



2e PARTIE: Analyse et Diagnostic



Maelys Vialade, Mathieu Mounal, Louis Mendousse



Plan de la soutenance



1 A savoir sur l'entreprise

4 Analyse interne

2 Rappel théorique

5 Diagnostic

3 Analyse externe

6 Conclusion





A savoir sur l'entreprise



Théorie



PESTEL

- Le marché est influencé par des facteurs réglementaires, sociaux et environnementaux majeurs.
- Le PESTEL > Identifie ces forces externes pour anticiper les risques et ajuster votre modèle.

SWOT

- Les industriels et petits producteurs coexiste
- Le SWOT > met en avant les forces et les points faibles à améliorer, tout en évaluant les opportunités, et les menaces

4P

- Les 4P >> évaluer si notre offre commerciale est alignée avec les attentes du marché
- définir une stratégie claire pour maximiser vos ventes.

ANALYSE EXTERNE

Position mondiale : FRANCE

- 70 % production mondiale
- 80 % consommation nationale.

Exportations :

+25 % en 2023 (Japon, Chine, produit de luxe).

Réglementation:

- Traçabilité
- bien-être animal
- = contraintes mais atout marketing.

Saisonnalité :

- 75 % des ventes pendant les fêtes.

Labels : Qualité et authenticité

- IGP
- Label Rouge



ANALYSE EXTERNE



E-commerce :

- 30 % des ventes premium,
- Cible jeunes et expatriés.

- **Menaces :**
- Saisonnalité
- critiques sur gavage
- alternatives végétales (+20 %/an).

Produits éthiques :

- Demande croissante
- (+12 %/an pour bio, sans gavage).

Crises sanitaires :

- Grippe aviaire impacte production.





	Points Opportunités	Points Menaces
Politique	<ul style="list-style-type: none">- Tradition culinaire française valorisée.- De plus en plus consommer de manière local- Consommation engagé	<ul style="list-style-type: none">- Pression des associations (ex. L214) sur le gavage.- Médiatisation négative du secteur.- Impact négatif des campagnes de santé publique sur l'image des produits gras.
Economique	<ul style="list-style-type: none">- Forte consommation en France (80% des foyers/an).- Produits labellisés et bio en forte croissance.	<ul style="list-style-type: none">- Dépendance importante aux périodes festives pour les ventes. Produit à forte saisonnalité.- Concurrence des pays étrangers.- baisse du pouvoir des français- Inflation
Social	<ul style="list-style-type: none">- Opportunité de répondre aux attentes éthiques avec des produits labellisés (bio, IGP).- Pour 85% des français le foie gras est un moyen de partage, de fête et de plaisir- Soutien une tradition- Culture du bien manger	<ul style="list-style-type: none">- Préoccupations liées à la santé diminuant la demande pour des produits perçus comme gras.- Critiques éthiques sur le gavage malgré son autorisation légale- Méconnaissance de la clientèle sur la provenance des canards.
Technologique	<ul style="list-style-type: none">- Innovations pour réduire l'impact environnemental (automatisation, élevage durable).- Course à l'amélioration de la chaîne de production- Développement d'alternatives éthiques au gavage.- Technologies de traçabilité renforçant la transparence.	<ul style="list-style-type: none">- Coûts élevés pour intégrer de nouvelles technologies (production, traçabilité).
Écologique	<ul style="list-style-type: none">- Adoption de pratiques plus durables (alimentation locale, gestion des déchets).- Développement d'emballages écoresponsables.- Élevages en plein air et circuits courts valorisés.	<ul style="list-style-type: none">- Critiques sur l'élevage intensif (émissions, consommation de ressources).- Pressions des réglementations environnementales européennes.
Légal	<ul style="list-style-type: none">- Existence de labels (IGP, Label Rouge) valorisant les produits sur le marché.- Réglementation renforçant la traçabilité et la qualité des produits.- Encadrement du gavage et de l'abattage	<ul style="list-style-type: none">- Normes strictes pouvant limiter la flexibilité des producteurs.



ANALYSE INTERNE

RESSOURCES MATERIELLES

Salle de gavage :

Capacité :

- 7 parcs
- 14 canards/parc 98 canards en gavage.
- Optimisée pour assurer un roulement sans temps morts (deux lots sur deux semaines).

