

# LE CAS CLIENT

## DIRECTION MARKETING ANALYSE OPERATIONNELLE SUR LES APPROVISIONNEMENTS ET LA CONCURRENCE

A la demande d'un Grand Groupe pour lequel c'est un enjeu concurrentiel majeur, Valtus réalise une étude opérationnelle sur la stratégie d'approvisionnement d'une matière première essentielle à l'une de ses activités.

### CONTEXTE

- > Filiale d'un grand groupe agro-alimentaire coté
- > La matière première nécessaire à la production du produit phare n'est disponible qu'en quantité limitée chaque année
- > Les approvisionnements annuels ont un impact sur la production des années à venir
- > La stratégie d'approvisionnement représente donc un enjeu concurrentiel majeur pour la pérennité de l'offre et pour le maintien du positionnement du Groupe sur son marché

### ENJEUX DE LA MISSION

- > Etablir un état des lieux complet du marché de la matière première disponible, ainsi qu'une cartographie du marché mondial du produit fini et de la concurrence
- > Estimer et analyser les stratégies d'approvisionnement en matière première des concurrents
- > En coordination avec la direction marketing, proposer au Client une stratégie d'approvisionnement pour l'année en cours
- > Définir des outils de projection de ces données de marché, utilisables par les équipes Marketing pour les prochaines années

### SOLUTIONS MISES EN ŒUVRE

En concurrence sur le sujet avec les cabinets de conseil classiques, Valtus est retenu pour l'expérience opérationnelle concrète de ses intervenants. Le Président de la filiale l'exprime ainsi : « Votre Manager de Transition parle le même langage que moi ; il m'apporte les informations opérationnelles et utiles dont j'ai besoin au quotidien pour les décisions que j'ai à prendre »

Le Manager de Transition identifié et validé par Valtus - un Directeur Général senior ayant une forte connaissance du secteur d'activité concerné - a mené cette étude stratégique en prenant en compte l'ensemble des facteurs impactant : les producteurs de matière première (stocks, perspectives de volumes de production ...), les concurrents (stocks, stratégies de développement ...) et le marché mondial (développement à court et moyen terme, positionnement des différents acteurs ...).

### RESULTATS ET BENEFICES CLIENTS

Au terme de cette mission, les objectifs fixés ont été atteints :

- > Réalisation complète de l'étude matière première, marché et concurrents
- > Proposition d'une stratégie d'approvisionnement à court et moyen termes
- > Rédaction d'un rapport servant d'outil de référence en interne

Les conclusions de cette étude ont permis d'orienter et de conforter la Direction Générale sur les options stratégiques de développement à adopter, dont les stratégies d'achat de matière première.

Le Client possède désormais les outils nécessaires à la mise à jour de ces données stratégiques année après année.