

Groupe Pro Natura

Erika Vanessa Becerra

▶ **To cite this version:**

Erika Vanessa Becerra. Groupe Pro Natura. Economies et finances. 2012. dumas-00837954

HAL Id: dumas-00837954

https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-00837954

Submitted on 24 Jun 2013

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

2012

Erika Vanessa Becerra

Rapport de Stage
Groupe ProNatura



Université du Sud
Toulon-Var

Faculté de Sciences
Economiques et de Gestion

Master 2 Professionnel
COMMERCE INTERNATIONAL
EQUITABLE

Tutrice : Madame Sylvia Novel

REMERCIEMENTS

Pour l'Université de Toulon,

Je tiens à remercier Monsieur Nicolas PERIDY, mon responsable pédagogique pour son encadrement et son soutien constant.

Je remercie Madame Sylvia NOVEL, ma tutrice enseignante qui m'a suivie tout au long de mon stage et qui a toujours répondu présente lorsque j'en ai eu besoin.

Pour le groupe ProNatura,

Je remercie le département RH de bien avoir voulu m'accueillir chez ProNatura.

Je remercie Monsieur François GHEWY, mon responsable de stage pour son écoute et la confiance qu'il m'a accordée dès mon arrivée dans l'entreprise.

Je remercie toute l'équipe ProNatura Méditerranée pour son accueil sympathique, sa coopération professionnelle et pour l'ambiance agréable tout au long de mon stage.

INTRODUCTION

J'ai suivi un Master 2 en Commerce International Equitable avec l'objectif de compléter ma formation en gestion d'entreprises et marketing agro-alimentaire. Mon but était d'enrichir mes connaissances, particulièrement dans des pratiques commerciales respectueuses de la nature et de la société telles que l'agriculture biologique et le commerce équitable.

J'ai été très intéressée par un stage de commerciale junior export car c'est un métier qui répond tout à fait à mes aspirations, ainsi qu'à mon parcours académique et professionnel. Mon expérience professionnelle en tant que commerciale export et ma formation plus récente en commerce international équitable, correspondaient aux missions proposées dans mon stage.

ProNatura est une société qui a la spécificité de travailler exclusivement avec des produits biologiques et issus du commerce équitable. Mon choix de stage au sein du Groupe ProNatura m'a donné l'opportunité unique d'avoir une relation plus proche avec les milieux de l'agriculture et du commerce de ses produits.

Chez ProNatura, on ne fait pas seulement de la vente de produits biologiques et labélisés Commerce Equitable. Le groupe accompagne les agriculteurs dans leur démarche biologique et met en vente leur production. L'état d'esprit n'est pas le même que dans d'autres sociétés. Lors de mon travail de commerciale j'ai ressenti une éthique propre à l'entreprise.

Le département commercial, où j'ai effectué mon stage est là pour satisfaire et développer le marché international. Afin de trouver des nouveaux clients à l'étranger il m'a été proposé de faire de la prospection commerciale et d'analyser de nouveaux marchés.

Je souhaite préciser que le contenu de mon stage a été à la hauteur de ce que mon tuteur Monsieur Ghewy m'avait proposé lors de notre premier entretien. Ce stage m'a passionnée ; j'ai pu mettre en pratique et perfectionner au sein de ProNatura ce que j'avais déjà appris en tant que commerciale et tout au long de mes études.

Dans ce rapport de stage, je présente les missions que j'ai réalisées au sein du département commercial ainsi que les résultats que j'ai obtenus. Je mets en avant l'importance de l'activité commerciale de ProNatura qui se fait dans le plus profond respect des hommes et de la protection de l'environnement.

SOMMAIRE

STAGE : COMMERCIALE JUNIOR EXPORT 4

LES MISSIONS 5

I. LE GROUPE PRONATURA 6

1. PRESENTATION DE L'ENTREPRISE 6
2. LES IMPLANTATIONS 9
3. LES PRODUITS 10
4. LES SAVOIR-FAIRE DE PRONATURA 12
   a) Le commerce et le marketing 12
   b) L'approvisionnement 13
   c) La logistique 13
5. LES CLIENTS 15
6. LA PRODUCTION 16
7. LA POLITIQUE QUALITE 19
8. LA STRUCTURE DE L'ORGANISATION DU GROUPE 21

II. L'ACTIVITE COMMERCIALE 21

1. LES ACTIVITES DU SERVICE COMMERCIAL DU SITE DE PERPIGNAN 22
   a) Les missions des commerciaux 22
   b) Le fonctionnement 22
2. LE COMMERCE EQUITABLE, LE BIO ET LE DEPARTEMENT COMMERCIAL 24

III. ANALYSE DE MA MISSION 25

A. PREMIERE PARTIE DE MA MISSION : LA PRISE DE CONTACT AVEC LES PROSPECTS 29
   1. Recherche d'informations 29
   2. La prospection commerciale 30
   3. La création de fiches de prospects 32
   4. Le rapport de marché 32
B. DEUXIEME PARTIE DE MA MISSION : LES « PANIERS BIO» EN ALLEMAGNE ET LEURS ACTEURS 34
C. TROISIEME PARTIE DE MA MISSION : LA PHASE PRATIQUE 35
D. LE SERVICE COMMERCIAL: LES CONTRAINTES ET LES SOLUTIONS 36
E. MON APPORT A L'ENTREPRISE 39

CONCLUSION 41

STAGE : COMMERCIALE JUNIOR EXPORT

- Période du 15 Mai au 30 Septembre 2012
- Entreprise :

  ProNatura Méditerranée – Société du Groupe ProNatura
  530 Avenue de Milan
  66000 Perpignan
  Téléphone : +33 (0) 4 68 54 79 79
  Fax : +33 (0) 4 68 54 57 68
  www.pronatura.com
- Président du Groupe ProNatura : Monsieur Henri de Pazzis
- Directeur du site et responsable de stage : Monsieur François Ghewy

LES MISSIONS

La société ProNatura Méditerranée dans laquelle j'ai effectué mon stage consolide sa position de leader sur le marché européen de la distribution de fruits et légumes issus de l'agriculture biologique. Les filières de la banane et de l'ananas « Biologique - Commerce Equitable » ont été également développées comme des solutions durables pour les agriculteurs en Amérique Latine et en Afrique.

Les activités du Groupe ProNatura sont développées dans l'esprit du respect de la nature, des producteurs et des consommateurs. C'est sous cette politique d'entreprise que, dans le cadre de mon stage, les missions suivantes ont été réalisées :

- La mise en place d'une nouvelle phase de prospection dans des pays européens, le Canada, la Russie et les pays Arabes.
- L'analyse des marchés cibles.
- L'identification des prospects et de leurs besoins.
- L'identification de la gamme de produits à proposer.
- La création des fiches de prospects avec l'objectif de faciliter le développement des nouveaux projets.

I. LE GROUPE PRONATURA

Le Groupe ProNatura, 100% fruits et légumes biologiques.

1. Présentation de l'entreprise

Le Groupe ProNatura a été créé à Cavaillon par Henri de Pazzis qui avait pour l'objectif de développer les produits issus de l'agriculture biologique. Depuis, la société a implanté trois nouveaux sites en France (à Perpignan, à Plouha et à Rungis) et deux en Afrique (à Marrakech et à Lomé) afin d'accompagner les agriculteurs et d'apporter aux clients un meilleur service.

Quand Henri de Pazzis débute comme producteur dans l'agriculture biologique à l'âge de 20 ans il existait très peu de producteurs et de consommateurs de produits biologiques en France. Je le cite: "Le marché du bio n'existait pas". Afin de trouver de l'aide pour la création de son entreprise, il décide d'aller en Allemagne où le marché biologique était beaucoup plus développé.

ProNatura est née en 1987; Henri de Pazzis a voulu que son entreprise ait une double vocation: favoriser le développement et la commercialisation de l'agriculture biologique. Henri de Pazzis a commencé à travailler avec des agriculteurs français.

Il est ensuite allé en Espagne et en Italie ; puis en Afrique et en Amérique Latine afin d'y rencontrer des agriculteurs. Certains pratiquaient déjà l'agriculture biologique, d'autres avaient besoin d'aide pour y parvenir. Il a fallu aussi convaincre des agriculteurs conventionnels de modifier radicalement leur comportement et les aider techniquement pour le passage à l'agriculture biologique. Toutes ces démarches ont été basées sur une volonté réelle d'établir des relations durables avec ces agriculteurs.

Pour Henri de Pazzis manger des produits biologiques est synonyme de manger autrement. Pour lui, une alimentation bio consiste à manger des produits sains et en quantité suffisante pour satisfaire aux besoins de l'organisme.

ProNatura a un véritable rôle de conseiller auprès des distributeurs de ses produits ; elle leur permet d'apprendre à mieux gérer leurs rayons et à établir un contact avec les consommateurs. De plus, toutes les semaines ProNatura envoie une lettre aux magasins spécialisés afin de donner des informations concernant:

- les produits de la saison
- les nouveaux produits, leurs caractéristiques organoleptiques et leurs bénéfices pour la santé

- les produits qui ne seront bientôt plus disponibles
- des conseils pour gérer les rayons

En 2007, le groupe ProNatura s'est implanté à Perpignan en achetant la société « Bioprim » qui ensuite devenue ProNatura Méditerranée. Bioprim était une entreprise créée en 1987 qui commercialisait, notamment à l'étranger, des fruits et légumes frais biologiques d'origine française et espagnole. Les clients se trouvaient en Allemagne, en Grande-Bretagne, en Suisse, en Autriche, en Belgique, en Danemark et en Suède. ProNatura Méditerranée a conservé les clients internationaux de la société Bioprim.