Salle d'abattage :

- Conforme aux normes européennes (Directive 98/58/CE, Règlements 852/2004 et 853/2004).
- Audits réguliers garantissant hygiène et sécurité des produits.

Salle de transformation :

- Spécialisée dans le foie gras, confits et rillettes.
- Fonctionnelle, équipée à la pointe de la technologie malgré ses 10 ans.



200 000 €!



ANALYSE INTERNE

RESSOURCES IMATERIELLES

Conformité :

- Salle d'abattage et transformation certifiée conforme aux normes européennes (contrôle du 10 novembre 2024).
- Garantie de qualité et de sécurité des produits.

Notoriété et récompenses :

- Participation à une émission télévisée (M6), augmentant la visibilité.
- Médaille d'argent valorisant la qualité et l'artisanat des produits, renforçant la crédibilité.

Expertise des co-gérants :

- Actifs dans le secteur agricole (coopérative, syndicat des producteurs de canards du Gers).
- Titulaires d'un BTS agricole, symbolisant leur engagement et compétences.

Recette unique :

- Saveur inimitable qui différencie les produits.

Savoir-faire artisanal :

- Équipe expérimentée (plus de 10 ans), garantissant une production de haute qualité et une maîtrise des processus.





ANALYSE INTERNE

RESSOURCES HUMAINES

Les co-gérants :

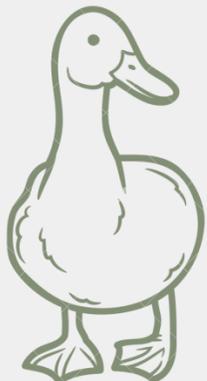
- Responsables de la stratégie et de la gestion quotidienne, mais leur charge de travail nécessite une gestion claire des priorités.

Les employés salariés :

- Un à plein temps et un à mi-temps, principalement pour l'abattage et la transformation, puis pour les activités céréalières.

La retraitée :

- Travaille à temps partiel et apporte son expertise lors des périodes intenses.



ANALYSE INTERNE

RESSOURCES FINANCIÈRES

Chiffre d'affaires :

- 300 000 euros annuels, positionnant l'entreprise comme une structure de taille moyenne, avec un potentiel de croissance.

Coûts :

- Le coût de production par canard est de 50 euros, avec peu de possibilités de réduction sans compromettre la qualité, mais l'augmentation des volumes pourrait aider.

Canards :

- Représentent 24 % du chiffre d'affaires (72 000 euros), grâce à une stratégie diversifiée.

Marge bénéficiaire :

- 70 euros par canard, vendus à 120 euros, ce qui montre une rentabilité solide.



ANALYSE INTERNE

Les 4P

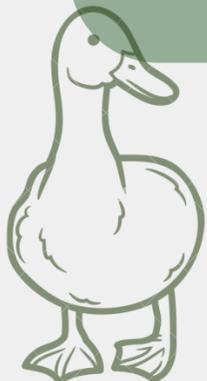
Produits :

Foie gras haut de gamme, artisanal, avec des certifications (IGP, Label Rouge), proposé en divers formats et produits dérivés (coffrets, assortiments pour les fêtes).

Prix :

Positionnement premium, avec des prix plus élevés justifiés par la qualité artisanale, adaptés aux circuits de vente directe pour garantir une marge attractive.

produits	domaine de la barrère (petit producteur)	ferme des héritiers (petit producteur)	industrielles
foie gras 180 g (bocal)	27.20 e	27.40 e	19 e
foie gras 300 g (bocal)	42.50 e	45 e	29 e
2 cuisses confits	13 e	13 e	8 e
canards en gelée 1/2	18.50 e	19.50 e	12 e
magret séché	12 e	13.50 e	13 e
5 gésiers confit	10 e	9.50 e	6 e



