Réponse

À partir des différents documents, les principaux éléments qui caractérisent la mercatique sont les suivants :

Document	Éléments caractérisant la mercatique
Document 1 (Claude Demeure)	- Orientation vers le marché et le consommateur. - Analyse des besoins avant toute décision commerciale. - Adaptation de la production aux attentes des consommateurs.
Document 2 (Marketing de masse, one-to-one et relationnel)	- Marketing de masse : même offre pour tous les consommateurs. - Marketing one-to-one : personnalisation des offres selon chaque client. - Marketing relationnel : création d'une relation durable avec le client grâce à différents canaux (Internet, téléphone, courriel, etc.).
Document 3 (Arrêté interministériel)	- Détecter, prévoir, stimuler et renouveler les besoins des consommateurs. - Adapter en permanence la production et la commercialisation aux besoins du marché. - Satisfaction continue des attentes des clients.
Document 4 (Pierre-Louis Dubois)	- Comprendre les besoins du marché. - Influencer les comportements d'achat. - Gérer et contrôler les échanges entre l'organisation et ses clients afin d'atteindre les objectifs de l'entreprise.

Les définitions montrent que la mercatique est une démarche qui consiste à :

- **Identifier et comprendre** les besoins et les attentes des consommateurs.
- **Étudier le marché** avant toute décision.
- **Adapter la production et la commercialisation** aux besoins du marché.
- **Créer de la valeur** pour le client et pour l'entreprise.
- **Influencer les comportements d'achat** grâce à des actions marketing adaptées.
- **Personnaliser les offres** lorsque cela est nécessaire.
- **Développer une relation durable** avec les clients afin de les satisfaire et de les fidéliser.
- **Utiliser les technologies numériques** (Internet, CRM, communication digitale) pour améliorer la relation client.
- **Atteindre les objectifs de l'entreprise** (vente, rentabilité, fidélisation et compétitivité).

Conclusion : La mercatique est une démarche stratégique centrée sur le client qui consiste à comprendre ses besoins, adapter l'offre de l'entreprise, créer une relation durable avec lui et assurer la réussite commerciale de l'organisation.