L'achat de la société Bioprim a permis à ProNatura de bénéficier d'une situation géographique exceptionnelle. Le site de Perpignan est très proche de l'Espagne qui est un des principaux fournisseurs de la société. De plus, le site profite de la logistique du Marché d'Intérêt National (MIN) Saint Charles ; ce marché est considéré comme l'un de plus performants d'Europe.

Les activités de ProNatura reposent sur quatre grandes valeurs :

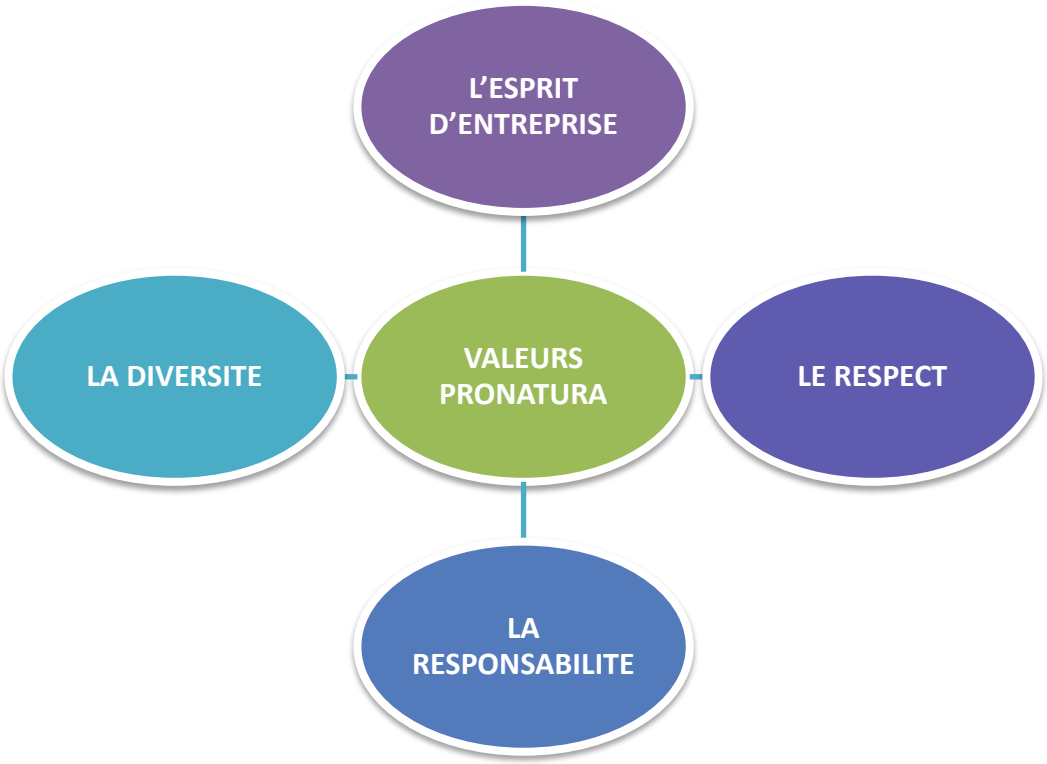


Figure 1: Les valeurs ProNatura. Source: création de l'auteur

Ces valeurs ont été établies en accord avec les principes du respect de l'homme et de la société qui fondent l'agriculture biologique et le commerce équitable.

En cohérence avec les valeurs, le groupe réduit son impact environnemental à travers différentes initiatives :

- Bâtiment HQE : le groupe développe ses activités dans des bâtiments construits dans une démarche de haute qualité environnementale qui privilège la construction respectueuse de l'environnement et la gestion écologique des ressources, tout en garantissant le confort des usagers.
- L'empreinte carbone : Le transport par avion a été réduit aux litchis de Madagascar qui ne pourraient pas être commercialisés autrement. Tous les autres produits sont acheminés par bateau vers les grands ports en Europe.

Dès le début, le Groupe ProNatura s'est engagé à produire des produits respectueux de l'environnement et de la société, tout en garantissant un service en constante amélioration aux consommateurs.

Le groupe propose une gamme complète de fruits et légumes, de jus de fruits, de fruits secs et de tartinades biologiques. La société s'appuie sur les équipes de l'ensemble de ses sites pour commercialiser le meilleur de la production biologique.

Le graphique suivant montre l'évolution du chiffre d'affaires entre l'année 2001 et 2009. A partir de l'année 2005 on constate que le chiffre d'affaires et le volume vendu ont été plus importants. L'année 2008 est particulièrement favorable pour la société.

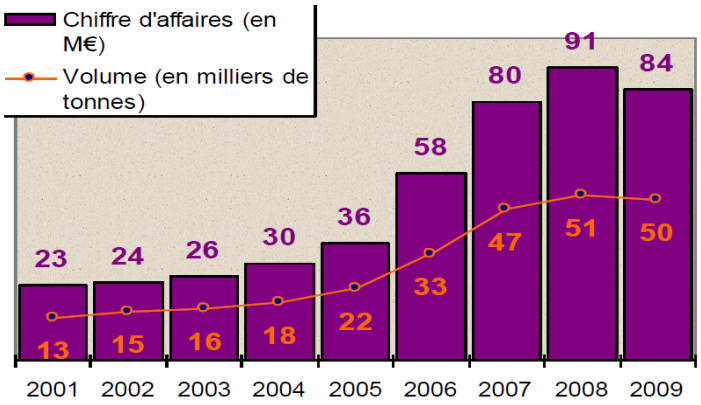


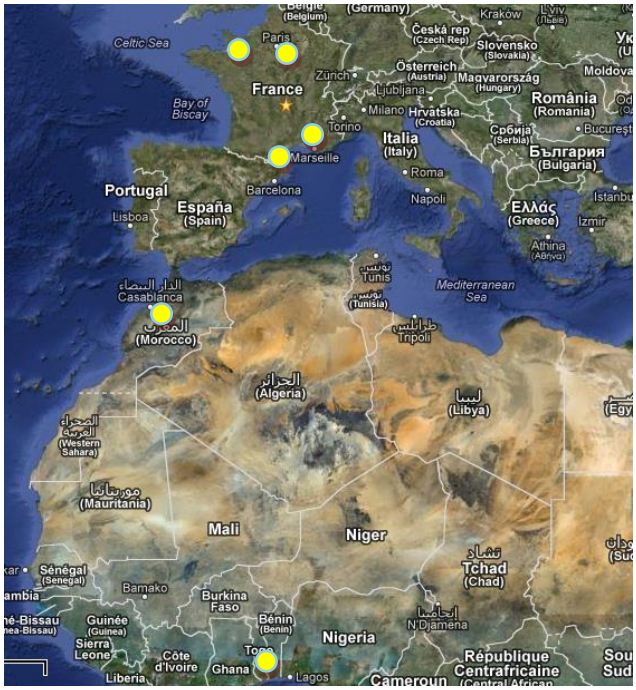
Figure 2: L'évolution du chiffre d'affaires. Source: Livret d'accueil. ProNatura Provence

Après des années de croissance du chiffre d'affaires de ProNatura il amorce une baisse en 2009 où il est de 84 M€.

Cette baisse va se confirmer jusqu'à l'année 2011 où il est de 70 M€. Mais ProNatura garde sa place de premier metteur en marché de la production française de fruits et légumes biologiques.

2. Les implantations

Le Groupe ProNatura rassemble 200 salariés en France et en Afrique de l'Ouest. Les activités du groupe sont réparties à travers les sites, lesquels se situent à :



- Cavaillon (siège social)

  Métier : Production, conditionnement et commercialisation. Le site est spécialisé dans le mûrissage des bananes issues du commerce équitable.

- Perpignan

  Métier : Production et commercialisation. L'activité commerciale la plus importante du site est l'exportation.

- Plouha

  Métier : Production et commercialisation.

- Rungis

  Métier : Production, logistique et commercialisation.

- Marrakech

  Métier : Production et logistique. Le site permet d'avoir un contact plus direct avec les agriculteurs en Afrique du Nord.

- Lomé

  Métier : Production et logistique. Le site permet d'avoir un contact plus direct avec les agriculteurs en Afrique de l'Ouest.

3. Les produits

Le groupe ProNatura commercialise 8 lignes de produits sous les marques suivantes:



Chaque ligne de produit contient plusieurs variétés:

Ligne de produit	Variétés
Fruits	pomme, poire, pêche, prune, abricot, fraise, orange, citron, pomelo, clémentine, melon, pastèque, raisin, banane, ananas, mangue et kiwi.
Légumes	tomate, courgette, poivron, courge, pomme de terre, carotte, navet, concombre, betterave, choux, champignon, poireau, salade, endive, avocat, chayotte, fenouil
Aromates	ail, oignon, échalote, basilic, persil.
Jus de fruits et légumes	mangue, banane, ananas, orange, pomelo, pomme, poire, abricot, pruneau, raisin, carotte, tomate cœur de bœuf, gaspacho.
Tartinades	abricot, ananas, figue.
Fruits secs	dattes, pruneau, ananas, figue
Fruits à coque	amande fraîche et décortiquée, noisette, noix sèche.
Huile d'olive et des œufs	d'origine française et espagnole.

Tableau 1: Produits ProNatura. Source: création de l'auteur

La banane, l'ananas et la mangue sont les produits issus du commerce équitable qui se commercialisent chez ProNatura.