ANALYSE INTERNE

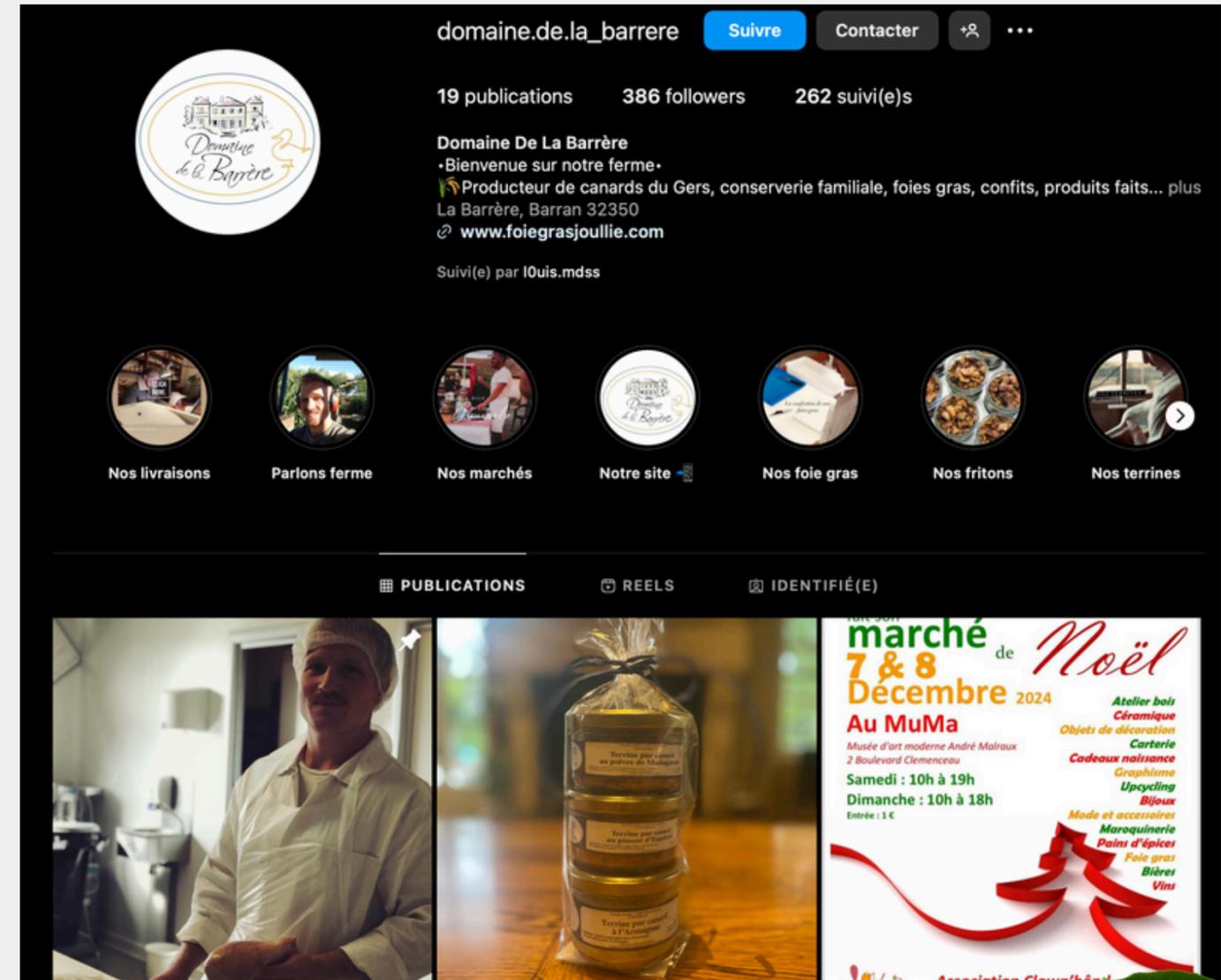
Les 4P

Place :

Vente directe sur marchés locaux, foires gastronomiques, et en ligne pour atteindre une clientèle locale et nationale.

Promotion :

Storytelling valorisant l'origine et le savoir-faire, marketing digital (réseaux sociaux, site internet), et événements (dégustations, démonstrations culinaires) pour renforcer l'image de marque.



