

# Module 2

## Reconnaissance des opportunités dans le secteur agroalimentaire

# Contenu

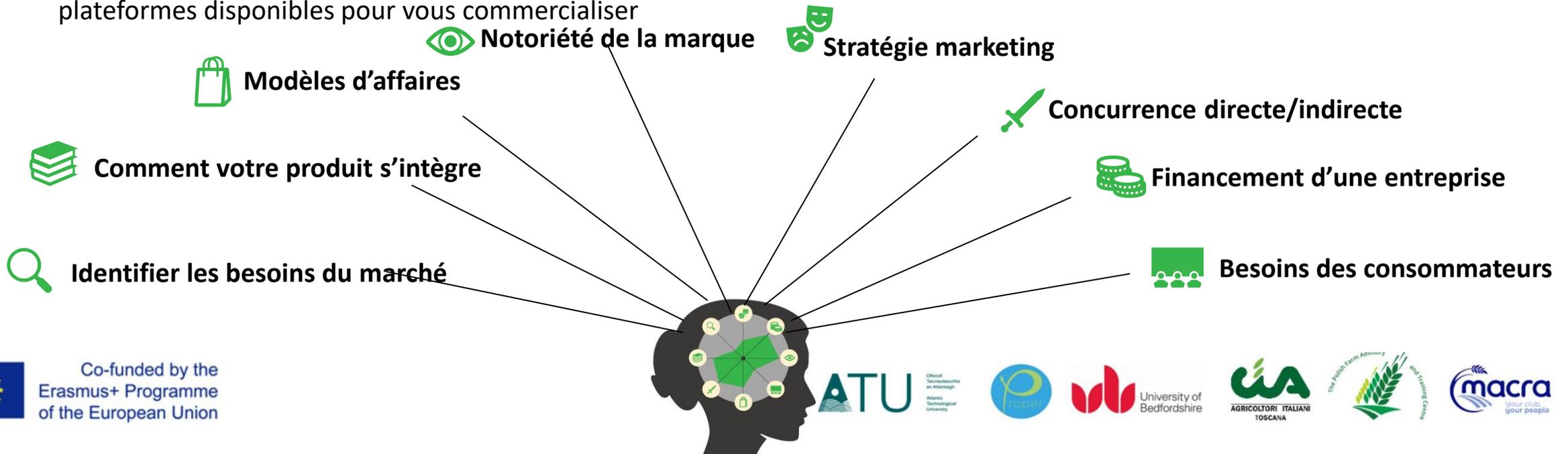
1. Résultats et objectifs
2. Étude de marché
3. Modélisation d'affaires
4. Financement et financement
5. Renforcer la notoriété de la marque
6. Communication et développement des compétences
7. Médias sociaux
8. Étude de cas



# 1. Résultats et objectifs

**Après avoir réussi ce module, les apprenants seront en mesure de:**

- Identifier les besoins du marché et comprendre comment vos produits s'intègrent
- Comprendre la concurrence directe et indirecte à laquelle l'entreprise sera confrontée
- Identifier le meilleur modèle d'affaires adapté au produit
- Comprendre les différentes options de financement
- Comment renforcer la notoriété de votre marque et tirer parti des plateformes disponibles pour vous commercialiser



## 2. Étude de marché

*L'étude de marché est le processus de collecte d'informations sur votre marché cible et vos clients pour vérifier le succès d'un nouveau produit, aider votre équipe à itérer sur un produit existant ou comprendre la perception de la marque pour s'assurer que votre équipe communique efficacement la valeur de votre entreprise.*



# 2. Étude de marché

- **Lorsque vous effectuez une étude de marché, tenez compte;**
  - Les 7P du marketing
  - Le point de vue des consommateurs
    - ✓ Ce sont des problèmes, des besoins et des expériences
  - La situation actuelle du marché
    - ✓ À quoi ressemble le marché actuel, dans quelle mesure l'infrastructure est favorable et ce qui existe déjà dans ce domaine
  - Faire vos recherches
    - ✓ Envoyer des enquêtes / e-mails / etc. aux clients
    - ✓ Analyser les résultats et les utiliser pour affiner votre entreprise

Y a-t-il une demande? Combien?

