

DIAGNOSTIC GLOBAL D'UN MARCHÉ PUBLIC

# contexte

Le diagnostic global d'un marché public permet de tracer le portrait de la rentabilité et de l'efficacité de l'ensemble des ressources, d'identifier les enjeux et défis, les forces et faiblesses afin de cibler les orientations à privilégier et d'orienter la réflexion des divers partis concernés.

Le traitement du dossier doit considérer la situation financière, la nature et l'ampleur du projet. Les éléments de contenu proposés doivent être analysés selon le contexte et la réalité propre au marché public.

# contenu

### Profil du marché public

### **FORME JURIDIQUE**

Description sommaire de la forme juridique (OBNL, coopérative, coopérative de solidarité, etc.), de l'identité des individus en cause, de leur rôle et participation.

### HISTORIQUE

Brève description historique.

#### **DESCRIPTION SOMMAIRE**

Description sommaire du projet et du marché public concernée.

#### **RESSOURCES HUMAINES**

Portrait des ressources humaines au sein du marché public et description du profil des personnes impliquées : main-d'œuvre, gestionnaire, intervenant externe, producteurs participants, membres impliqués (consommateurs, membre de soutien).

### STRUCTURE ORGANISATIONNELLE

Portrait de la dynamique de planification et de l'organisation du travail. Présentation sommaire du fonctionnement interne de l'équipe de gestion (fonctions, rôles et responsabilités).

### **GESTION ET COMMUNICATION**

Description des processus de prise de décision, de résolution de problèmes et de gestion des imprévus. Présentation des dispositifs de communication de l'information au sein du marché public. Identification des différentes stratégies de recrutement et de fidélisation des producteurs, transformateurs et artisans membres

### RELATION AVEC LES INTERVENANTS DU MILIEU

Identification des principaux services professionnels utilisés en appui à la gestion du marché et la relation avec les marchands.

### Mise en marché

Analyse des stratégies et des techniques de mise en marché utilisées par le marché public, description des cinq éléments de commercialisation (produit, prix, place, promotion, personnes), profil de la clientèle, achalandage, évolution des ventes, etc.

## 3 Responsabilités sociales et environnementales

Identification des préoccupations du marché public (environnement, développement économique de la région, occupation du territoire, développement de la zone agricole, alimentation saine, etc.) et des moyens d'action envisagés.

### 4 Situation Financière

### STRUCTURE COMPTABLE ET FISCALE

- Principaux éléments de la structure comptable telle que l'année financière (date de début et de fin), le système comptable et les ressources utilisées (professionnels, logiciels, etc.).
- Résumé des stratégies de gestion fiscale en place ou à mettre éventuellement en œuvre.

### **ÉTATS FINANCIERS**

Analyse des états financiers s'il y a lieu.

### **ANALYSE DES RÉSULTATS**

Commenter l'analyse de l'efficacité et de la rentabilité du projet (points forts et points à améliorer).

## 5 Objectifs des gestionnaires du marché public

### **OBJECTIFS PERSONNELS**

Qualité de vie et attentes (loisirs, études, retraite, etc.)

#### **OBJECTIFS PROFESSIONNELS**

- Principaux objectifs à court, moyen et long terme
- Améliorations à apporter à la prise de décision, à l'organisation des tâches, à la gestion de la main d'œuvre et des différends.

# 6 Résumé du diagnostic global du marché public (réf. Résumé)

- Présentation des éléments majeurs de l'efficacité, de la rentabilité et de la viabilité du marché public en ciblant les risques à gérer.
- Recommandations couvrant l'ensemble des aspects du fonctionnement du marché (humain, organisationnel, environnemental, technico-économique, financier, etc.) et identification d'option(s) à privilégier.



Association des marchés publics du Québec C.P. 39021 Lévis (Québec) G6K 1N6

418.998.5028 www.ampq.ca





