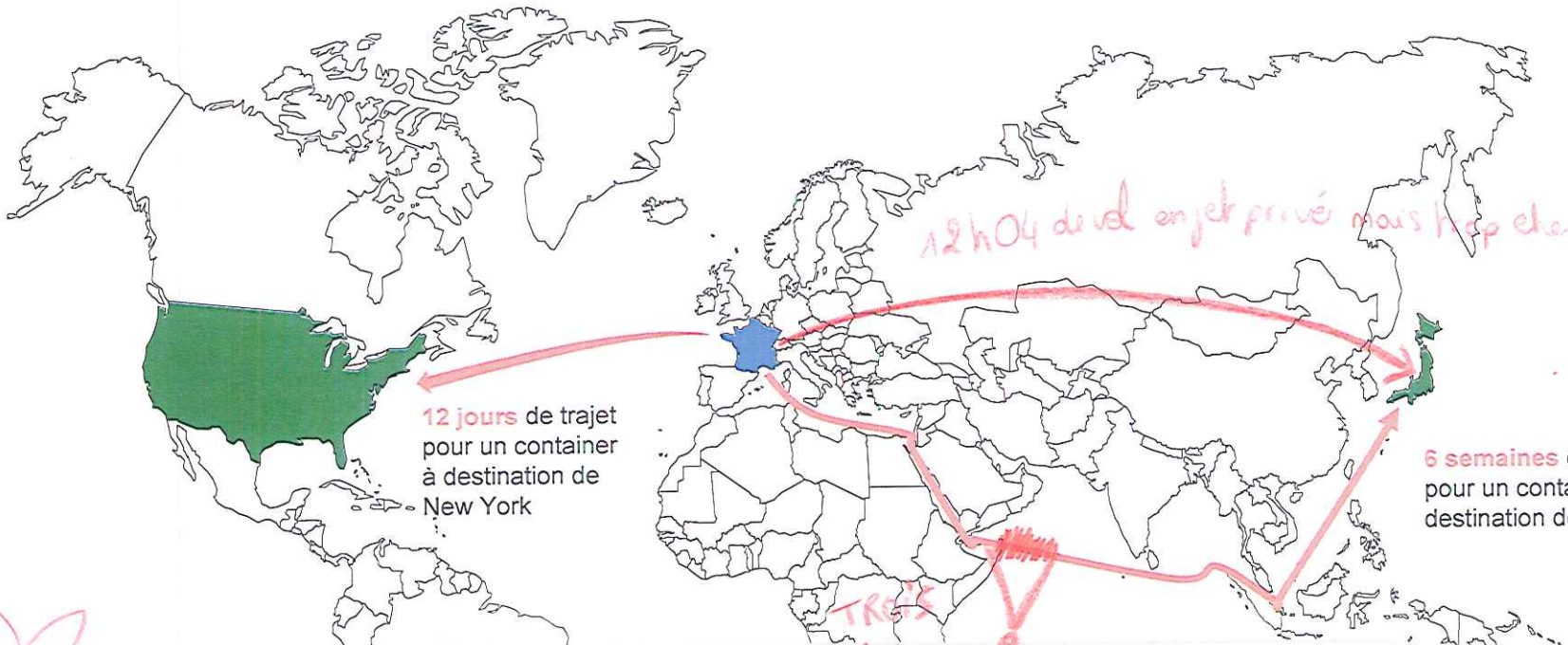


Pour un développement à court terme, le Japon, pointilleux sur la qualité de finition des produits, soulève cependant des difficultés logistiques pour garantir le succès de ce premier mouvement à l'international

et de la page

↳ certainement pas le dernier.



12 h 04 de vol en jet privé mais trop cher pour le bananier

12 jours de trajet pour un container à destination de New York

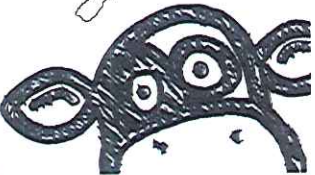
6 semaines de trajet pour un container à destination de Tokyo