Comment atteindre au mieux votre public cible

Qu'est-ce qu'un prix raisonnable?

Où est-il préférable de vendre?

Qui est votre marché?

Est-ce faisable? Comment?

Les ventes et les commentaires sont-ils bons?



# 3. Modélisation d'affaires



- **Un modèle d'affaires** est un plan d'entreprise visant à créer un profit, qui identifie le produit / service qu'ils prévoient de vendre, identifie le marqueur cible et discute des dépenses prévues.
- **Les modèles traditionnels comprennent;**

Nom du modèle	Description
Fabricant	Utiliser des matières premières pour créer un produit
Distributeur	Achète le produit directement auprès du fabricant
Détaillant	Achète des produits en gros et les revend
Franchise	Utilise le modèle d'affaires de la société mère pour devenir l'un des éléments ci-dessus
Brique et mortier	Lorsque le fabricant, le grossiste ou le détaillant traite directement avec les clients

# 3. Modélisation d'affaires



iaaware.eu

- **Modèles d'affaires agroalimentaires** sont des modèles qui ont été développés plus récemment spécifiquement pour le secteur agroalimentaire.
- **Les modèles agroalimentaires comprennent;**

Nom du modèle	Description
Circulaire (zéro déchet)	Conserver les matériaux et les produits en cours d'utilisation aussi longtemps que possible
Réplicable	Service/produit pouvant être reproduit et vendu à des clients infinis
Innovation ouverte	Favorise la collaboration avec d'autres personnes et organisations
Inclusive	Utilise le modèle d'affaires de la société mère pour devenir l'un des éléments ci-dessus

# 4. Financement et financement

- **Méthodes courantes pour financer une entreprise :**
  - **Prêts**
    - ✓ Emprunter auprès d'institutions financières et rembourser sur une période convenue
  - **Investisseurs et investisseurs en capital de risque**
    - ✓ Fournir un soutien financier en échange de capitaux propres ou de dettes convertibles
  - **Subventions de recherche et développement**
    - ✓ Financement reçu des subventions (varie selon les pays) après la demande avec les informations souhaitées
    - ✓ Exemples: Fonds européen agricole de garantie, Fonds européen agricole pour le développement rural
  - **Financement participative**
    - ✓ Des capitaux recueillis auprès de nombreuses personnes, souvent des médias sociaux et des pages Web de financement participatif



# 5. Renforcer la notoriété de la marque

Which of the following goals is your organization trying to achieve with social media?

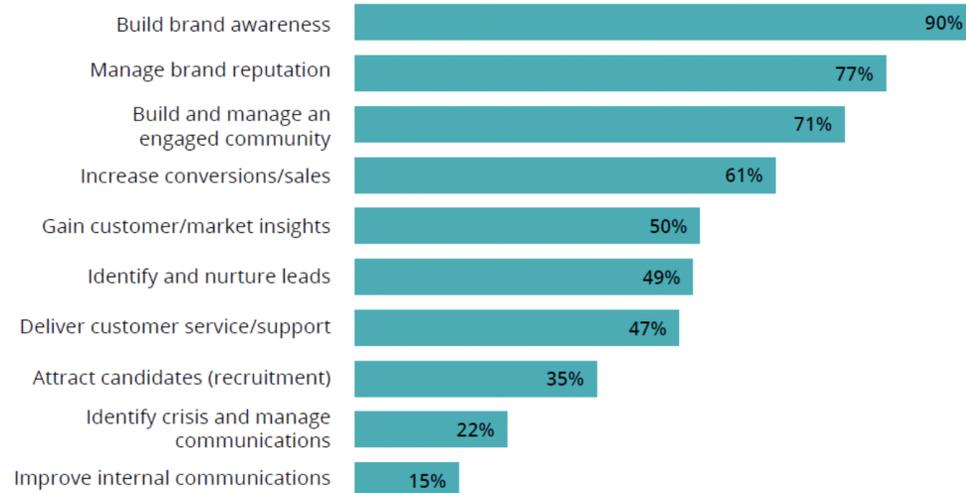


Image via [Hootsuite](#)

