



A partir du dossier documentaire, de vos connaissances ainsi que de vos recherches personnelles, proposez une analyse construite de l'organisation MadaSaveur SAS permettant d'identifier un ou plusieurs axes de développement possibles

Le groupe de travail doit être composé de 4 personnes minimum à 6 personnes maximum

La production finale consiste à réaliser une vidéo de 180 secondes maximum communiquée au format mp4 avant la date butoir



1 Introduction

Tout a commencé lors d'un voyage à Madagascar. Patrick Lauro, fondateur de MadaSaveur SAS, s'est passionné pour cette vanille. Voulant faire découvrir ces saveurs au grand public, il décida de l'importer et de la proposer en France.

Avec l'aide d'Émeric Latapie, créateur du design et de la marque, ils créèrent ensemble une vraie expérience pour les clients.

« Notre vision est de changer le commerce de la vanille en proposant un produit de qualité dans le respect de la biodiversité sur place et des producteurs. »



MadaSaveur SAS est une entreprise toulousaine d'import d'épices et principalement de Vanille Bourbon de qualité premium en provenance de Madagascar (Sambava) sans intermédiaire. Créée en décembre 2020 nous avons déposé la Marque MADANILLE pour la vente en grandes et moyennes surfaces françaises en 2021.

Source : interview Emeric Latapie, mars 2022



2 Organigramme

Patrick Lauro est le gérant principal de MadaSaveur SAS, il est un homme d'affaires avec une qualité de relationnel et de réseaux multi-cartes. En mars 2021 Emeric Latapie rejoint l'entreprise en tant qu'associé pour les besoins de Patrick afin de créer le site web, s'occuper du marketing, de la communication ainsi que la mise en place d'un système d'information.



Source : interview Emeric Latapie, mars 2022

Madanille -

3 Les parties prenantes

« En termes de fournisseurs nous avons uniquement un seul fournisseur de vanille à Madagascar ce qui peut être fragilisant et pour la fève de Tonka, produit sur lequel nous nous diversifions, nous sommes en pleine négociation avec un producteur au Venezuela. Nous souhaitons connaître l'entreprise, les techniques de travail et assurer une traçabilité de A à Z de nos produits. Nous sommes conscients que leur image transpire complètement sur la nôtre et que sélectionner les meilleurs fournisseurs est un gage de qualité autant pour notre produit que pour notre image.



En termes de packaging, nous avons voulu trouver un fournisseur qui nous propose un écrin à la hauteur de la qualité de notre vanille. Nous avons mis 3 mois à trouver un emballage certifié PEFC qui permet une traçabilité du bois utilisé dans l'emballage. Les encres alimentaires ainsi que le carton sont en papier pure cellulose blanchie, sans bois, certifié PEFC 100% répondant aux normes alimentaires. L'emballage de la vanille est quant à lui en plastique recyclable certifié pour le contact alimentaire. »



Source : interview Emeric Latapie, mars 2022



« En termes d'impression, nous travaillons avec l'entreprise Reliefdoc avec qui nous partageons la même vision du commerce et du respect de l'environnement. Également engagés PEFC en plus d'être certifiés Imprim'vert, nous sommes fiers de pouvoir travailler avec une organisation locale afin de limiter les frais de transport tout en réduisant les émissions de CO2.



En termes de client nous sommes sur plusieurs secteurs à la fois BtoB et BtoC. En premier, les petites épicerie fines et en vrac, en deuxième, les pâtisseries et les industriels, en troisième, la grande et moyenne surface, en quatrième, la vente aux particuliers. Nos plus grosses ventes sont actuellement sur des épicerie fines et vente en direct et nous n'avons aucune vente sur notre site internet pour le moment. La grande et moyenne surface est aussi en veille car nous n'avons pas assez de références pour intégrer les centrales d'achat et de référencement de la grande distribution. »