TRÉS

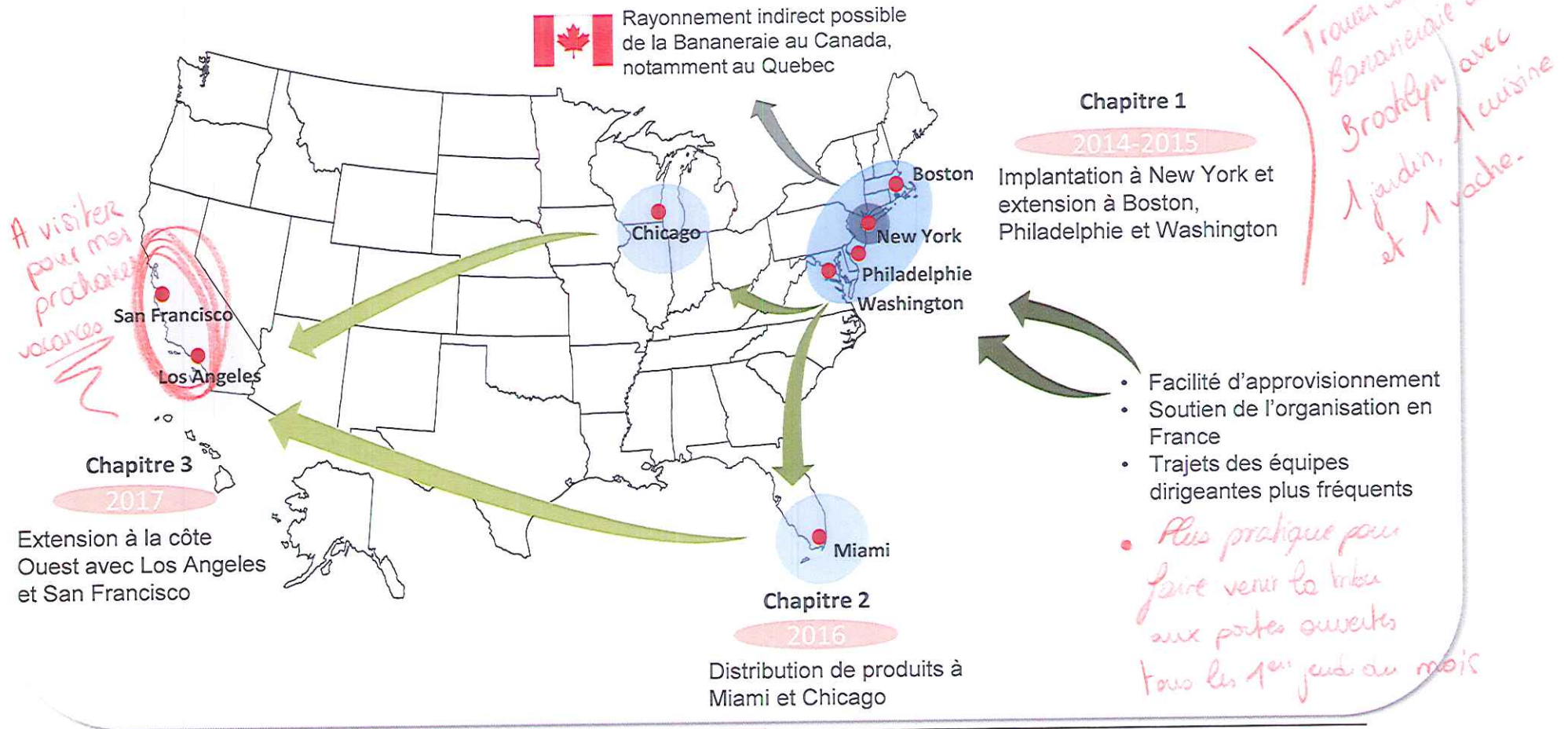
- A court terme, le Japon soulève deux difficultés principales :
- Le temps de transport reste trop important pour les problématiques de date limite de consommation
 - Le caractère particulièrement pointilleux du consommateur japonais imposerait une revisite de l'ensemble des standards de production de la marque avant d'aborder le marché

• j'ai toujours préféré les cookies aux biscuits.

→ Pense à faire un stop à La Réunion pour rapporter de la vanille à la main

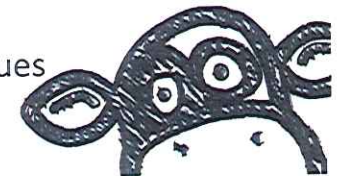


Une implantation à New York permettrait de créer un socle commercial idéal pour ensuite rayonner sur l'ensemble de la côte Est américaine



New York constitue une porte d'entrée idéale vers le marché américain de part :

- sa position géographique facilitant les échanges avec la France
- la taille de son marché : la métropole rassemble plus de 20 millions d'habitants
- son rayonnement culturel qui attire artistes et personnalités mondialement connues
- La présence « d'early adopters » amateurs de produits innovants





Michel et Augustin commenceraient par commercialiser une sélection de ses produits stars identifiés par BWR Group comme correspondant aux attentes du marché et satisfaisant à l'ensemble des contraintes logistiques et sanitaires imposées par l'export aux Etats-Unis

- Les biscuits sucrés apparaissent comme les produits les plus sûrs pour débiter sur le marché américain
 - Ce sont des produits simples très appréciés du consommateur américain
 - La durée de vie des biscuits sucrés est de 9 mois, ce qui permet un transport par voie maritime
- Les petits carrés ont été identifiés par BWR comme correspondant aux attentes du marché américain
 - Les produits au chocolat noir sont en général préférés par le consommateur américain, tandis que la préférence va au chocolat au lait en France
 - Les petits carrés font partie des produits stars de Michel et Augustin

Checklist valise :

- chaussettes noires
- brosse à dents souple
- 1 vase à boire vanille
- 1 montre GPS cardio fréquencemètre intégré
- 1 lampe torche
- boules quies si Michel vient dormir à la maison.