- **Le renforcement de la notoriété de la marque** est l'un des principaux objectifs que les entrepreneurs espèrent atteindre en intégrant l'utilisation des médias sociaux dans leur entreprise.
  - ✓ Développez votre propre façon dont les consommateurs reconnaissent et se souviennent de votre entreprise
  - ✓ Appliquer un processus de pensée innovant et créatif
  - ✓ Créez une image sociale et une page de médias sociaux pour parler à votre public

# 5. Renforcer la notoriété de la marque

Supporting Women in Agri-Food

aware.eu

## Que faire

Construire une image de marque	Créer une notoriété de marque	Accroître la notoriété de la marque
<ul style="list-style-type: none"> <li>Être une personne (pas une entreprise)</li> <li>Socialiser avec les autres                             <ul style="list-style-type: none"> <li>Raconter un récit</li> <li>Créer des publications attrayantes</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Annoncez souvent</li> <li>Choisissez une image de marque représentative</li> <li>Créez un slogan accrocheur</li> <li>Collaborez avec d'autres personnes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Faire des publications de cadeaux</li> <li>Offrez du contenu utile et gratuit</li> <li>Événements sponsorisés</li> <li>Donnez-lui de la personnalité</li> </ul>



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union



# 5. Communication et développement des compétences



aware.eu

## 1. Communication – Présenter des compétences

La communication est la clé de chaque étape de votre développement personnel et professionnel

-  Réfléchissez avant de réagir
-  Utilisez un langage que les gens comprennent
-  N'utilisez pas de jargon
-  Pensez à la vitesse / lenteur à laquelle vous parlez
-  Ne présumez pas que les gens vous comprennent
-  Contact visuel
-  Ne pas interrompre
-  Ne présumez pas que vous comprenez - posez des questions
-  Langage corporel



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union



# 6. Communication et développement des compétences



aware.eu

## 1. Communication – Présenter des compétences

Quelques points à considérer lors de la présentation:

- 1) Commencez fort - Attirez l'attention de votre public
- 2) Souriez et établissez un contact visuel avec votre public
- 3) Avoir un message de base
- 4) Concentrez-vous sur les besoins de votre public - Qu'est-ce que votre public en retirera
- 5) Montrez votre passion
- 6) Des séances de pitching et des présentations pratiques auront lieu plusieurs fois dans ce cours