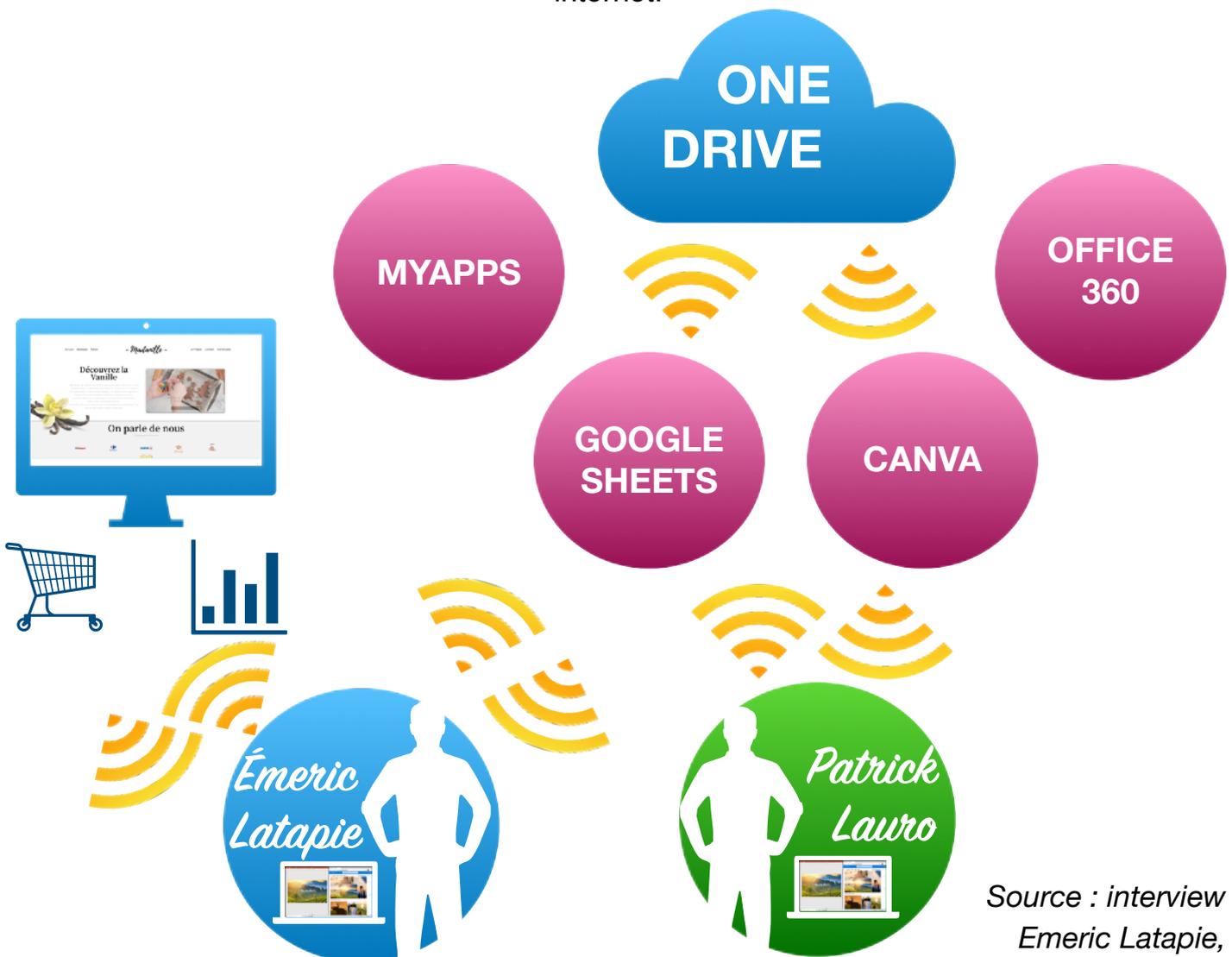
Source : interview Emeric Latapie, mars 2022

Liste des principaux concurrents directs de Madanille :

EUROVANILLE	http://www.eurovanille.com/fr/
KOMPASS	https://fr.kompass.com/a/gousses-de-vanille/0381032/
MONDEVANILLE	https://www.mondevanille.com/fr/
DAVIDVANILLE	https://www.davidvanille.com/fr/
LE COMPTOIR DE TOAMASINA	https://lecomptoirdeetoamasina.fr/fr/28-achat-vanille-de-tahiti-vente-en-ligne-importateur-grossiste
VANILLE.COM	https://www.vanille.com/authenticproducts/
BOURBON NOIRE	https://www.bourbonnoire.com/?gclid=Cj0KCQiAieWOBhCYARIsANcOw0wHcjZjKfVA6bqcXSsYPQU_zfCRvbYtanuEvNGKlIekhe_gGURMQW0aAseVEALw_wcB
MAVANY	https://www.mavany.com/categorie-produit/gousses-vanille/?gclid=Cj0KCQiAieWOBhCYARIsANcOw0yvhDUPPwOxyNzOdnXOgqVSSStSxo8DofXUnCsZ6dA1pB3xSlrplCZ0aAtqhEALw_wcB
NOROHY	https://www.norohy.com/nos-gousses-de-vanille/?utm_source=Google&utm_medium=Google_Ads&utm_campaign=PRODUITS%20VANILLE&utm_term=PRODUITS%20GEN&utm_content=RESPONSIVE&gclid=Cj0KCQiAieWOBhCYARIsANcOw0yuj9S1lweb7Q5JMCrQrZLu7bpCvi9HsXFirGolaQhfOiEdy1PX44aAt1xEALw_wcB