ANALYSE INTERNE

Le SWOT



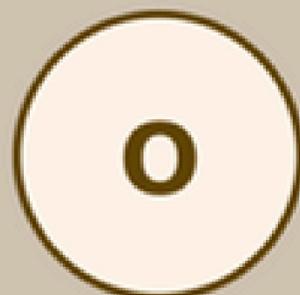
FORCES

Positionnement premium
Qualité artisanale
Origine locale garantie
Adaptation aux attentes
Privilège la qualité a la quantité
Respect des tradition
Label IGP
Conditionnements varié
Produits dérivés
Vente directe au consommateur
Dégustations et événements
Médaille d'argent

Production limitée
Prix élevé
Visibilité restreinte
Site internet
Départ à la retraite



FAIBLESSES



OPPORTUNITÉS

Importance de l'origine
Période festive récurrente
Canaux numériques
Développement de l'activité
Nouvelle gamme de foie
Amélioration Communication

Pressions économiques
Crises sanitaires
Militantisme animal
Concurrence végétale
Ressources humaines
Produits low-cost
Gros faiseur



MENACES



DIAGNOSTIC

Externe :

Position de leader mondial :

- 70 % de la production mondiale, forte demande française (80 % des foyers) et pic des ventes à 75 % pendant les fêtes.

Croissance à l'international :

Forte demande en Asie (+25 % des exportations en 2023).

Labels et ancrage régional:

Certifications prestigieuses (IGP, Label Rouge) et notoriété des régions productrices (Sud-Ouest, Nouvelle-Aquitaine).

Tendance éthique et bio :

Augmentation annuelle de 12 % pour les alternatives sans gavage et produits bio.

Digitalisation :

E-commerce représentant 30 % des ventes premium, touchant une clientèle jeune et urbaine.



DIAGNOSTIC

Interne: Forces

Réputation et savoir-faire :

- Palme d'argent au "Gasconh'à Table 2024", émission télévisée.

Infrastructures modernes :

- Conformité aux normes européennes, capacité de production accrue.

Rentabilité :

- Marge bénéficiaire élevée (70 €/canard).

Positionnement haut de gamme :

- Qualité artisanale, certification IGP.



DIAGNOSTIC

Interne: Faiblesses

Anticipation RH :

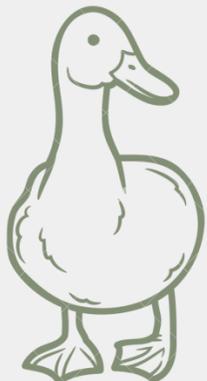
- Départs à la retraite non préparés.

Dépendance aux co-gérants :

- Surcharge stratégique et opérationnelle.

Stratégie commerciale :

- 75 % des ventes via marchés locaux et foires, 25 % en ligne.



DIAGNOSTIC

Atouts et opportunités :

Position de leader mondial :

- 70 % de la production mondiale, 80 % des foyers français consommateurs

Labels et notoriété régionale :

- IGP, Label Rouge, régions Sud-Ouest, Nouvelle-Aquitaine, Occitanie

Croissance des exportations :

- Hausse de 25 % des volumes, marchés asiatiques (Japon, Chine).

Digitalisation :

- 30 % des ventes premium via e-commerce, clientèle jeune et urbaine.



DIAGNOSTIC

Facteurs clés de succès

Labels et storytelling :

- Authenticité, ancrage régional.

Expansion :

- Exportations vers l'Asie, adaptation aux standards internationaux.

Diversification :

- Circuits courts, e-commerce, partenariats avec épiceries fines

Durabilité:

- Investissements technologiques pour limiter l'impact environnemental

Adaptation économique :

- Formats économiques et premium, promotions ciblées.



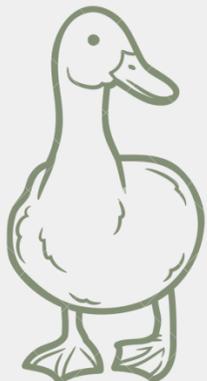
Conclusion

Canaux de vente:
Développement du
e-commerce

Communication:
Storytelling sur réseaux
sociaux, collaboration avec
influenceurs
gastronomiques.

Ressources humaines :
Recrutement et formation
pour anticiper les départs à la
retraite, partage des
responsabilités

Investissements technologiques :
augmentation des capacités
(nombre canards)



bibliographie

Bibliographie:

https://fandefoiegras.fr/wp-content/uploads/2024/03/DP_FoieGras_Mars24_val.pdf

<https://fandefoiegras.fr/les-chiffres-cles-du-foie-gras/>

Comité Interprofessionnel des Palmipèdes à Foie Gras - Mission

Produits/ boutique en ligne - Domaine de la Barrère

Labeyrie

Courses en ligne : Livraison et courses Drive - E.Leclerc DRIVE

Spécialités du Gers, Foie Gras, Cassoulet, Cuisine du Terroir