Les jus de fruits de grande qualité, vendus sous la marque “Les jus de producteurs" permettent d'optimiser la production des producteurs et d'assurer un revenu complémentaire.



Figure 3: Les jus de fruits. Source: www.pronatura.com

ProNatura commercialise entre 100 et 120 produits provenant de différents pays d’Europe, d’Afrique, d’Asie, d’Océanie et d’Amérique.

4. Les savoir-faire de ProNatura

Le savoir-faire constitue l'avantage compétitif qui permet à une entreprise de surpasser la concurrence. Parmi les savoir-faire de ProNatura on trouve les activités commerciales, celles de marketing, d'approvisionnement et logistiques. Ces activités sont soutenues par la gestion administrative laquelle est située au siège du groupe à Cavaillon.

a) Le commerce et le marketing

Le département commercial du Groupe ProNatura est composé de 29 personnes à la vente et de 4 au marketing. Ils sont tous à l’écoute de leurs clients afin de leur apporter une totale satisfaction et de leur proposer la gamme de produits la plus adaptée à leurs besoins.

Avec l’aide du département marketing, l’équipe commerciale accompagne les clients dans leurs démarches en mettant à leur disposition des outils d’aide à la vente comme des affiches, des kits de présentation, des lettres d’information et des fiches produits.

Les affiches et les kits de présentation ont été créés afin de mettre en valeur les produits dans les rayons des clients. Les lettres d'informations hebdomadaires et les fiches de produits ont été conçues afin de conseiller les clients sur les produits de saison et leurs caractéristiques (Voir Annexe 1).

Les commerciaux terrain visitent régulièrement les magasins indépendants et spécialisés afin de leur apporter de l'assistance pour l'approvisionnement des produits et pour leur mise en rayon.

b) L'approvisionnement

Le groupe compte 7 salariés aux achats qui s'occupent de l'approvisionnement permanent de produits provenant de différentes régions de France, d'Espagne, d'Italie, des Pays Bas, de l'Afrique et de l'Amérique Latine.

Les acheteurs concentrent leurs efforts sur l'approvisionnement de plusieurs variétés de produits pour que ProNatura puisse proposer aux clients une large gamme de:

- Agrumes
- Fruits à pépins
- Fruits rouges
- Fruits exotiques
- Légumes pour la ratatouille
- Légumes pour le pot-au-feu
- Choux et légumes feuilles
- Condiments et aromates

Dès les premières années de ProNatura la cellule d'approvisionnement a été créée avec l'objectif de mettre en place de nouvelles sources de production durable et de développer des partenariats avec des structures de production respectant la politique de qualité de la société.

c) La logistique

Toutes les semaines, les vendeurs préparent et communiquent une offre personnalisée aux clients. Au cours des échanges par e-mail et par téléphone, les clients sont informés de la qualité des produits et de la situation du marché.

Les produits sont ensuite acheminés par camion jusqu'aux différents entrepôts des sites du Groupe ProNatura.

Afin de réduire l'empreinte carbone du transport de marchandises, la plupart des produits provenant d'Afrique et d'Amérique sont transportés par bateau.

Néanmoins, le transport par avion a été réduit aux litchis de Madagascar qui ne pourraient pas être commercialisés autrement.

Les produits qui arrivent aux installations doivent passer par la phase d'agréage afin de vérifier s'ils sont conformes aux exigences qualitatives et quantitatives exigées par la société.

Les produits sont posés sur des palettes afin de mieux les mobiliser et de mieux pouvoir les organiser dans l'entrepôt. Le responsable d'exploitation attribue une place différente à chaque produit en se basant sur le système informatique.

Une fois les produits bien placés, conditionnés et prêts à la vente, les commerciaux peuvent transmettre les commandes des clients au département d'exploitation. Les commandes sont ensuite préparées tout en optimisant la capacité de la palette.

Le département de logistique doit gérer l'heure, le délai et le coût de livraisons des colis. Le Groupe ProNatura a établi des alliances avec des sociétés de transport qui vont livrer la marchandise partout en Europe dans les meilleures conditions et les plus brefs délais.

Un des plus importants avantages concurrentiels du groupe est le « mûrissage de bananes ». Il s'agit d'une activité que ProNatura a créée au sein même de l'entrepôt de Cavaillon. La mûrisserie de ProNatura est la seule en France exclusivement dédiée à la banane biologique.

Les fournisseurs de bananes envoient leurs bananes très vertes, dans un container dont la température est contrôlée à 13C°. Une fois les produits arrivés à l'entrepôt de Cavaillon les agréeurs contrôlent leur qualité et ensuite, ils placent la marchandise dans une chambre pour un cycle de mûrissage qui va durer six jours.

Les chambres gèrent la circulation d'air et la transpiration des fruits. A leur sortie des chambres, les bananes sont triées en fonction de leur couleur.



Figure 4: L'échelle colorimétrique. Source: www.bananeguadeloupemartinique.com

Les clients peuvent demander le stade de maturité qui répond le mieux à leurs besoins.

ProNatura intègre son savoir-faire dans la logistique afin de prévoir et de répondre aux besoins de ses clients.

5. *Les clients*

Les clients de ProNatura se situent principalement en Allemagne, en Belgique, en Espagne, en Grande-Bretagne, en Suisse et dans les pays scandinaves.

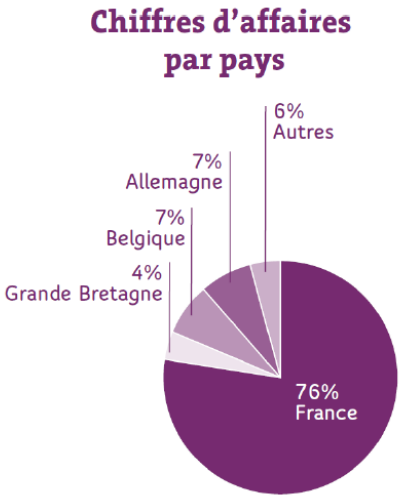


Figure 5: Les chiffres d'affaires par pays. Source: Livret d'accueil. ProNatura Provence

La plupart de clients sont des distributeurs spécialisés, viennent ensuite la grande distribution, les grossistes et la RHD (Restauration Hors Domicile).

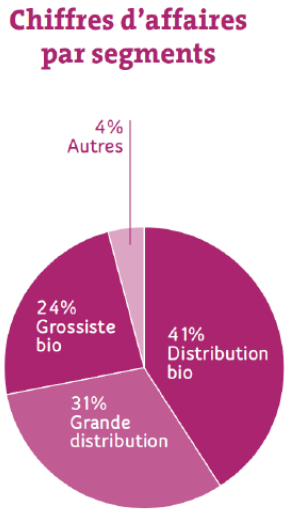


Figure 6: Les chiffres d'affaires par segments. Source: Livret d'accueil. ProNatura Provence

ProNatura a développé un service centré sur :

- La capacité d'approvisionner toute l'année
- La maîtrise de la production agricole biologique
- La connaissance de l'industrie et du marché des fruits et légumes
- Le savoir-faire en matière de certification biologique
- Les activités d'emballage

Pour répondre aux attentes du marché, ProNatura, en collaboration avec les agriculteurs partenaires, a développé une gamme de produits biologiques variée et adaptée aux demandes des consommateurs.

6. La production

Le Groupe ProNatura s'approvisionne dans le monde entier; en France, dans les principaux bassins de production que sont la Provence, la Bretagne et le Sud-ouest et dans d'autres pays européens: l'Espagne, l'Italie et les Pays Bas.

On trouve également des produits provenant de la Nouvelle Zélande, des Etats Unis, du Mexique, de l'Argentine, de la République Dominicaine, de l'Equateur, de la Cote d'Ivoire, du Ghana, de Madagascar, de Burkina-Faso, du Cameroun, du Togo, du Maroc, de la Tunisie et du Sénégal.

L'agriculture biologique est une activité de long terme ; tout développement réel passe par des engagements sur trois ans au minimum. De ce fait, ProNatura a établi des partenariats avec la plupart de ses producteurs. La culture de certains produits est faite par des filières qui ont été créées en :

- France: fruits et légumes de Provence et de Bretagne
- Espagne : fruits et légumes
- Italie : agrumes de Sicile et Calabre
- Maroc: agrumes de Marrakech
- Togo : ananas
- Burkina-Faso : mangues
- Pérou : bananes

ProNatura a mis en place une assistance technique et agronomique pour accompagner ses partenaires producteurs dans le processus de certification BIO et dans le choix des variétés adaptées aux conditions du terroir et aux attentes des consommateurs. De son coté, les agriculteurs concentrent leurs efforts à produire les différentes variétés de fruits et légumes, tout en respectant le cahier des charges de ProNatura.

Une trentaine d'agriculteurs bio de Provence se sont regroupés autour de ProNatura dans le but de développer une agriculture biologique durable. L'association Mediterrabio a ainsi été créée afin de construire une filière de fruits et légumes biologiques dans le Sud-est de la France.

Mediterrabio s'est engagée à accompagner les projets de conversion, à adopter de bonnes pratiques culturales respectueuses de l'environnement et à transmettre le savoir-faire aux producteurs associés afin qu'ils puissent cultiver leurs produits dans les meilleures conditions possibles.

Les agriculteurs associés de Mediterrabio fournissent 3000 tonnes de produits par an, soit plus de 50% des approvisionnements locaux du site de Cavaillon et 10% de l'approvisionnement total. Cette association met en place une planification pour répondre à la demande des consommateurs tout en considérant les besoins agronomiques liés à la rotation des cultures[1] (Voir Annexe 2).