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



# 6. Communication et développement des compétences



Teamwork Skills

## 1. Communication – Présenter des compétences



aware.eu

# 6. Communication et développement des compétences



aware.eu

## 1. Communication – Présenter des compétences

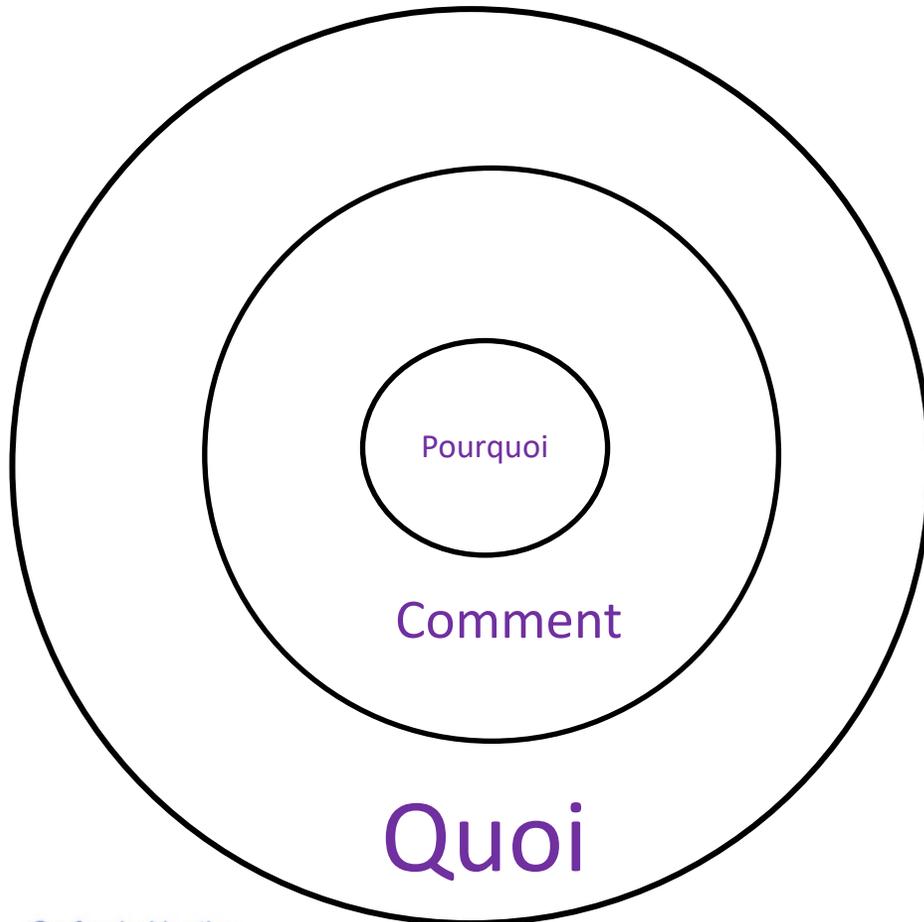
Compétences en gest



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union



# 7. Médias sociaux



Première chose à laquelle il faut penser quand il s'agit de médias sociaux; **Quel est votre pourquoi?** Ceci est important à établir avant de configurer vos canaux de médias sociaux

## L'activité du Cercle d'Or

- Quel** est votre produit ou service?
- En quoi** est-ce différent, quels sont les arguments de vente uniques?
- Pourquoi** votre marque existe-t-elle, d'où vient votre passion et votre but?

# 7. Médias sociaux

## But des médias sociaux

Renforcer la notoriété de la marque, la personnalité, la confiance des clients et la sympathie

Connaître et définir clairement votre public cible :

- Les personnes intéressées par votre contenu, produit, service
- Caractéristiques communes
- Identifiez qui n'est pas votre public

Important pour les participants et l'engagement - ne peut pas simplement être présent

Clé pour aimer, suivre, partager - en fonction du canal de médias sociaux



# 7. Médias sociaux

## Sensibilisation de l'auditoire

Selon Eurostat, le nombre d'utilisateurs utilisant les médias sociaux en Europe n'a cessé d'augmenter ces dernières années

### Facebook

(26,3 %) 25-34 ans  
2,7 milliards d'utilisateurs actifs mensuels

### Instagram

(33,1 %) 25-34 ans  
1 milliard d'utilisateurs actifs par mois



### Twitter

(44 %) âgés de 34 à 49 ans  
187 millions d'utilisateurs actifs quotidiens

### TikTok

18-24 ans  
100 millions d'utilisateurs actifs par mois

# 8. Étude de cas

- **Association des femmes chefs d'entreprise**

- L'une des plus grandes communautés mondiales pour les femmes entrepreneurs aidant les femmes à créer l'entreprise de leurs rêves et à créer le succès qu'elles souhaitent.
- 650 000 femmes dans un réseau de 67 pays
- Plusieurs façons d'aider à utiliser des vidéos, des histoires, des livres a
- Classes de maître et guides d'affaires gratuits



