



## DESCRIPTION GÉNÉRALE

Le Centre commercial régional virtuel est une entreprise où l'on retrouve des producteurs et artisans régionaux et locaux commercialisant des produits non périssables en s'inscrivant à la boutique virtuelle.



## IDENTIFICATION DU BESOIN

- ➔ Augmentation de l'utilisation du commerce en ligne;
- ➔ Suit la tendance des consommateurs;
- ➔ Augmenter le chiffre d'affaires des entreprises régionales.



## INNOVATION ET/OU VALEUR AJOUTÉE

- ➔ Innovation :
  - Un modèle d'affaires différent des e-commerces traditionnels qui offrent une gamme de produits;
  - Un modèle d'affaires basé sur un centre commercial :
    - Un centre commercial virtuel;
    - Des boutiques virtuelles pour les producteurs et artisans de produits non périssables;
    - Un service clés en main pour le marketing, l'entretien et l'assistance.
- ➔ Valeurs ajoutées :
  - Permet un positionnement sur le marché en ligne, à moindres coûts et clés en main;
  - Offre une vitrine pour les entreprises + commercialisation;
  - Permet aux entreprises régionales de toucher de nouveaux marchés et de vendre en ligne leurs produits;
  - Donne accès à des services e-marketing (analyse du comportement client, aide à la vente);
  - Donne une meilleure position sur les moteurs de recherche (Google);
  - Possibilité d'écoulement des stocks non écoulés pour des petits producteurs;
  - Permet une offre individuelle qui génère une offre collective pour un même produit (recherche « patate » → l'ensemble des patates vendues dans la région).



## MARCHÉ

### FOURNISSEURS

- ➔ Producteurs régionaux de céréales;
- ➔ Artisans régionaux et locaux.

### DISTRIBUTEURS

N/A (assuré par l'entreprise)

### CLIENTS

- ➔ Producteurs manufacturiers : environ 418 (ISQ, 2012);
- ➔ Artisans : 90 artisans sur le territoire de Saguenay (site de la ville de Saguenay);
- ➔ Transformateurs agroalimentaires : environ 50 (produits non périssables).



## INTERROGATIONS ET COMMENTAIRES

- ➔ Préciser les modalités d'utilisation pour les producteurs;
- ➔ Analyser les différentes possibilités de marché (provincial, national et mondial).