ProNatura bénéficie d'un approvisionnement durable et constant de produits biologiques grâce aux filières établies avec une grande partie de ses producteurs et à la création de l'association Mediterrabio.

ProNatura s'est engagée dans la démarche du commerce équitable pour des produits exotiques comme la banane, l'ananas et la mangue.

Le Groupe ProNatura travaille avec la coopérative péruvienne CEPIBO (Centrale Piuranaise des associations de petits producteurs de bananes biologiques) pour développer la filière de la banane biologique et commerce équitable. La CEPIBO, créée en Août 2003, compte plus de 1000 agriculteurs lesquels produisent, conditionnent et exportent des bananes biologiques

ProNatura s'est engagée à aider CEPIBO dans sa démarche à l'international à travers la mise en place:

- De stations de conditionnement mobiles
- De l'approvisionnement des cartons, cornières, etc.

[1] Aurélie Thépaut , Mediterrabio dynamise la filière fruits et légumes de Provence, Provence-Alpes-Côte-D'azur, 2012, « Biofil », p. 10.

- De processus d'exportation, notamment avec les formalités douanières
- De plannings de production
- De la traçabilité

Parmi les autres fournisseurs de bananes on trouve la République Dominicaine, la Cote d'Ivoire et l'Equateur. La plupart de bananes achetées aux fournisseurs de ces pays sont issues du commerce équitable. Leur production est achetée directement par ProNatura ou par l'intermédiaire d'importateurs en Europe.

Concernant l'ananas, il est acheté directement par ProNatura West Africa aux agriculteurs du Togo. Plus de 350 agriculteurs sont soutenus par ProNatura afin de transformer une agriculture vivrière dont la production était vendue à des prix bas sur le marché local, en une activité d'exportation beaucoup plus rentable. ProNatura West Africa finance les certifications biologiques et celles du commerce équitable.

Ce partenariat permet aux agriculteurs d'avoir accès à des revenus supérieurs et de maintenir leur bien être et celui de leur communauté comme en témoigne un des agriculteurs : *« L'ananas biologique que nous faisons avec ProNatura, cela nous rapporte beaucoup de choses : nos enfants sont tous à l'école, les écoles sont pleines d'élèves maintenant…* » (Vidéo publiée par ProNatura sur leur site web : www.pronatura.com)

Concernant les mangues de Burkina-Faso, ProNatura travaille en collaboration avec Burkinature, société d'exportation de produits issus de l'agriculture biologique. Burkinature, située en Burkina-Fasso, associe une trentaine de groupements d'agriculteurs pour mettre en place une production respectueuse de l'homme et de l'environnement. ProNatura a établi des relations basées sur le commerce équitable avec les agriculteurs tout en préservant la certification biologique des mangues.

Aujourd'hui, le Groupe ProNatura s'approvisionne dans le monde entier. On compte plus de 1000 agriculteurs qui cultivent leurs produits en accord avec les politiques de qualité biologique de la société.

7. La politique qualité

Tous les produits commercialisés par le Groupe ProNatura présentent les garanties attachées à l'agriculture biologique. La labellisation des produits biologiques est accordée par un organisme certificateur indépendant agréé par les pouvoirs publics. Les labels apposés sur les produits de ProNatura sont les suivants:

ProNatura assure également la traçabilité des produits grâce à une gestion informatisée qui permet d'identifier les produits tout au long de la chaîne entre le producteur et le consommateur.

Tous les sites du groupe sont certifiés par l'organisme de contrôle et de certification « Ecocert ». Cette certification vérifie et atteste que la société respecte bien le règlement européen en agriculture biologique.

Les produits issus du commerce équitable, comme les bananes du Pérou, les mangues de Burkina-Faso et les ananas du Togo présentent à la fois le label biologique et le label Fair Trade certifié par FLO-CERT :

Le Groupe ProNatura contribue à donner une solution durable aux agriculteurs, en commercialisant leurs produits tout en respectant les principes du commerce équitable et de l'agriculture biologique.

L'empreinte carbone, déjà contrôlée dans le transport, est aussi calculée pour l'emballage des produits. Chez ProNatura, les produits distribués dans la grande distribution sont emballés de façon à garantir aux clients la conservation de toutes leurs qualités biologiques ainsi que pour les distinguer des produits conventionnels.

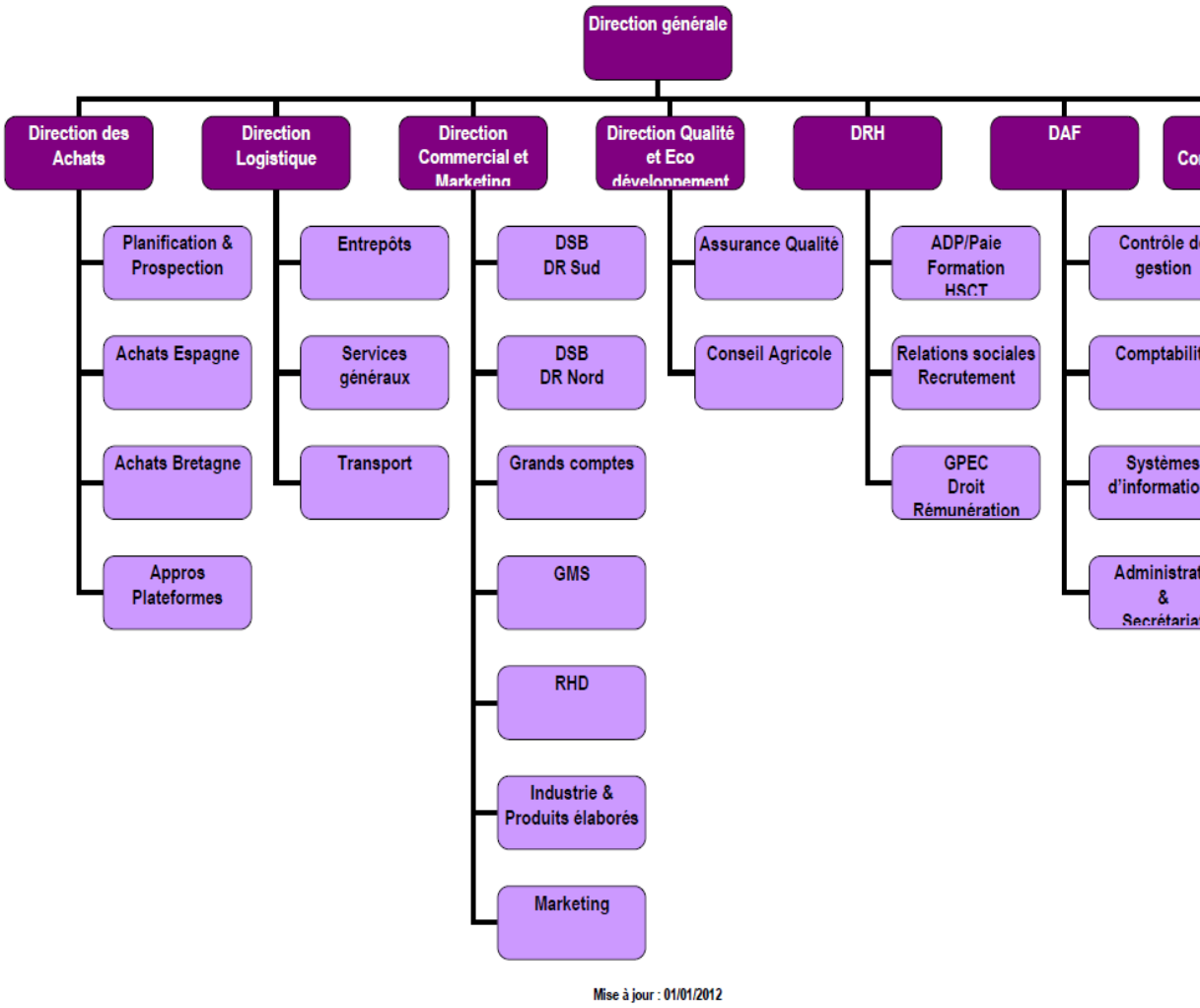
Les partenaires commerciaux et les fournisseurs travaillent en collaboration avec le groupe ProNatura afin de trouver les emballages les plus durables et qui aient le moins d'impact écologique et économique. De plus, l'emballage des produits destinés aux grossistes et à l'industrie est fait avec des matériaux dont l'impact sur l'environnement est réduit au minimum.



Figure 7: Les produits emballés ProNatura. Source: www.pronatura.com

L'empreinte carbone est devenue un paramètre concurrentiel pour l'ensemble des industries alimentaires.

8. *La structure de l'organisation du groupe*



II. L'ACTIVITE COMMERCIALE

J'ai effectué mon stage au sein du département commercial du Groupe ProNatura à Perpignan.

Le département commercial est dirigé par le responsable export qui participe à l'élaboration et à l'application de la politique commerciale. Le responsable export assure la liaison entre la direction générale et les commerciaux ; sont rôle est de :

- Mettre en œuvre les moyens nécessaires à la réalisation des objectifs commerciaux
- Veiller à la satisfaction et à la fidélité des clients
- Gérer le chiffre d'affaires
- Animer et motiver l'équipe de vente
- Suivre l'administration des ventes
- Contrôler les résultats par rapport aux objectifs commerciaux établis
- Transmettre les comptes-rendus au PDG de la société

ProNatura Méditerranée est spécialisée dans les exportations, notamment en Espagne, en Grande-Bretagne, en Belgique, en Suisse, en Allemagne et dans les pays scandinaves. A ce jour les plus gros clients à l'export sont l'Allemagne et la Belgique.

