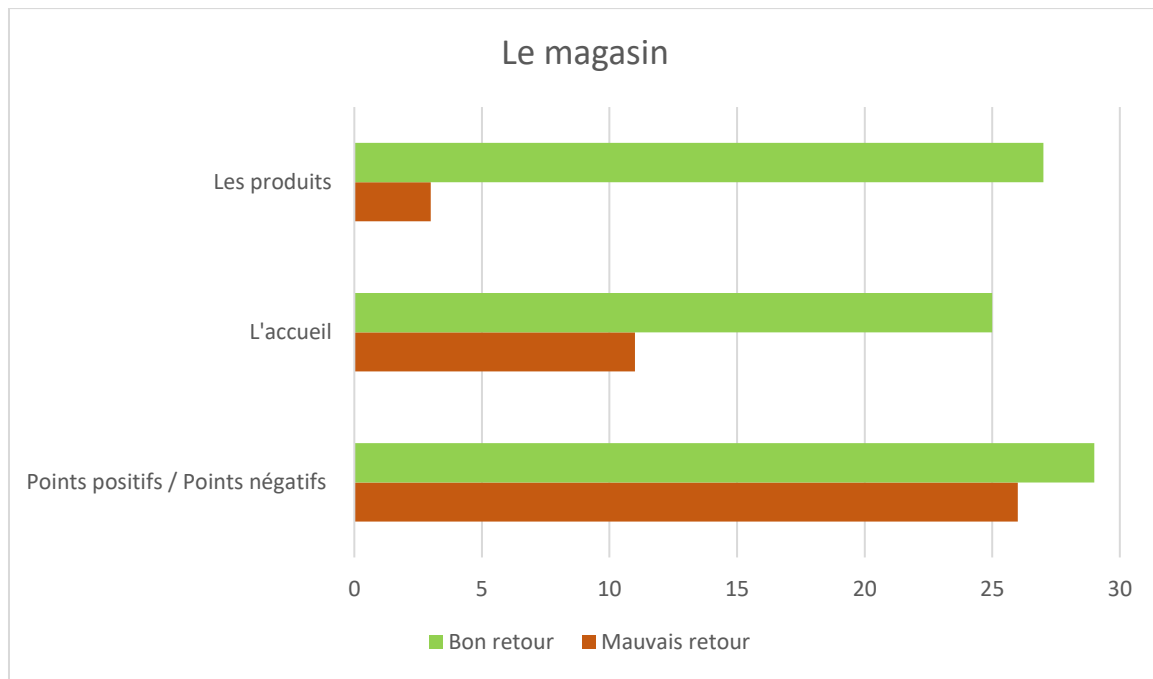


# Synthèse de l'étude de marché des membres

Les graphiques sont réalisés sur un échantillon de membres de 30 personnes.



## Les produits :

Les membres sont attachés aux produits locaux et leurs traçabilités. Les meilleurs produits sont ceux des paysans participatifs.

## Le top des ventes

1. Légumes 26 personnes
2. Les fruits 19 personnes
3. Les produits laitiers 16 personnes
4. La viande 13 personnes
5. Le fromage et le vrac 12 personnes
6. Les céréales 11 personnes
7. Les pâtes et le pain 10 personnes
8. Les biscuits et le chocolat 9 personnes
9. Les produits bio 8 personnes
10. Les œufs 6 personnes

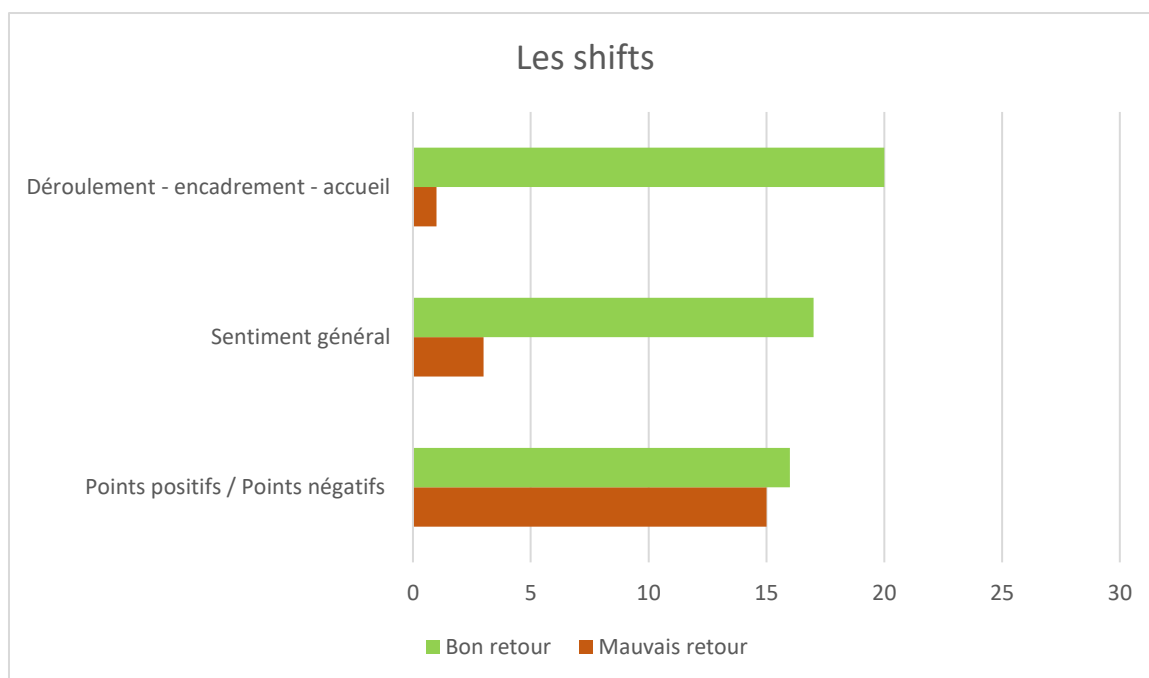
Les améliorations possibles selon les suggestions des membres : Les membres apprécient la présence des artisans. Tout particulièrement le boucher par rapport à ses conseils avisés lors de leurs achats, pour augmenter les ventes de viande sa présence plus régulière serait un atout.