~~3~~
24

3^{ème} trim. 2014



Petits carrés unitaires, 33,6g et 73 g

2015

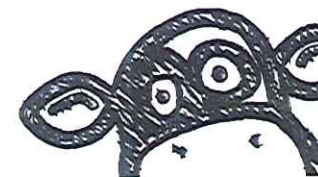


Super cookies 60g

2016-2018

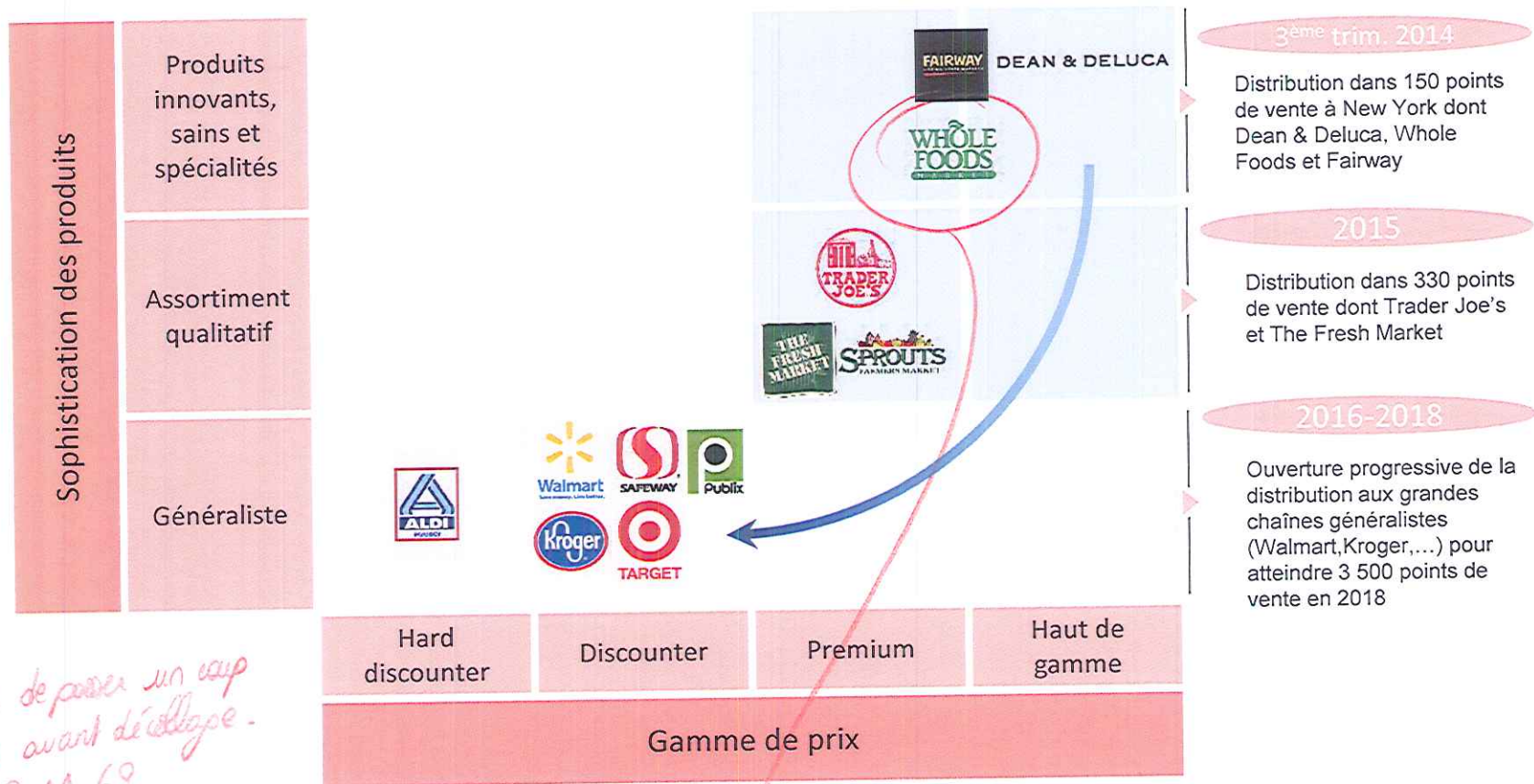


Lancement de nouveaux produits à identifier





Parmi les circuits de distribution existants aux Etats-Unis, les chaînes de supermarchés clientes de BWR Group correspondent particulièrement bien à l'image de marque Michel et Augustin...



*Ne pas oublier de passer un coup de fil à maman avant de décoller.
01.71.18.11.69*

4 Pour recevoir le reste de la présentation d'Antoine, envoyez une photo de vous avec 1 de nos incroyables cookies en posant devant la statue de la Liberté!

Si on y arrive, penser à demander une prime à Augustin.