1. Les activités du service commercial du site de Perpignan

Le service commercial de ProNatura Méditerranée est composé de trois commerciaux et d'un responsable export. Les activités quotidiennes se déroulent dans un bureau sans cloisons, communément appelé "Open space". Cette disposition facilite le travail en équipe et les échanges entre commerciaux.

a) Les missions des commerciaux

Le département commercial du site de Perpignan a comme mission la fidélisation de ses clients actuels et le développement des parts de marchés à l'étranger.

Les commerciaux doivent bien connaître le marché de fruits et légumes ainsi que les attentes des clients. Ils doivent suivre les directives établies par la direction commerciale et concentrer leurs efforts afin d'atteindre les objectifs de la société.

b) Le fonctionnement

Le fonctionnement du département commercial chez ProNatura Méditerranée est basé sur la politique commerciale établie par le groupe. ProNatura a défini sa politique commerciale par ses choix concernant:

- Les caractéristiques des produits : l'identification, le conditionnement, l'étiquetage, la qualité, les services annexes.

- La fixation du prix tout en considérant le marché, le client, le coût du produit et les objectifs du groupe.
- Le réseau de distribution : le canal court (ProNatura → Détaillant → Consommateur) ou le canal long (ProNatura → Grossiste → Détaillant → Consommateur).
- La publicité à réaliser : les moyens de communication, la forme de publicité et le budget consacré.
- Le service après-vente : le maintien de contact avec le client, le suivi de la satisfaction du client et la gestion des réclamations.

La fonction commerciale intervient:

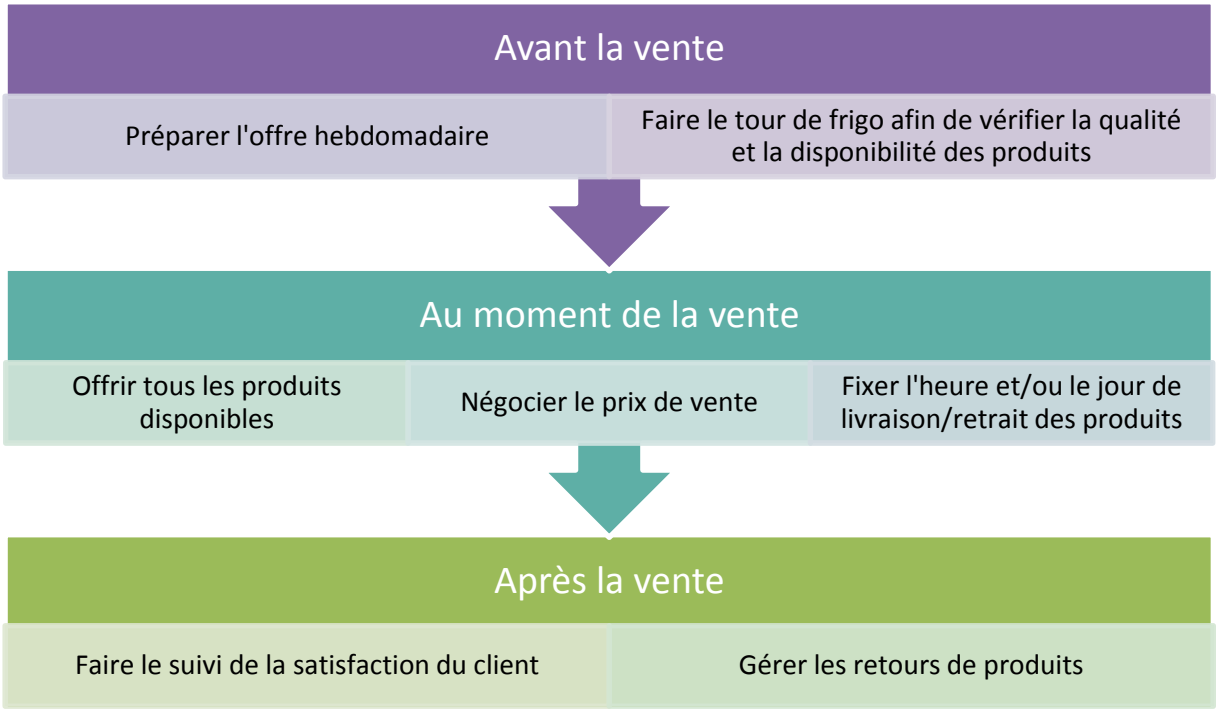


Figure 8: Le fonctionnement du département commercial. Source: création de l'auteur

Les commerciaux préparent une offre commerciale hebdomadaire en collaboration avec le service achat. Les acheteurs communiquent les prix d'achat, la variété, la provenance des produits et le colisage aux commerciaux pour qu'ils puissent bien élaborer l'offre commerciale.

Les prix et la disponibilité des produits peuvent varier d'une semaine à l'autre. Tous les vendredis l'offre est préparée et envoyée par e-mail aux clients.

Afin de vérifier la qualité et la disponibilité des produits, tous les matins les commerciaux font le tour de frigo avec le responsable d'exploitation ou l'agréeur.

Le tour permet de savoir:

1. Quels produits sont en bon état
2. Quels produits doivent sortir rapidement
3. Quels produits ne sont plus en bon état

Le commerce commence tôt le matin, parfois même avant d'avoir fait le tour du frigo. Les clients passent leurs commandes par téléphone, par e-mail ou ils viennent directement à l'entreprise.

Les commerciaux offrent tous les produits disponibles et négocient leurs prix en se basant sur l'offre commerciale envoyée. Habituellement, les clients ont déjà décidé s'ils préfèrent retirer la marchandise eux mêmes ou la faire livrer par un transporteur. Les commerciaux s'accordent avec les clients sur l'heure et/ou le jour de livraison ou de retrait des produits.

Une fois la commande retirée ou livrée, les commerciaux contactent les clients par téléphone ou par e-mail afin de vérifier s'ils sont pleinement satisfaits. Le client peut effectuer une réclamation, demander un avoir ou renvoyer la marchandise. Les commerciaux doivent gérer les réclamations et travailler en collaboration avec le service comptable pour les répertorier. Dans le cas où il y a un retour des produits en bon état, le responsable d'exploitation doit recevoir la marchandise et la réintégrer dans l'inventaire.

Ces procédures seront systématiquement respectées pour chaque commande.

Les commerciaux peuvent également effectuer des déplacements à l'étranger afin de négocier et décrocher de nouveaux contrats. Ils peuvent aussi être amenés à représenter leur entreprise sur des salons internationaux.

Le fonctionnement du département commercial vise à donner le meilleur service possible aux clients tout en respectant la politique de qualité et l'engagement auprès des agriculteurs.

2. Le commerce équitable, le BIO et le département commercial

ProNatura offre trois produits issus du commerce équitable:

- L'ananas du Togo
- La banane de Pérou, République Dominicaine, Equateur et Afrique

- La mangue de Burkina-Faso

Les plus gros clients des produits labélisés FairTrade (FLO-CERT) se situent en Suisse et en Allemagne.

Les produits issus du commerce équitable sont plus chers car le prix minimum que les sociétés doivent payer aux agriculteurs est plus élevé comparativement à celui des produits issus du commerce conventionnel.

De plus, ProNatura verse une prime de développement qui est destinée à l'amélioration du bien être des agriculteurs et de leurs communautés. L'argent des primes est en général investi dans l'amélioration des systèmes de production et dans l'éducation et la santé.

ProNatura verse une somme à l'organisme certificateur afin d'avoir le droit d'apposer le label FairTrade sur ses emballages.

Du fait du pouvoir d'achat élevé en Suisse et en Allemagne, les consommateurs ont accès à des revenus plus importants leur permettant d'acheter plus facilement des produits labélisés FairTrade.

Les produits issus du commerce équitable que commercialise ProNatura ne sont pas nombreux par rapport au nombre des produits biologiques non labélises par FLOCERT.

Toutefois, ProNatura considère que « le bio est équitable par nature » car la société cherche une plus grande proximité avec ses agriculteurs grâce aux implantations ou aux accords commerciaux qui reposent sur :

La rémunération équitable pour l'agriculteur	La viabilité économique des projets
Le prix équitable pour le consommateur	L'engagement sur le long terme

Le développement commercial de ProNatura se fait dans le respect des valeurs propres à l'agriculture biologique.

III. ANALYSE DE MA MISSION

Dans sa vocation première, le poste « Commercial junior export » a pour objectif :

- La vente de produits ou de services.
- Le traitement commercial et administratif des commandes des clients dans un objectif de qualité.

- La communication à la clientèle des informations sur les produits ou services de la société.
- La prospection auprès de nouveaux clients.

J'ai occupé le poste « Commercial junior export » créé chez ProNatura afin d'initier une nouvelle étape de prospection et d'analyse de nouveaux marchés. Mes missions ont été reparties tout au long des 5 mois et demi de la période de stage de la façon suivante :

Mois	Mission
15 Mai – 23 Mai 2012	Une journée dans chaque service de la société.
24 Mai – 31 Mai 2012	Recherche d'informations sur les associations d'agriculture biologique dans la région de Catalogne.
1 Juin – 30 Juin 2012	Recherche d'informations sur les sociétés et prospection dans les pays scandinaves.
1 Juillet – 31 Juillet 2012	Recherche d'informations des sociétés et prospection dans les pays d'Europe de l'Est, la Russie, le Canada et Dubaï Recherche d'informations concernant les « paniers biologiques » en Allemagne.
1 Aout – 31 Aout 2012	Phase pratique : traitement commercial et administratif de commandes des clients espagnols.
1 Septembre – 30 Septembre 2012	Création des fiches de prospects et réalisation des rapports de marché des pays prospectés.