4 Le système d'information

« Nous utilisons le site Europages pour être référencé mais aussi pour chercher de nouveaux clients de l'hexagone. Nous démarchons aussi les grandes et moyennes surfaces grâce à un fichier Mymaps que nous avons réalisé recensant presque tous les magasins du sud ouest. Dans ce fichier Mymaps, nous répertorions aussi diverses informations sur les partenaires et les clients afin de faciliter nos relations. Nous utilisons OneDrive pour le partage de données entre les membres de l'organisation et nous utilisons Canva et Google Sheets pour la compta et la facturation. Personnellement, (Émeric Latapie) je suis en charge de la création de la gestion et du référencement du site internet. »



Source : interview
Émeric Latapie,
mars 2022



5 Etat actuel et futur de l'organisation

« Nous sommes une entreprise jeune avec une envie de conquête importante confortée par notre produit de qualité et un prix compétitif. Notre principale problématique est de savoir comment nous allons développer notre activité sur le long terme. Nous ne nous versons pas de salaire pour l'instant car nous n'avons pas de ventes régulières, mais nous avons un marché important à conquérir avec un beau produit et nous sommes fiers de ce dernier et de notre côté éco responsable car nous travaillons avec une famille malgache qui respecte le produit. Une force de vente ou une communication forte serait un plus pour faire décoller les ventes. »

*Une entreprise
jeune, un esprit
Start up et une envie
de conquérir le
marché*

*Manque d'objectifs
réalisables à moyen
et long terme*

*Absence de
l'entreprise dans le
secteur de la grande
distribution*

*Un produit qualitatif
et unique qui
manque de notoriété*

*Force de vente
insuffisante*

*Nécessité de
développer les ventes
en ligne*

Source : interview Emeric Latapie, mars 2022



6 Finances et rentabilité de l'organisation

« Nous avons commencé notre activité en janvier 2021. En mars 2021 nous avons lancé le marché en grandes et moyennes surfaces et en janvier 2022 la vente sur les marchés de plein air. Nous sommes à ce jour à un chiffre d'affaires de 10 000 € sans versement de salaire. Notre fond de roulement est constitué à 90% de notre chiffre d'affaires. Nous réalisons une marge de 50% sur les ventes en général. »

1 Gousse	4 Gousses
 3 770020 909009	 3 770020 909054
PRIX D'ACHAT	PRIX D'ACHAT
Cartons de 20 3,10€ HT/pcs	Cartons de 20 5€ HT/pcs
LIVRAISON COMPRISE	LIVRAISON COMPRISE
PRIX DE REVENTE	PRIX DE REVENTE
Conseillé	Conseillé

- Nos meilleures Gousses -

Chaque Gousse est vérifiée avant et après le séchage pour une qualité excellente.

L'INDISPENSABLE
Gousse de Vanille x1



POUR L'OCCASION
Gousses de Vanille x4



PACK FAMILLE
8 paquets de 4 Gousses



COFFRET CADEAU
Pour tous les goûts



Notre gamme de produits

2,90 € TTC

5,00 € TTC

35,90 € TTC

29,90 € TTC

Source : interview Emeric Latapie, mars 2022



7 Le marché de la vanille en France

« Notre vision est de changer le commerce de la vanille en proposant un produit de qualité dans le respect de la biodiversité sur place et des producteurs. Actuellement le marché de la vanille est principalement connu par la marque Vahiné pour ses aides en pâtisserie. Cette entreprise possède une grande part du marché en proposant de la vanille à un prix bien au dessus des coûts réels. La vanille proposée par Vahiné a souvent des origines diverses et possède un taux d'humidité important, ce qui dégrade la qualité du produit. Dans les supermarchés nous nous retrouvons avec leur gamme de 4 gousses à 7€ minimum. Nous nous retrouvons donc avec un produit dominant le marché de la Vanille ayant peu de traçabilité, un packaging peu écologique et un prix assez important. Le marché est actuellement monopolisé par McCornick avec Vahiné ainsi que La Patellière et Le Champion. »