L'accueil selon les membres : Une grande amélioration au niveau de l'accueil a été relevé par les membres. Les bons retours sont liés à l'équipe, au lien social et à l'ambiance familiale de la Fève.

En ce qui concerne les retours négatifs, l'accueil dépend des jours et des personnes présentes dans le magasin.

Points positifs selon les membres : L'évolution du projet et sa gestion. Les produits locaux et leurs qualités. La proximité et le lien entre membres, avec les paysans et les artisans sont un atout majeur pour beaucoup.

Points négatifs selon les membres : L'esthétisme du magasin s'avère en général trop petit, bordélique et désorganisé. La gestion de la caisse est très lente, et ne permet pas de réaliser ses courses rapidement ce qui représente une gêne pour de nombreux membres. Les ruptures de stocks et le manque de shifteurs sont également des points mentionnés à plusieurs reprises.

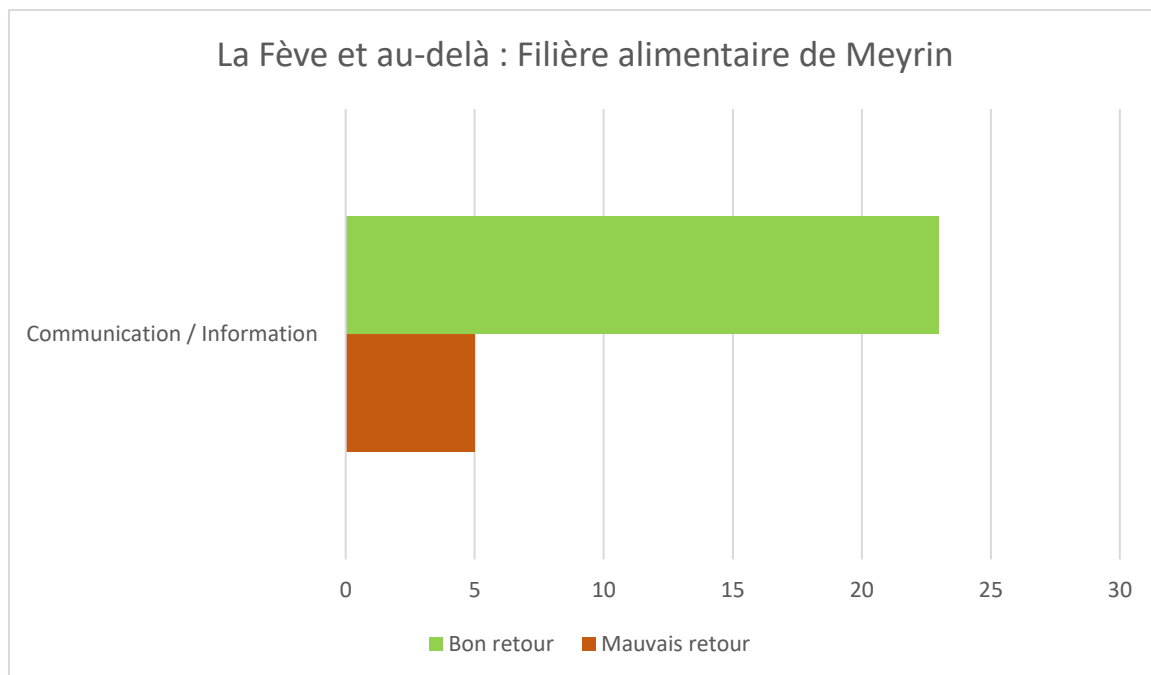


**Le déroulement, l'encadrement et l'accueil selon les membres** : Les membres sont en majorité satisfaits. Les points négatifs à relever sont une certaine solitude selon les jours dû au manque de shifteurs, ainsi que certaines tâches qui sont contraignantes ou moins intéressantes.