Dès les premiers jours, j'ai été accueillie dans différents services de la société : le commercial, les achats, la logistique, la comptabilité, l'agréage et la gestion d'entrepôt.

Après avoir passé une journée dans chacun de ces services, j'ai identifié les principales qualités et compétences que les salariés doivent posséder afin d'être efficaces dans leur travail.

J'ai réfléchi au rôle positif qu'ils ont sur la société.

Service	Les qualités et compétences des salariés	Impact positif
Commercial	Avoir le goût du relationnel et savoir négocier. Maitriser un minimum de deux langues. Posséder la connaissance du marché des fruits et légumes frais.	Des relations durables avec les clients. Des clients rassurés et bien informés par rapport aux produits achetés. Des interactions entre collaborateurs basées sur le respect.
Achats	Avoir l'esprit d'initiative et savoir anticiper les besoins des clients. Maitriser un minimum de deux langues. Se tenir informé de l'évolution du marché de fruits et légumes.	Un commerce plus fluide grâce à la réactivité des acheteurs. Des relations durables avec les fournisseurs. Des vendeurs rassurés par rapport aux produits proposés aux clients.
Transport et logistique	Avoir des capacités d'organisation. Avoir le goût des contacts. Etre pragmatique et réactif.	L'optimisation des étapes du transport et des flux d'informations. La réduction des coûts de la chaîne logistique.
Comptabilité	Avoir des capacités d'analyse et d'organisation. Etre rigoureux et avoir le sens de la précision.	L'analyse exacte des chiffres de la société. Des informations nécessaires pour anticiper et décider.
Agréage	Faire preuve de précision et d'attention aux détails. Avoir de l'expérience dans l'industrie des fruits et légumes.	La marchandise est conforme aux exigences qualitatives et quantitatives.
Gestion d'entrepôt	Avoir un haut sens de l'organisation. Etre dynamique et réactif.	Des commandes préparées en respectant les délais et les procédures de qualité.

J'ai constaté qu'il y aurait, comme dans toutes les entreprises des choses à améliorer. Ces changements pourraient stimuler le développement du chiffre d'affaires de l'entreprise. Je décrirai mon ressenti en ce qui concerne le département commercial dans la section « Les contraintes et les atouts de l'entreprise».

La phase de découverte de l'entreprise m'a permis de me familiariser avec tous les processus de la société et ensuite d'identifier les rôles et les tâches des salariés.

a. Première partie de ma mission : la prise de contact avec les prospects

1. Recherche d'informations

J'ai commencé la phase de recherche d'informations à l'aide d'ouvrages professionnels et d'outils informatiques fournis par la société.

L'objectif de la recherche d'informations était de trouver environ 30 entreprises par pays qui pourraient devenir tout d'abord des prospects et par la suite des clients. Les pays concernés étaient le Danemark, la Suède, la Finlande, la Norvège, l'Italie, l'Espagne, la République Tchèque, la Hongrie, la Pologne, la Bulgarie, le Canada, la Russie et Dubaï.

J'ai obtenu la liste des prospects:

- Sur le web à l'aide d'un moteur de recherche.
- Dans des annuaires spécialisés en fruits et légumes déjà acquis par ProNatura.
- Dans des annuaires informatiques spécialisés en fruits et légumes biologiques.
- Dans des ouvrages professionnels.
- Dans des listes d'exposants de salons agroalimentaires.

Il est nécessaire d'être rigoureux au moment de sélectionner les prospects. En effet, il est facile de trouver les cordonnées de plusieurs entreprises mais il faut ensuite effectuer un véritable travail d'analyse pour sélectionner celles qui pourraient devenir des prospects.

J'ai travaillé sur un ficher Microsoft Excel afin de mieux organiser la liste d'entreprises intéressantes et leurs coordonnées (Voir Annexe 3).

2. La prospection commerciale

Avant de présenter plus en détail cette deuxième phase, je voudrais commencer par définir la prospection commerciale comme la technique de recherche et d'identification de nouveaux clients potentiels.

Avant toute chose il est important de se poser les questions suivantes :

- Où se situent les prospects ?
- Qu'elle est la quantité de prospects par pays ?
- Qu'elle est la taille des sociétés ?
- Quelles sont les directrices à respecter pour que la société soit valable en tant que prospect ?

Un des outils principaux de la prospection commerciale est la liste de sociétés à contacter; liste que j'ai précédemment établie lors du processus de recherche d'informations. La création de cette liste m'a permis de prioriser les appels et de prévoir les relances.

Donc une fois ma liste créée, j'ai démarré la phase de la prospection téléphonique. Le contact téléphonique avait pour objectif de vérifier l'exactitude :

- Des noms des personnes concernées (acheteurs, responsable des importations, responsable d'approvisionnement, etc.).
- Des e-mails, numéros de téléphone directs et numéros de fax.
- De la gamme des produits biologiques avec laquelle l'entreprise travaille.
- Du niveau d'activité au niveau international (importations-exportations).
- De l'INCOTERM utilisé.
- De l'intérêt de recevoir l'offre hebdomadaire de ProNatura.

Lors de cette prospection téléphonique j'ai demandé à mes interlocuteurs s'ils étaient intéressés par le fait de recevoir l'offre hebdomadaire de ProNatura.

Ce processus a duré plusieurs semaines car j'ai du reprogrammer des appels aux sociétés dont les acheteurs avaient pris leurs congés d'été.

J'ai dans un premier temps réalisé un guide d'entretien téléphonique en anglais, espagnol et français. Pour le rédiger, j'ai fait la simulation d'une conversation avec des questions types et j'ai noté le plus d'informations possibles sur l'entreprise et les produits qu'elle propose afin d'avoir les réponses aussi précises que possible. Cette simulation m'a permis de me préparer à l'avance aux éventuelles questions que les clients pourraient me poser pendant l'entretien

téléphonique. Le but de ce guide était double : faciliter la conversation avec mon l'interlocuteur et me permettre d'avoir à l'avance toutes les informations disponibles au moment d'appeler les sociétés (Voir Annexe 4).

Le marché de produits biologiques est en plein essor dans tous les pays où j'ai réalisé la prospection téléphonique. J'ai contacté des entreprises qui étaient très intéressées par les produits de ProNatura et qui désiraient recevoir par e-mail l'offre hebdomadaire de produits. Mais certaines entreprises notamment dans les pays scandinaves, m'ont dit clairement préférer travailler avec des produits régionaux et soutenir la production des agriculteurs locaux, j'ai donc essuyé des refus.

Ce travail m'a permis d'établir un contact direct avec les entreprises étrangères et d'instaurer un bon relationnel avec les interlocuteurs. Donner une impression positive de la société lors du premier contact téléphonique permet d'avoir plus de possibilités de conclure une négociation. J'ai du utiliser l'anglais pour passer la plupart de mes appels, plus rarement l'espagnol ou le français.

3. La création de fiches de prospects

Afin d'avoir un registre de toutes les actions menées pendant la durée de mon stage, j'ai créé des fiches de prospects. Ces fiches contiennent toutes les informations concernant les prospects et elles vont faciliter le développement de nouveaux projets (Voir Annexe 5).

Après avoir fait une sélection des prospects pertinents, le résultat final est :

Pays	Nombre de prospects
Danemark	10
Suède	10
Finlande	15
Norvège	10
Italie	15
Espagne	30
République Tchèque	10
Hongrie	13
Bulgarie	13
Canada	15
Russie	15
Pologne	10
Dubaï	15

Tous les prospects sont dans l'attente de recevoir l'offre hebdomadaire du Groupe ProNatura.

4. Le rapport de marché

En parallèle de mon travail de prospection commerciale, j'ai réalisé un rapport de marché des pays concernés.

L'objectif était de comprendre et d'analyser le fonctionnement réel des marchés cibles.

Le rapport inclut les éléments suivants :

- La description générale du marché cible
- Les tendances
- Les concurrents du groupe ProNatura
- Les acteurs biologiques dans chaque pays :
    - Les détaillants
    - Les grossistes et distributeurs
    - Les importateurs
    - Les transformateurs de produits alimentaires
    - La restauration hors domicile (RHD)
- Les opportunités
- La conclusion

Les informations ont été recueillies sur le web à l'aide d'un moteur de recherche et dans des ouvrages spécialisés en produits biologiques.

Le rapport de marché a permis à ProNatura de mieux connaître les tendances et les acteurs des différents marchés ainsi que de déterminer la stratégie à instaurer pour atteindre ses objectifs.

Ce rapport de marché m'a permis de comprendre le fonctionnement du marché biologique dans différents pays du monde.

b. Deuxième partie de ma mission : Les « paniers BIO» en Allemagne et leurs acteurs

Ma deuxième mission a été la recherche d'informations concernant les paniers BIO en Allemagne.



Qu'est-ce qu'un panier bio ?

Il s'agit d'un panier constitué de fruits et légumes de saison issus de l'agriculture biologique. Le panier peut être acheté dans des magasins spécialisés, sur des marchés ou bien sur internet. Actuellement plusieurs coopératives d'agriculteurs biologiques à vocation d'insertion sociale et professionnelle se sont développés et vendent également leurs produits sous forme de paniers hebdomadaires.

