

GAMME MONO-PRODUIT

Stratégie commerciale autour du gâteau nantais et développement d'une gamme mono-produit



Le gâteau nantais, pâtisserie emblématique de la ville de Nantes, constitue un produit à forte identité régionale et à forte valeur patrimoniale. Son histoire, son goût caractéristique à base d'amandes, de rhum et de glaçage au sucre lui confèrent une image authentique et qualitative. Cette dimension culturelle en fait un produit idéal pour bâtir une stratégie commerciale centrée sur un mono-produit, permettant de capitaliser sur sa notoriété tout en développant une offre cohérente, innovante et rentable.

Positionnement commercial du produit

Le positionnement choisi repose sur trois axes principaux :

- *Authenticité et savoir-faire artisanal : valorisation des ingrédients traditionnels (amandes, beurre, rhum de qualité), du geste pâtissier et de la recette d'origine.*
- *Qualité premium : le gâteau nantais est présenté comme un produit haut de gamme, riche, moelleux et pensé pour la dégustation ou le cadeau gourmand.*
- *Ancrage local et attractivité touristique : en tant que spécialité régionale, il répond à la demande des consommateurs en quête de produits locaux et de valeurs patrimoniales.*

Grâce à ce positionnement, le gâteau nantais devient un produit phare capable d'attirer une clientèle variée : locaux attachés à leur terroir, touristes, amateurs de pâtisserie fine, entreprises locales recherchant des cadeaux gourmands.



GAMME MONO-PRODUIT

Objectifs commerciaux

La stratégie mono-produit vise à :

- Renforcer la notoriété du gâteau nantais dans l'offre du salon de thé / pâtisserie.
- Proposer une identité forte et différenciante, basée sur la maîtrise parfaite d'un produit unique.
- Créer une gamme rentable, facilement déclinable, adaptée aux différents moments de consommation.
- Fidéliser la clientèle grâce à un produit emblématique reconnaissable et constant.

Mise en valeur sur les lieux de vente et de dégustation



Le gâteau nantais devient le produit signature, facilement repérable :

- Mise en avant visuelle permanente (vitrine, comptoir, signalétique).
- Coffrets cadeaux disponibles toute l'année.
- Propositions d'accords "boisson + gâteau nantais" : thé, café, chocolat chaud, rhum, etc.

