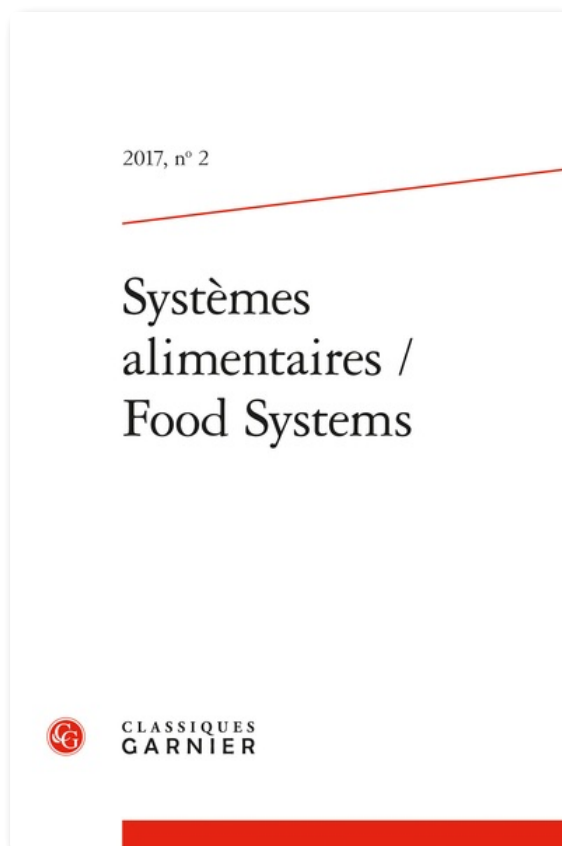




Vers une meilleure compréhension des stratégies d'implantation des produits de terroir en GMS

Type de publication : Article de revue

Revue : [Systèmes alimentaires / Food Systems](#)
[2017, n° 2. varia](#)

Auteurs : Touiti (Takoi), Dekhili (Sihem)

Résumé : Cette recherche explore les stratégies d'implantation des produits de terroir en GMS. Les résultats confirment l'existence des trois types d'implantation identifiés dans la littérature : dans un élément dédié, dans la catégorie des produits d'appartenance et dans la double implantation. En outre, ils suggèrent que les déterminants, objectifs et contraintes liés à la stratégie d'implantation dépendent de la stratégie de marquage, du format du magasin et de la catégorie des produits de terroir.

Pages : 143 à 171

Revue : [Systèmes alimentaires](#)

Thème CLIL : 3306 -- SCIENCES ÉCONOMIQUES -- Économie de la mondialisation et du développement

EAN : 9782406071969

ISBN : 978-2-406-07196-9

ISSN : 2555-0411

DOI : 10.15122/isbn.978-2-406-07196-9.p.0143

Éditeur : Classiques Garnier

Mise en ligne : 17/11/2017

Périodicité : Annuelle

Langue : Français

Mots-clés : Produit de terroir, implantation des produits, accessibilité, facilité d'achat, merchandising

[Afficher en ligne](#)