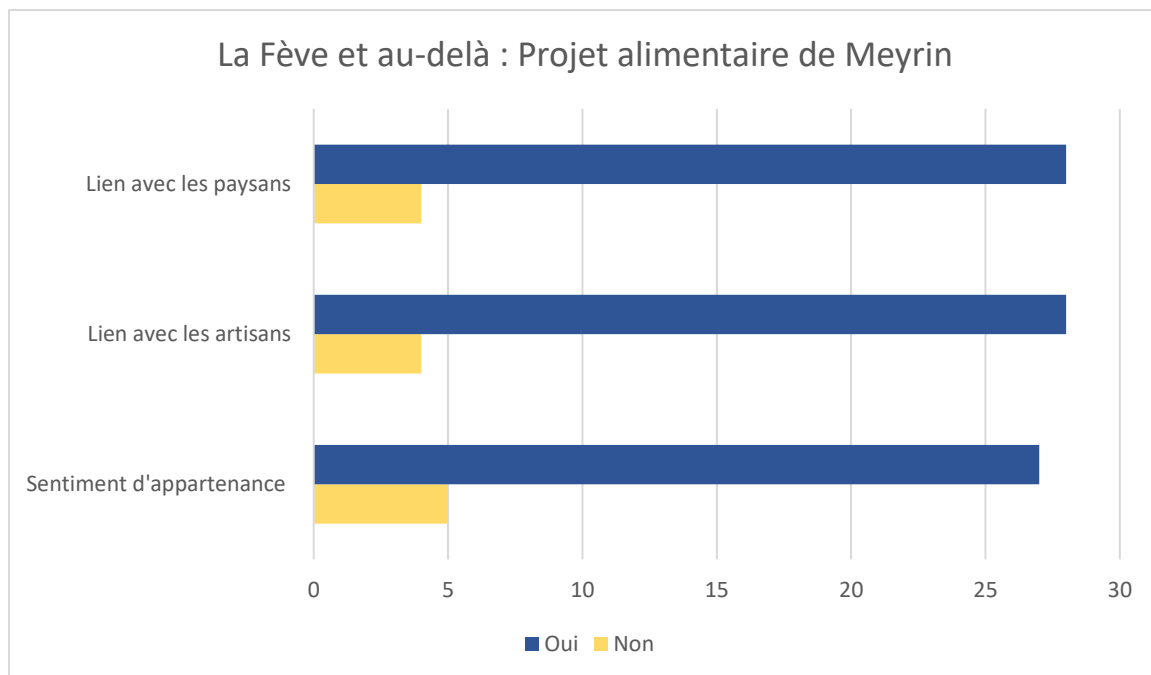
**Le sentiment général selon les membres** : Le sentiment général est positif pour plusieurs raisons, la polyvalence des tâches durant un shift, ainsi que l'expérience de participer aux coulisses d'un magasin et de se sentir utile.

**Points positifs selon les membres** : La bonne ambiance et les rencontres avec les autres membres durant le shift et les tâches variées.

**Points négatifs selon les membres** : La complexité de trouver du temps et de la disponibilité pour réaliser ses shifts. Certains membres ressentent également de la culpabilité lorsque les shifts ne sont pas réalisés, par rapport aux bénévoles et à d'autres membres plus investit.



La communication et les informations selon les membres : Les membres jugent positivement l'évolution de la communication et les changements apportés par Sabine. La gestion de la newsletter et son contenu plaisent par sa mensualité et à sa légèreté qui regroupe les informations essentielles.



**Lien avec les paysans selon les membres** : La présence des paysans pour les paniers est un atout, le contact avec eux est agréable et important, bien que le lien ne soit pas régulier pour tous.

**Lien avec les artisans selon les membres** : Le lien avec les artisans est important. Découvrir les artisans au travers de leurs produits est un plaisir, en revanche il est moins important pour beaucoup de voir le boulanger, le fromager ou le laitier. Cependant les conseils du boucher sont régulièrement cités avec enthousiasme.

**Sentiment d'appartenance** : Oui, un sentiment d'appartenance qui lie les membres par un projet qui véhicule des valeurs importantes pour eux tel que l'économie, le social et l'écologie.

### **Propositions et suggestions des membres :**

Selon l'étude les propositions et les suggestions les plus fréquentes sont :

- S'ouvrir au changement par un commerce ouvert plus régulièrement aux non-membres
- Pour gérer le magasin et réaliser les shifts engager du personnel

- Augmenter la présence du boucher
- Réduire le temps de course par plus d'efficacité et de rapidité en caisse
- Développer de nouveaux services tel qu'un service de livraison de courses ou/et de plats préparés par un abonnement pour les familles et les personnes âgées.
- Améliorer l'esthétisme du magasin et sa superficie.