

Julia DEVALLON, Lea
HERRAIZ, Chloé BERGIA

Michel et Augustin

Négociation



TC 33a

Introduction

Comment Michel et Augustin peut adapter sa stratégie pour intégrer ses nouveaux produits sur le marché marocain ?

- Michel et Augustin est une marque de produits alimentaires
- Cette expansion vise à renforcer la présence de la marque tout en conservant son identité unique et son engagement pour une alimentation de qualité.





Sommaire

1. PRÉSENTATION DE L'ENTREPRISE

2. PRÉSENTATION DU PRODUIT

3. PRÉSENTATION DU CLIENT

4. PRÉSENTATION DE LA CULTURE

5. LE SONCAS

6. LA FACTURE

Partie 1

Présentation de
l'entreprise



Présentation de l'entreprise

- **Notre histoire**

Fondée en 2004 par deux amis passionnés de cuisine.
Née d'une aventure culinaire ludique et créative.
Marque évoluant dans le secteur de l'agroalimentaire.

- **Spécialisation et produits phares**

Biscuits, desserts et snacks gourmands.
Produits phares : cookies, mousse au chocolat, yaourt à boire.
Réputation basée sur un ton décalé et un marketing innovant.

- **Identité et slogan**

Slogan : "Les trublions du goût" reflétant créativité et originalité.
Approche joyeuse et décomplexée de l'alimentation.

- **Mission**

Apporter de la gourmandise au quotidien avec des produits simples et naturels.
Priorité sur la qualité et l'humour pour créer des liens de confiance avec les clients.



Présentation de l'entreprise



- Valeurs de la marque

Créativité et convivialité dans nos échanges avec les consommateurs.
Offre variée pour toutes les envies et moments de la journée.
Produits naturels, sans additifs, favorisant une alimentation saine.
Engagement responsable, soutien aux filières agricoles et emballages recyclables.

- Positionnement et différenciation

Approche authentique et transparente.
Formats pratiques, adaptés aux plaisirs instantanés.
Une marque qui mélange tradition et convivialité.

- Développement international

Succès en France et volonté d'expansion vers les pays émergents.
Ciblage du Maroc pour poursuivre son développement à l'international

Partie 2

Présentation du produit



Présentation du produit

UN PETIT BISCUIT SALÉ AU FROMAGE ET AUX HERBES IMAGINÉ PAR MICHEL ET AUGUSTIN

- ✓ **Formats :** Sachets de 100g ou 500g avec un emballage hermétique
- ✓ **Caractéristiques :** Une pâte croustillante, légère avec le goût intense du fromage affiné relevé aux herbes aromatiques
- ✓ **Quand le manger ?** Pour une dégustation à tout moment de la journée, avec une salade ou pour accompagner un plat en sauce
- ✓ **Ingrédients :** Farine de blé française, sans additifs ni conservateurs. Fromage affiné à base de lait entier, pour un goût riche et savoureux. Herbes aromatiques (thym, romarin et persil). Huile d'olive pour une texture croustillante et un goût authentique.
- ✓ **Valeur nutritionnelle :**
 - Source d'énergie naturelle grâce aux glucides complexes de la farine.
 - Sans conservateurs ni arômes artificiels, pour une collation saine et équilibrée.



Partie 3

Présentation du client



Présentation du client

ÉPICERIES FINES ET PRODUITS SPÉCIALISÉS

GREEN VILLAGE - CASABLANCA

- ✓ **Distribution de produits bio, haut de gamme et naturels**
- ✓ **Présence dans des villes stratégiques Casablanca, Marrakech, Rabat**
- ✓ **Positionnement** Épicerie fine spécialisée dans les produits sains et naturels
- ✓ **Produits commercialisés** Produits bio et naturels Épicerie fine (biscuits, chocolats, confiseries,) Produits d'épicerie sans gluten, végétariens et véganes - Boissons naturelles
- ✓ **Valeurs et engagements** : Promotion d'une alimentation saine et équilibrée
- ✓ **Public cible** : Classes moyennes et aisées recherchant des produits sains et de qualité
Consommateurs soucieux de leur bien-être et de leur alimentation
Amateurs de produits premium et importés



Présentation du client

BESOINS

- ✔ **Cohérence avec les valeurs** : Produits naturels, sans additifs ce qui s'aligne bien avec l'image d'authenticité et de qualité de Green Village.
- ✔ **Diversification de l'offre** : Ajouter des snacks salés permettrait d'élargir la gamme de produits, attirant une clientèle à la recherche d'options gourmandes et pratiques.
- ✔ **Attractivité pour une clientèle flexitarienne** : Certains consommateurs végétariens ou flexitariens aiment avoir des alternatives aux plats classiques, et des biscuits salés premium peuvent enrichir leur expérience culinaire.
- ✔ **Renforcement du positionnement premium** : Michel et Augustin sont perçus comme une marque ludique et haut de gamme, ce qui pourrait se traduire sur l'image de Green Village et attirer une clientèle appréciant les produits artisanaux et de qualité.