La composition des paniers dépend de la saison et de la production. Un panier de légumes d'été peut contenir des tomates, des courgettes, des aubergines, des poivrons, des salades, etc.

Le marché de paniers bio en Allemagne connait un vrai succès. Les consommateurs sont bien informés grâce aux campagnes de sensibilisation portant sur la consommation responsable.

Tous ces éléments rendent le marché allemand très attractif pour des entreprises étrangères qui veulent se positionner à l'international.

L'offre de produits que ProNatura veut proposer au marché allemand correspond tout à fait à la composition des paniers bio actuellement commercialisés en Allemagne.

Ma mission consistait à effectuer une recherche d'informations sur le web à l'aide d'un moteur de recherche afin de trouver les noms et les coordonnées des structures allemandes commercialisant des paniers biologiques.

J'ai travaillé sur un ficher Microsoft Excel afin de mieux organiser la liste d'entreprises concernées et leurs coordonnées. Le résultat a correspondu à mes attentes par rapport au

marché de paniers bio en Allemagne. J'ai trouvé 30 structures, réparties sur tout le territoire allemand, susceptibles de devenir des prospects et ensuite des clients.

La prospection commerciale se fera plus tard et c'est la liste de prospects que j'ai créée qui permettra alors d'avoir toutes les informations à sa réalisation.

Cette mission m'a permis de mieux connaître le marché de produits biologiques en Allemagne, principalement celui des paniers de fruits et légumes. J'ai du surmonter une difficulté : la recherche d'informations en allemand qui est une langue que je ne maîtrise pas. Cela m'a permis d'être plus créative dans ma méthodologie de recherches, mais j'ai du passer beaucoup plus de temps que prévu dans cette partie de ma mission. Au final j'ai dépassé grâce aux outils informatiques et aux dictionnaires le problème de ma méconnaissance totale de l'allemand et j'ai réussi à créer une liste d'entreprises intéressantes à contacter.

c. Troisième partie de ma mission : La phase pratique

Habituellement dans l'entreprise lorsqu'un vendeur s'absente, les clients à la personne dont il a à la charge sont répartis entre les autres vendeurs. On m'a donné l'opportunité de m'occuper pendant deux semaines des clients espagnols d'un vendeur parti en congés.

Les fonctions du service commercial, déjà décrites dans la section « *L'activité commerciale* », m'avaient déjà été expliquées par mes collègues. Cependant, le fonctionnement de certains clients espagnols est différent par rapport à celui de clients d'autres pays européens.

En effet du fait de la proximité de ProNatura Méditerranée avec la frontière franco-espagnole, la plupart des clients espagnols habitant la Catalogne viennent en personne récupérer la marchandise commandée. De ce fait en plus des contacts téléphoniques, j'ai rencontré certains des clients dont je m'occupais.

Pendant ces deux semaines les tâches quotidiennes que j'ai réalisées étaient :

- Réceptionner les appels des clients et répondre à leurs demandes en me basant sur les informations du logiciel.
- Saisir les commandes des clients.
- Donner une assistance et des conseils aux clients concernant les arrivages des produits, la qualité et la quantité disponible.
- Faire les modifications aux commandes demandées par les clients.
- Envoyer la confirmation de la commande aux préparateurs dans l'entrepôt.

- Accueillir les clients qui venaient récupérer leurs commandes.
- Coordonner le transport de la marchandise pour les clients qui ne pouvaient pas venir la récupérer. Cette tâche a été faite en collaboration avec le service logistique.
- Faire le suivi de la satisfaction des clients.
- Gérer les réclamations et faire des avoirs au cas où ils étaient sollicités.
- Contacter les clients qui n'avaient pas encore passé de commande.

J'ai mis toute mon énergie et ma détermination à devenir autonome le plus rapidement possible sur le poste. Je me suis totalement investie afin de donner le meilleur service aux clients et à obtenir leur totale satisfaction.

J'ai eu l'opportunité d'être davantage dans l'opérationnel et de mieux comprendre les enjeux de ce poste et son rôle au sein de l'organisation. Mes expériences professionnelles passées ainsi que mes connaissances acquises lors de ma formation m'ont aidée dans mes relations avec les clients et dans l'organisation de mon travail.

d. Le service commercial: les contraintes et les solutions

Le marché de produits biologiques en France a présenté une hausse du taux de croissance de 10 à 25% entre l'année 2006 et 2010. « Selon les prédictions économiques, la croissance du marché alimentaire bio en France va ralentir, pour arriver à 5 % en 2015, avec un chiffre d'affaires de 4,5 milliards d'euros. Ceci est du à la dégradation de la conjoncture économique[2]. »

Malgré le ralentissement économique, le marché des produits biologiques au niveau international est en pleine croissance.

Le groupe ProNatura, conscient du développement du marché biologique dans le monde, s'est employé à développer sa part de marché à l'international. La société veut exploiter son potentiel de développement, non seulement en Europe mais aussi en Russie, au Canada et à Dubaï.

[2] Le Monde. (2012). L'insolente santé de l'alimentation bio rattrapée par la crise. Consulté le 3 Septembre 2012 à http://www.lemonde.fr/planete/article/2012/02/06/l-insolente-sante-de-l-alimentation-bio-rattrapee-par-la-crise_1639516_3244.html.

J'ai effectué la presque totalité de mon stage dans le service commercial, je vais donc décrire mon ressenti par rapport aux contraintes et aux solutions dans ce service.

- La prospection est une technique indispensable pour toute entreprise voulant trouver de nouveaux clients et développer son chiffre d'affaire.

  ProNatura Méditerranée possède la capacité de production et la volonté commerciale de satisfaire les besoins d'un plus grand nombre de clients. Toutefois, les tâches quotidiennes réalisées par les vendeurs exigent beaucoup de temps et les empêchent de faire de la prospection.

  La société a décidé d'intensifier ses efforts vers la conquête de nouveaux clients étrangers en intégrant à ses équipes un stagiaire qui pouvait se consacrer à faire de la prospection commerciale. Mon rôle a été de contacter des entreprises étrangères et de leur proposer des produits dont je mettais constamment en avant les qualités.

  Il faudrait créer un nouveau poste de vendeur chez ProNatura Méditerranée pour pouvoir satisfaire les demandes des entreprises répondant positivement à mes prospections. Ce vendeur pourrait fidéliser les nouveaux clients et le chiffre d'affaires de l'entreprise s'en verrait augmenté.

  ProNatura devrait également continuer à faire de la prospection commerciale dans l'avenir afin d'assurer la conquête de nouveaux clients et le développement du chiffre d'affaires.

- Les livraisons aux clients actuels sont déjà bien organisées. Les frais du transport peuvent être assumés soit par ProNatura soit par le client ; tout dépend du terme de négociation INCOTERM.

  Grâce à la phase pratique de mon stage, j'ai remarqué que la livraison de la marchandise aux quelques clients étrangers situés aux alentours des grands marchés de fruits et légumes n'était pas une chose aisée. On trouve facilement des transporteurs qui livrent les palettes depuis ProNatura vers des grands marchés mais qui n'acceptent pas de livrer les clients situés en dehors des MIN. C'est le cas des clients de Barcelone qui ne se trouvent pas à l'intérieur du marché Mercabarna.

  La poursuite de la négociation avec les prospects espagnols a été ralentie par cette contrainte. J'ai contacté de nouveaux transporteurs espagnols et je me suis renseignée auprès des prospects afin d'établir la meilleure façon de faire livrer directement la marchandise.

  Finalement, j'ai trouvé deux transporteurs qui prendraient en charge au Mercabarna les palettes provenant de chez ProNatura et les livreraient aux clients se trouvant en dehors du MIN. Ils m'ont envoyé par e-mail leurs tarifs et les délais de livraison; je les

ai transmis au service logistique afin que celui-ci puisse faire l'analyse des coûts de transport.

Ce problème a donc été réglé, mais le transport reste un élément difficile à bien maîtriser quand il s'agit de livraisons à l'international.

ProNatura commercialise des fruits et des légumes frais qui sont des produits périssables et qui nécessitent d'être conservés à une température de 10C° afin d'assurer le maintien de leur qualité. Les transporteurs doivent donc garantir une livraison rapide et dans les conditions thermiques adéquates.

Il est également important d'être vigilant sur les termes employés dans les négociations avec les clients. Il faut établir l'INCOTERM afin de définir très précisément les responsabilités et les obligations du vendeur et de l'acheteur concernant le chargement, le transport, la livraison et l'assurance. La définition de l'INCOTERM permettra également de faire une évaluation des frais qui peuvent découler de problèmes survenant lors du transport et prévoir comment se fera la répartition de ces frais.

- ProNatura impose à tous ses clients les délais et le mode de paiement. Les délais de paiements sont définis dans la facture; ils peuvent être limités à 7 jours, 1 mois, etc.

  ProNatura définit un délai de paiement pour chaque client. Ce délai est établi en se basant sur les informations données par la Compagnie Française d'Assurance pour le Commerce Extérieur (COFACE).

  La COFACE est une agence spécialisée dans l'assurance-crédit à l'exportation qui accompagne les entreprises dans leur développement à l'étranger et sur leur propre territoire. La COFACE commercialise des solutions d'assurance-crédit qui visent à protéger les entreprises contre le risque de défaillance financière de leurs acheteurs. Cette agence aide les entreprises à évaluer et prévenir les risques afin qu'elles puissent être très réactives[3].

  L'analyse faite par la COFACE permet d'établir les délais du crédit pour chaque client. Avant de démarrer une relation commerciale avec un client, ProNatura consulte la COFACE afin de définir si le client est solvable ou pas.

