			
			Veiller à ce que le personnel soit bien repérable (ex. : foulard, casquette, chandail aux couleurs de l'entreprise)			

¹ Ensemble des techniques visant à rendre un produit ou un service le plus attractif possible aux yeux du consommateur.

Critère jugé...				Mise en application		
Essentiel	Recommandé	Effet wow		Pratique implantée	Pratique à implanter	Pratique non applicable
			CRITÈRES DE QUALITÉ			
			Désigner une personne pour répondre à la clientèle anglophone			
LES PRODUITS ET SERVICES OFFERTS						
			Afficher clairement les modalités de paiement et les prix			
			Offrir des produits de qualité (ex. : frais, propres, bien lavés)			
			Offrir des modes de paiement variés (ex. : comptant, carte de débit, carte de crédit)			
			Offrir les produits dans des formats variés (ex. : botte de carottes, paquet de tomates cerises, casseau de framboises)			
			Offrir de l'information sur la conservation des produits (ex. : feuillet complet ou succinct)			
LA PROMOTION ET LE MARKETING						
			Diffuser les promotions en vigueur et les renseignements sur les nouveaux arrivages (ex. : par le personnel, le site Web ou la page Facebook)			
			Disposer d'au moins un outil promotionnel (ex. : cartes professionnelles, dépliants, feuillets)			
			Proposer des emballages ou des paniers cadeaux			
			Afficher les particularités de l'entreprise (ex. : biologique, sans gluten, végétalien, écoresponsable)			
			Animer adéquatement les réseaux sociaux (faire des publications régulières, répondre et assurer un suivi aux commentaires, partager des nouvelles)			
			Offrir une participation à un tirage (ex. : produit de la ferme, visite gratuite de l'entreprise)			
			Faire découvrir les nouveaux produits (ex. : emballage novateur, nouvelle recette, variété de cultivar unique)			

Critère jugé...			CRITÈRES DE QUALITÉ	Mise en application		
Essentiel	Recommandé	Effet wow		Pratique implantée	Pratique à implanter	Pratique non applicable
LE SERVICE À LA CLIENTÈLE						
			Offrir des sacs pour les produits achetés			
			Permettre au client de précommander des produits qu'il pourra venir chercher au kiosque			
L'EXPÉRIENCE CLIENT						
			Adopter une attitude positive à l'arrivée de clients (ex. : contact visuel, sourire, « Bonjour! », mot de bienvenue)			
			Respecter la bienséance avec la clientèle et ses engagements (ex. : présence au kiosque, heures d'ouverture, thème, politesse et courtoisie)			
			Favoriser la présence du producteur sur les lieux			
			Offrir la dégustation des produits			
			Favoriser les discussions entre le personnel et la clientèle concernant les aspects techniques de base (ex. : méthode de récolte, mode de production)			
			Informar la clientèle sur les produits complémentaires offerts au marché			
			Remercier et valoriser les clients fidèles (ex. : offrir un produit en cours de développement, partager les projets de développement de l'entreprise, communiquer une recette secrète)			
L'ASPECT RÉGLEMENTAIRE						
			Afficher les permis requis (selon le cas)			

Critère jugé...			CRITÈRES DE QUALITÉ	Mise en application		
Essentiel	Recommandé	Effet wow		Pratique implantée	Pratique à implanter	Pratique non applicable
L'HYGIÈNE ET LA SALUBRITÉ						
				S'assurer que les aliments sont entreposés dans des conditions adéquates pour leur conservation		
			S'assurer que le personnel adopte de bonnes pratiques d'hygiène et de salubrité			
			S'assurer de retirer les produits périmés			
			Servir des portions individuelles avec ustensiles à usage unique (ex. : bâtonnets) lors des dégustations et disposer de poubelles accessibles			
			S'assurer que l'étiquette des produits comporte tous les renseignements requis pour une consommation sécuritaire (ex. : durée et mode de conservation, liste des ingrédients, présence d'allergènes)			
LA SÉCURITÉ						
			Ramasser tous les objets et outils servant à l'aménagement du kiosque dès l'ouverture du marché			

IMPLANTATION DE MESURES VISANT À AMÉLIORER LA QUALITÉ

Maintenant que vous avez constaté et évalué vos pratiques, comment ajusterez-vous vos façons de faire dans le but de répondre aux attentes des consommateurs? Pour passer à l'action, vous pouvez vous doter d'un plan de réalisation avec des objectifs à court, à moyen ou à long terme. De nombreuses ressources sont disponibles pour vous accompagner ou vous aider dans l'atteinte de vos objectifs. Ainsi, vous entreprendrez un processus d'amélioration continue qui vous permettra d'apporter des changements positifs à votre entreprise.

ORGANISATIONS ET RENSEIGNEMENTS UTILES

- **Page « Offrir des produits locaux et des activités d'agrotourisme »**

Plusieurs renseignements et liens utiles pour vos projets de démarrage ou d'expansion dans ce secteur d'activité

- **Pense-bête de l'agrotourisme**

Fiches thématiques pour le démarrage et le perfectionnement de votre entreprise

- **Fiches qualité**

Fiches ayant pour objet l'amélioration de l'offre agrotouristique et de la mise en marché de proximité

- **Permis de restauration et de vente au détail**

Information générale sur les différents permis obligatoires selon certaines productions ou activités commerciales

- **Exigences de commercialisation**

Document d'information destiné aux exploitants agricoles qui résume les exigences de commercialisation dans un marché public

- **Guide des bonnes pratiques d'hygiène et de salubrité alimentaires**

Ouvrage comportant des recommandations destinées aux manipulateurs d'aliments et aux gestionnaires d'établissements alimentaires qui se soucient d'effectuer leur travail de façon à assurer l'innocuité des aliments

ASSOCIATION DES MARCHÉS PUBLICS DU QUÉBEC (AMPQ)

Information générale, offre de services et boîte à outils

ASSOCIATION DE L'AGROTOURISME ET DU TOURISME GOURMAND DU QUÉBEC (AATGQ) – TERROIRS ET SAVEURS DU QUÉBEC

Réseau provincial consacré au développement de l'agrotourisme et du tourisme gourmand au Québec, qui réserve une section de son site Web à l'industrie et à l'actualité qui la concerne

UNION DES PRODUCTEURS AGRICOLES (UPA)

Informations pertinentes sur les services offerts en région, notamment les services d'emplois agricoles et les formations, ainsi que des liens vers différents partenaires de l'agrotourisme et du tourisme gourmand présents sur le territoire