Partie 4

Présentation de la
culture



Présentation de la culture



1

HABITUDES ALIMENTAIRES

- Saveurs riches
- Partage et convivialité
- Produits pratiques et complémentaire de plats typique

2

RÉGLEMENTATIONS LOCALES

- Conformité sanitaire et douanière :
 - > Respect des normes : composition, dates de péremption par exemple
 - > Indication claire des ingrédients, allergènes et valeurs nutritionnelles
 - > Certification conforme aux exigences locale (ONSSA)
 - Taxes et droit de douane

3

EMBALLAGE ET MARKETING ADAPTÉ

- Design adapté (motif, couleur ...)
- Lisibilité du produits (avec image)
- Langue traduite

Présentation de la culture



5

CONSIDÉRATIONS CULTURELLES ET RELIGIEUSE

- Religion : Musulmane
- Produits conformes aux traditions Halal
- Respect des pratiques religieuses

6

PRÉFÉRENCES POUR LES MARQUES INTERNATIONALES

- Marque premium : importance des produits importés de marques reconnues

7

STRATÉGIE DE PRIX

- Prix : Importance de l'adéquation avec le marché marocain + coûts d'importations
- Positionnement : Premium : article haut de gamme

8

SAISONNALTÉ ET PÉRIODES DE DEMANDES

- Ramadan : recherchent de produits savoureux à partager
- Fêtes et événements familiaux : moments festifs et de convivialité

Partie 5

Le SONCAS



MICHEL & AUGUSTIN

Les trublions du goût

SECURITE

ATTENTE CLIENT

- ✓ Une marque qui inspire confiance, proximité et bonne humeur.

RÉPONSE DU PRODUIT

- ✓ Identité axée sur la convivialité, l'humour et la simplicité. Storytelling autour du produit et de la marque. Respect des attentes locales

ORGUEIL

ATTENTE CLIENT

- produits qui
- ✓ reflètent un statut social élevé
 - ✓ offrent une expérience raffinée

RÉPONSE DU PRODUIT

- ✓ Produit importé d'une marque française premium
- ✓ Packaging élégant et soigné
- ✓ Image de marque forte

NOUVEAUTÉ

ATTENTE CLIENT

- ✓ Découvrir des produits innovants et originaux qui sortent de l'ordinaire

RÉPONSE DU PRODUIT

- ✓ Mélange de saveurs
- ✓ Produit versatile : consommé comme collation, apéritif ou accompagnement
- ✓ Positionnement différencié

CONFORT

ATTENTE CLIENT

- ✓ Produits faciles à consommer
- ✓ Pratique
- ✓ Adapté au mode de vie

RÉPONSE DU PRODUIT

- ✓ Formats pratiques
- ✓ Texture croustillante et goût réconfortant
- ✓ Facile à intégrer aux repas marocains

ARGENT

ATTENTE CLIENT

- ✓ Un bon rapport qualité-prix

RÉPONSE DU PRODUIT

- ✓ Positionnement premium
- ✓ Formats économiques disponibles
- ✓ Offre occasionnelle ou packs promotionnels

SYMPATHIE

ATTENTE CLIENT

- ✓ Une marque qui inspire confiance, proximité et bonne humeur

RÉPONSE DU PRODUIT

- ✓ L'identité : convivialité, l'humour et la simplicité.
- ✓ Storytelling autour du produit et de la marque
- ✓ Respect des attentes locales

Partie 6

La facture



MICHEL & AUGUSTIN

Les trublions du goût



Devis N°102 MICHEL ET AUGUSTIN

MICHEL ET AUGUSTIN
70 RUE DU GOUVERNEUR
GÉNÉRAL ÉBOUÉ
92130 ISSY-LES-
MOULINEAUX, FRANCE

M. ELFFACY AMIR
6. RUE MOHAMED JAZOULIY
MAROC

DEVIS: 2019001

DATE : 27/09/2025
N° CLIENT : 124356

VENTES BISCUITS SALÉS

QTÉ	DÉSIGNATION	PRIX UNITAIRE HT
2000	Biscuits salés fromage et herbe 150g	2,50 euros
2000	Biscuits salés fromage et herbe 300g	4 euros
2000	Biscuits salés fromage et herbe 500g	5,20 euros