Notre réponse

- Vanille 100% Madagascar
- Maturité optimale
- Longueur de 16 à 20 cm
- Traçabilité de la gousse
- Certification PEFC
- Emballage recyclable
- Prix très attractif
- Marge Sell Out +40%

Source : interview Emeric Latapie, mars 2022



8 Le contexte économique de Madagascar

Malgré sa richesse en ressources naturelles, Madagascar est parmi les pays les plus pauvres du monde. L'instabilité politique, la faiblesse des institutions et la mauvaise gouvernance ont été des obstacles à la croissance économique du pays. Cependant, l'activité économique se redresse progressivement depuis 2013 et affiche un certain dynamisme jusqu'en 2019. En raison de l'écllosion du COVID-19, le PIB s'est contracté de -4,2% en 2020 après une croissance de 4,4% en 2019 (FMI, avril 2021). La croissance économique devrait remonter à 3,2% en 2021 et à 5% en 2022, sous réserve de la reprise économique mondiale post-pandémique. Les facteurs de risque qui peuvent affecter la croissance comprennent la fragilité sociale, les déséquilibres budgétaires et la vulnérabilité aux chocs externes.

Principaux indicateurs économiques de Madagascar :	2018	2019	2020 (e)	2021 (p)
Croissance PIB (%)	4,6	4,8	-3,2	3,1
Inflation (moyenne annuelle, %)	8,6	5,6	4,3	5,5
Solde public / PIB (%)	-1,5	-2,4	-4,8	-3,8
Solde courant / PIB (%)	0,7	-2,3	-4,2	-2,9
Dettes publiques / PIB (%)	39,9	38,4	44,2	45,0

(e) : Estimation (p) : Prédiction

POINTS FORTS

- Importantes réserves minérales (pierres précieuses, nickel, cobalt) et pétrolières
- Potentiel agricole, premier producteur mondial de vanille
- Développement du tourisme
- Soutien des bailleurs de fonds internationaux multilatéraux et bilatéraux (Etats-Unis et France)
- Dette publique majoritairement concessionnelle (65 % du total)

POINTS FAIBLES

- Dépendance à l'égard des produits agricoles et miniers (huile de pétrole), vulnérabilité aux fluctuations de termes de l'échange
- Vulnérabilité aux aléas climatiques et catastrophes naturelles : classé 4e pays le plus affecté par le risque climatique en 2018 selon le Global Climate Change Index
- Pauvreté de la population (75 % vit sous le seuil d'extrême pauvreté de 1,90 USD par jour)
- Dépendance à l'aide étrangère
- Réseaux routier, hydraulique et électrique insuffisants (taux d'accès à l'électricité de seulement 13 %)
- Instabilité politique chronique (crises en 1972, 1991, 2002 et 2009)
- Corruption au sein de la classe politique

Sources : www.coface.com et www.tradesolutions.bnpparibas.com
avril 2022



9 L'offre et la demande de vanille

La vanille est surtout utilisée en pâtisserie mais également comme parfum en cosmétologie ou dans la fabrication de bougies, produits de beauté, soins médicaux ou encore désodorisants d'intérieur par exemple.

Les Etats-Unis, la France et l'Allemagne représentent environ 80% du commerce mondial de vanille à eux trois et sont les acteurs principaux de la partie aval de la chaîne de valeur.

En revanche, Madagascar assure l'essentiel de l'approvisionnement mondial en vanille, partie en amont.

Le marché est relativement concentré en termes de pays producteurs mais la production de vanille naturelle (épice provenant du fruit d'une plante) se voit aujourd'hui confrontée à la concurrence de la vanille synthétique, segment qui prend de l'ampleur du fait de son insensibilité aux conditions climatiques et à son prix très faible.

Alors que les prix de la vanille ont explosé ces dernières années, l'année 2020 semble cependant annoncer une chute des prix de la vanille qui s'explique par une production particulièrement importante. La pandémie mondiale du Covid-19 devrait par ailleurs renforcer cette tendance. Enfin, si la vanille artificielle gagne du terrain, certains domaines utilisant la vanille restent fidèles au naturel, soutenant ainsi le développement de sources d'approvisionnement plus durables avec des produits « bio » ou « commerce équitable » par exemple.

Les consommateurs sont de plus en plus sensibles à la composition des produits cosmétiques et agroalimentaires, dont certains ingrédients et additifs peuvent être nocifs. Les consommateurs sont de plus en plus méfiants vis-à-vis des industries cosmétiques et agroalimentaires et font de plus en plus attention à la qualité.