*female*  
**ENTREPRENEUR**  
*association*



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



Official  
Technological  
Alliance  
Atlantic  
Technological  
University



# 8. Étude de cas



- **Financement européen sensible au genre - Investir dans et avec les femmes: opportunités pour l'Europe**
  - Documents de réflexion sur l'économie européenne rédigés par le personnel de la direction générale des affaires économiques et financières de la Commission européenne et par des experts travaillant en association avec eux
  - Investir dans et avec les femmes est une opportunité que l'Europe doit saisir pour une croissance plus durable et inclusive.
  - Le programme d'investissement de l'UE pourrait jouer un rôle de catalyseur de ces avantages en stimulant le financement sensible au genre, c'est-à-dire un financement qui finance, responsabilise et inspire les femmes fondatrices et investisseurs.

# 8. Étude de cas

- **Food Circle – une plateforme pour développer votre entreprise alimentaire**
  - 11 Inspiring Women in the Food Tech Industry: études de cas sur des femmes entrepreneurs dont les startups et les entreprises prennent d'assaut l'industrie européenne de la technologie alimentaire; des histoires sur leurs produits, technologies, canaux et modèles commerciaux passionnants et innovants
  - 8 femmes moteurs de l'innovation tout au long de la chaîne d'approvisionnement alimentaire : études de cas
  - Politique de FoodDrinkEurope: assurer la mise en place de systèmes alimentaires plus durables



About us

Our vision is to grow and connect every reliable company in the food supply chain.



# Références



aware.eu

1. <https://smallbusiness.co.uk/why-market-research-is-so-l>
2. <https://www.askattest.com>
3. <https://www.businessnewsdaily.com/4686-how-to-start-a-business.html>
4. <https://www.fao.org/policy-support/tools-and-publications/resources-details/en/c/522942/>
5. <https://rural-urban.eu/news/new-business-models-short-food-supply-chains-enhancing-competitiveness-and-sustainability>
6. <https://www.ceps.eu/ceps-events/closing-the-loop-circular-economy-business-models-in-the-electronics-and-agri-food-sectors/>
7. <https://ec.europa.eu/eip/agriculture/en/find-connect/projects/replicable-business-models-modern-rural-economies>
8. <https://creax.com/sector-papers/nutrition/>
9. [https://energypedia.info/wiki/Business\\_Models\\_for\\_Sustainable\\_Agrifood\\_Systems](https://energypedia.info/wiki/Business_Models_for_Sustainable_Agrifood_Systems)
10. <https://www.startupdonut.co.uk/financing-a-business/10-options-for-funding-your-small-business>
11. [https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy/market-measures/promotion-eu-farm-products\\_en](https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy/market-measures/promotion-eu-farm-products_en)



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



# Références



aware.eu

12. [https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/find-funding/eu-funding-programmes/european-agricultural-guarantee-fund-eagf\\_en](https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/find-funding/eu-funding-programmes/european-agricultural-guarantee-fund-eagf_en)
13. [https://ec.europa.eu/regional\\_policy/en/policy/what/glossary/e/european-agricultural-fund-for-rural-development](https://ec.europa.eu/regional_policy/en/policy/what/glossary/e/european-agricultural-fund-for-rural-development)
14. ESF+ includes EASI and Microfinance: <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=325&langId=en>
15. [https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy/market-measures/school-fruit-vegetables-and-milk-scheme/school-scheme-explained\\_en](https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy/market-measures/school-fruit-vegetables-and-milk-scheme/school-scheme-explained_en)
16. <https://thelogocompany.net/growing-season-marketing-branding-for-the-farm-agricultural-industry/>
17. <https://morganmyers.com/blog/2021/10/26/agriculture-content-marketing-guide/>
18. <https://marketing.farmprogress.com/solutions/>
19. <https://lgpress.clemson.edu/publication/10-tips-for-farm-social-media/>
20. <https://femaleentrepreneurassociation.com/>
21. [https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/economy-finance/dp129\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/economy-finance/dp129_en.pdf)
22. <https://www.foodcircle.com/>



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