PRIX TOTAL HT
23 400 euros

SOUS-TOTAL 23 400 euros

NOUS RESTONS À VOTRE DISPOSITION POUR TOUTE INFORMATION COMPLÉMENTAIRE.
SI CE DEVIS VOUS CONVIENT, MERCI DE NOUS LE RETOURNER SIGNÉ PRÉCÉDÉ DE LA MENTION "BON POUR ACCORD ET EXÉCUTION DU DEVIS"

SIGNATURE

VALIDITÉ DU DEVIS : 3 MOIS



Devis N°102 MICHEL ET AUGUSTIN

MICHEL ET AUGUSTIN
70 RUE DU GOUVERNEUR
GÉNÉRAL ÉBOUÉ
92130 ISSY-LES-
MOULINEAUX, FRANCE

M. ELFFACY AMIR
6. RUE MOHAMED JAZOULIY
MAROC

DEVIS: 2019001

DATE : 27/09/2025
N° CLIENT : 124356

VENTES BISCUITS SALÉS

QTÉ	DÉSIGNATION	PRIX UNITAIRE HT
2000	Biscuits salés fromage et herbe 150g	26,04 MAD
2000	Biscuits salés fromage et herbe 300g	41,66 MAD
2000	Biscuits salés fromage et herbe 500g	54,16 MAD

PRIX TOTAL HT
243 720 MAD

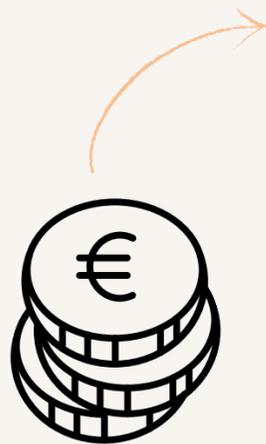
SOUS-TOTAL 243 720 MAD

SOUS-TOTAL

NOUS RESTONS À VOTRE DISPOSITION POUR TOUTE INFORMATION COMPLÉMENTAIRE.
SI CE DEVIS VOUS CONVIENT, MERCI DE NOUS LE RETOURNER SIGNÉ PRÉCÉDÉ DE LA MENTION "BON POUR ACCORD ET EXÉCUTION DU DEVIS"

SIGNATURE

VALIDITÉ DU DEVIS : 3 MOIS



Facture



FACTURE N°102 MICHEL ET AUGUSTIN

70 RUE DU GOUVERNEUR GENERAL
EBOUE
92130 ISSY-LES-MOULINEAUX,
FRANCE

M. ELFFACY AMIR
6. RUE MOHAMED JAZOULIY
MAROC

FACTURE : 2019001

DATE : 27/09/2025

N° CLIENT : 124356

SUJET : VENTES BISCUITS SALÉS

QTÉ	DÉSIGNATION	PRIX UNITAIRE HT
2000	Biscuits salés fromage et herbe 150g	2,50 euros
2000	Biscuits salés fromage et herbe 300g	4 euros
2000	Biscuits salés fromage et herbe 500g	5,20 euros

PRIX TOTAL HT

23 400 euros

TVA 20%

TOTAL TTC

28 080 euros

SOUS-TOTAL

28 080 euros

BON POUR ACCORD

SIGNATURE

DUREE DE VALIDITE
CONDITION DE PAIEMENT

05.09.78.65.70
479 205 460 00062



FACTURE N°102 MICHEL ET AUGUSTIN

70 RUE DU GOUVERNEUR GENERAL
EBOUE
92130 ISSY-LES-MOULINEAUX,
FRANCE

M. ELFFACY AMIR
6. RUE MOHAMED JAZOULIY
MAROC

FACTURE : 2019001

DATE : 27/09/2025

N° CLIENT : 124356

SUJET : VENTES BISCUITS SALÉS

QTÉ	DÉSIGNATION	PRIX UNITAIRE HT
2000	Biscuits salés fromage et herbe 150g	26,04 MAD
2000	Biscuits salés fromage et herbe 300g	41,66 MAD
2000	Biscuits salés fromage et herbe 500g	54,16 MAD

PRIX TOTAL HT

243 720 MAD

TVA 20%

TOTAL TTC

292 464 MAD

SOUS-TOTAL

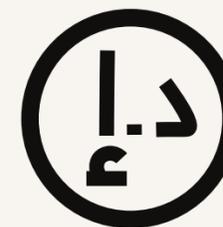
292 464 MAD

BON POUR ACCORD

SIGNATURE

DUREE DE VALIDITE
CONDITION DE PAIEMENT

05.09.78.65.70
479 205 460 00062



Impacts de notre projet

Économique :

Dynamisation du commerce et de la distribution premium.

Consommation :

Introduction d'un nouveau produit sain et innovant, influence sur les habitudes alimentaires.

Environnemental et social :

Sensibilisation à une alimentation plus naturelle, encouragement des emballages recyclables et des circuits responsables.

Merci.

MICHEL ET AUGUSTIN

