1- Dans la mesure où les organisations non marchandises ne vendent pas des biens ou des services, elles ne sont en principe pas tenues de mettre en œuvre une démarche mercatique. D'autant plus que ces organisations disposent souvent d'un pouvoir de contraintes. Ainsi, pourquoi faire des campagnes pour la sécurité routière alors que les gendarmes peuvent verbaliser ?

2- Les organismes non marchands ont cependant le souci de connaître leur public pour essayer de l'influencer et de faire évoluer les comportements dans le sens qu'elles souhaitent.