Les arômes font l'objet d'une harmonisation réglementaire à l'échelle européenne qui établit les conditions d'utilisation des arômes. Ce règlement précise également les arômes et substances interdits, les doses maximales utilisables pour certains arômes.



10 Le Quick commerce en plein essor

Partout dans le monde, la livraison express de produits alimentaires est en plein essor. Il est indéniable que ce nouveau phénomène n'est pas une mode passagère.

Lorsque la pandémie s'est installée dans le monde développé, les restrictions ont entraîné une pause temporaire dans les habitudes d'achat des produits alimentaires. La demande de livraison en ligne ayant littéralement explosé du jour au lendemain, des millions de clients se sont retrouvés dans l'impossibilité d'accéder à des créneaux de livraison en ligne pendant des jours, voire des semaines, et ce dilemme a donné naissance à un nouveau marché : celui de l'épicerie express. La flexibilité et l'agilité ont été fondamentales pour la réussite des entreprises au cours des années 2020 et 2021. Alors que beaucoup de prédictions sont faites sur le rôle futur du magasin, tout ce que nous pouvons dire avec certitude, c'est que les magasins tels que nous les avons connus devront, à l'avenir, être plus flexibles et à même de gérer le rythme rapide des changements de comportement des consommateurs, quel que soit le prochain défi transformationnel. L'idée de proposer une livraison ultra-rapide de marchandises (épicerie ou autre) repose sur la mise en place de centres de préparation de commandes hyperlocaux. (...) Cela donne également au client final le sentiment de participer au respect de l'environnement en évitant de prendre sa voiture pour aller acheter du beurre et un pack de yaourts au supermarché local. La micro-préparation et les dark stores (entrepôts sans clients et entièrement conçus pour la vente en ligne) représentent une approche technologique pratique et un changement stratégique visant à rapprocher la Supply Chain du consommateur et, ce faisant, à répondre aux attentes des consommateurs d'aujourd'hui en termes de flexibilité, de rapidité et de niveau d'expérience client.

Sébastien Lefébure, directeur général Europe du Sud de Manhattan Associates

www.lesechos.fr

avril 2022

11 Le partenariat avec les influenceurs

Ces dernières années, les marques ont complètement revu leurs positions en terme de stratégie marketing. En effet, les publicités traditionnelles jugées trop impersonnelles, voire « agressives », par les consommateurs, ont laissé place à une approche beaucoup plus authentique : le partenariat influenceur. Avec la multiplication des médias sociaux et l'avènement des influenceurs digitaux, les annonceurs ont saisi l'opportunité de modifier leur fonctionnement pour atteindre de nouvelles cibles. Grâce à une large audience et une communauté très engagée, ces leaders d'opinion sont devenus les atouts privilégiés des marques. Leurs avis sont scrutés et écoutés et leur parole influence considérablement des milliers de followers.

Choisir le bon profil est la base pour se lancer dans une campagne d'influence. Que ce soit sur Instagram, YouTube, Snapchat ou via un blog, il existe aujourd'hui des milliers d'influenceurs. Il est donc très difficile de faire son choix et de se diriger vers la bonne personne. L'autre point clé dans ces recherches est de se diriger vers la bonne catégorie d'influenceurs, en fonction de vos objectifs.

En fonction de vos objectifs et de votre budget, vous pouvez vous tourner vers différentes formes de partenariats : placement de produit, partage de code promotionnel, concours, article sponsorisé...

Le célèbre influenceur food, Hervé Cuisine, organise ici un concours pour faire gagner des produits d'une marque de produits bio :



Source :
blogfr.influence4you.com
mars 2022

12 Les enjeux de la culture de la vanille



Cliquez sur les différentes tuiles pour mieux comprendre les enjeux de la vanille à Madagascar ou rendez-vous sur les liens URL suivants :

<https://livelihoods.eu/fr/towards-a-resilient-vanilla-supply-chain-in-madagascar-the-floor-is-to-our-local-partner-ngo-fanamy/>

<https://www.entrepreneuseafrique.com/a-madagascar-quel-avenir-pour-la-vanille-lor-noir-en-peril/>

<https://maxhavelaarfrance.org/actualites/a-la-une/la-vanille-equitable-de-madagascar-rencontre-avec-des-cooperatives-certifiees>

<https://livelihoods.eu/fr/livelihoods-bet-in-madagascar-the-transition-to-resilient-vanilla-is-well-underway/>