  L'Espagne traverse une crise économique qui a affecté la solvabilité des entreprises de ce pays. La COFACE a augmenté le risque de crédit des entreprises espagnoles. De ce fait les délais de crédit ont été réduits pour quelques clients espagnols. Certaines

[3] COFACE. (2012). Qui sommes nous. Consulté le 5 Septembre 2012 à http://www.coface.fr/CofacePortal/FR_fr_FR/pages/home/Qui_sommes_nous.

entreprises ne bénéficient pas du tout de crédit; elles doivent effectuer le règlement comptant au moment de retirer la marchandise.

Certains entreprises déjà clients chez ProNatura se sont vu supprimer le délai de crédit dont elles bénéficiaient auparavant. La crise économique est une situation externe qui ne peut pas être contrôlée par ProNatura. Cependant, les commerciaux conseillent au mieux leurs clients. Ils les aident à mieux vendre leurs produits, accélérer leurs ventes et développer leurs chiffres d'affaires. L'avis négatif de la COFACE pour l'accord du délai de crédit à certaines entreprises est devenu une contrainte de la prospection.

Les entreprises que j'ai prospectées n'ont pas encore passé de première commande. A ce jour la crise est toujours présente et cela pourrait ralentir le démarrage des relations commerciales avec de nouveaux clients espagnols.

e. Mon apport à l'entreprise

Mon apport à l'entreprise peut se présenter dans deux perspectives:

Au niveau professionnel	○ J'ai apporté un dossier avec des fiches de prospects à contacter. ○ J'ai apporté un rapport de marché sur les pays où ProNatura veut étendre ses activités. ○ J'ai apporté une liste d'entreprises qui commercialisent des paniers biologiques en Allemagne.
Au niveau personnel	○ J'ai donné une impression positive de la société lors des contacts téléphoniques avec les prospects. ○ Je me suis investie à fin de donner le meilleur service aux clients. ○ J'ai fait de mon mieux dans toutes les tâches qui m'ont été assignées.

Les bonnes relations que j'ai entretenues avec mes collègues m'ont permis d'effectuer mon stage dans une ambiance sympathique et détendue.

CONCLUSION

Tout d'abord je veux préciser que la réalisation de mon stage au sein du département commercial du groupe ProNatura a correspondu à mes attentes au niveau professionnel.

Mon expérience professionnelle en tant que commerciale export en Colombie m'a permis de me sentir à l'aise dans la mission de mon stage.

L'expérience acquise chez ProNatura a été précieuse car j'ai eu l'opportunité de renforcer mes compétences et de découvrir le service commercial dans un pays qui n'est pas le mien.

A travers les différentes parties de ma mission j'ai pu constater que ProNatura a les outils et les moyens nécessaires afin d'exploiter pleinement son potentiel à l'étranger.

Le marché biologique est en plein essor dans les pays dans lesquels j'ai fait de la prospection commerciale. Cette croissance représente une opportunité pour le groupe de dynamiser le chiffre d'affaires et se faire mieux connaître à l'international.

Le groupe ProNatura est leader sur le marché européen de la distribution de fruits et légumes issus de l'agriculture biologique. Ce rang, il l'a acquis en gardant l'éthique d'Henri de Pazzis, il n'oublie pas l'humain et il se soucie toujours du bien être des agriculteurs. Le développement commercial de ProNatura se fait dans le respect des valeurs qui fondent l'agriculture biologique et le commerce équitable.

J'ai aimé l'esprit d'entreprise et le coté humain de ProNatura. J'ai apprécié de pouvoir travailler dans une société qui contribue à la protection de l'environnement et au respect de l'homme.

Aider au bien être des agriculteurs et obtenir la satisfaction des clients, sont au centre de la stratégie commercial et d'approvisionnement de ProNatura.

J'ai aimé travailler dans une entreprise où les accords commerciaux avec les agriculteurs reposent sur des principes durables comme la rémunération équitable et l'engagement sur le long terme.

Pour conclure je peux dire que mon travail a été riche et varié. J'espère que tous mes collègues et dirigeants ont ressenti mon envie d'apprendre et ma profonde motivation d'apporter à l'entreprise ce qu'elle attendait de moi.

FIGURES

Figure 1: Les valeurs ProNatura. Source: création de l'auteur 7

Figure 2: L'évolution du chiffre d'affaires. Source: Livret d'accueil. ProNatura Provence 8

Figure 4: Les jus de fruits. Source: www.pronatura.com 12

Figure 5: L'échelle colorimétrique. Source: www.bananeguadeloupemartinique.com 14

Figure 6: Les chiffres d'affaires par pays. Source: Livret d'accueil. ProNatura Provence 15

Figure 7: Les chiffres d'affaires par segments. Source: Livret d'accueil. ProNatura Provence 15

Figure 8: Les produits emballés ProNatura. Source: www.pronatura.com 20

Figure 9: Le fonctionnement du département commercial. Source: création de l'auteur 23

TABLEAUX

Tableau 1: Produits ProNatura. Source: création de l'auteur 11

ANNEXES

Annexe 1: Des nouvelles des champs avec ProNatura 43

Annexe 2: Article Biofil 44

Annexe 3: Modèle de la liste d'entreprises à contacter 45

Annexe 4: Guide d'entretien téléphonique 46

Annexe 5: Modèle de la fiche de prospects 52

VI. ANNEXES

Annexe 1: Des nouvelles des champs avec ProNatura



Annexe 2: Article Biofil

BiOfil
BP 16
29560 TELGRUC SUR MER - 02 98 27 37 66





SEPT/OCT 12
Bimestriel

Surface approx. (cm²) : 367
N° de page : 10

Provence-Alpes-Côte-d'Azur

Mediterrabio dynamise la filière fruits et légumes de Provence

Depuis 2009, une trentaine de producteurs de fruits et légumes bio de Provence sont regroupés en association au sein de Mediterrabio. Créée afin de construire une filière de fruits et légumes bio de qualité dans le Sud-Est, Mediterrabio permet à ces agriculteurs d'échanger sur leurs pratiques, ce qui était auparavant rarement le cas, même entre voisins. Les adhérents sont tenus de respecter une charte qualité proscrivant la culture en serres chauffées et encourageant fortement la rotation des cultures. Un point sur lequel insiste le président de Mediterrabio qui n'est autre qu'Henri de Pazzis, le fondateur et président de ProNatura expéditeur de fruits et légumes bio depuis 1987.

Les 37 producteurs, tous à 100 % en bio, cultivent, en Provence-Alpes-Côte-d'Azur et un peu dans le Gard, 70 espèces de fruits et légumes et 360 variétés. Un chiffre dont Henri de Pazzis n'est pas peu fier. "*On a beaucoup travaillé sur la diversification*, explique-t-il. *En 2 ans, nous avons augmenté de 30 % le nombre de variétés.*" Pêche, abricot, cerise, raisin, melon, salade, courgette, poivron, aubergine, tomate, concombre, pomme de terre, fenouil, blette, potimarron… Difficile de tous les nommer. D'autant plus que le projet de Mediterrabio se situe plutôt du côté de "l'anti-spécialisation". Après avoir bien avancé sur la question de la diversité variétale, Henri de Pazzis voudrait que Mediterrabio se penche prochainement sur la "diversité non agricole" : le choix du type de haies à planter autour des exploitations, la présence d'abeilles, les oiseaux qui nichent dans les arbres des environs…

Bio et intensif

Côté commercialisation, Mediterrabio formalise une relation étroite avec ProNatura, qui anime le groupement. Des liens d'engagement mutuel unissent les agriculteurs et le metteur en marché. "*Nous n'avons de contrat d'exclusivité avec aucun agriculteur, même si beaucoup ont choisi de ne travailler qu'avec nous*", note le président. Les maraîchers et arboriculteurs livrent eux-mêmes ProNatura sur son site de Cavaillon, dans le Vaucluse. Bien que le grossiste tente de faire en sorte qu'il y ait le moins de fluctuations possibles, les prix évoluent de jour en jour en fonction de l'offre et de la demande. Ils sont fixés de gré à gré par ProNatura et chacun des producteurs.



Le site de collecte de ProNatura à Cavaillon reçoit les 3 000 tonnes annuelles de fruits et légumes des producteurs de Mediterrabio



Henri de Pazzis, fondateur de ProNatura, est à l'origine de la création du groupement de producteurs provençal Mediterrabio qu'il préside

Les agriculteurs du groupement fournissent 3 000 tonnes de produits par an, soit plus de 50 % des approvisionnements locaux de la plateforme provençale de ProNatura, et 10 % de l'approvisionnement total. Ces derniers s'accordent pour parler d'agriculture biologique "intensive". Notons par ailleurs que, comme les exploitations s'étendent, en moyenne, sur 22 hectares (toutes productions confondues), elles ont tout intérêt à traiter avec un grossiste qui leur garantit un écoulement plus facile de la production.

Une planification poussée

Mediterrabio met en place une planification pour répondre efficacement à la demande de la distribution. Celle-ci se fait à la fois de manière collective et individuelle, dans chaque ferme, en tenant compte des besoins agronomiques liés à la rotation des cultures. La planification s'effectue sur 2 saisons : printemps/été et automne/hiver. "*La première chose que je fais le matin est de tenir mon calendrier de production*", fait remarquer Michel Tamisier, maraîcher bio à Pernes-Les-Fontaines, dans le Vaucluse. Bien que le processus soit déjà bien rodé et apporte une stabilité aux agriculteurs en minimisant les risques, Henri de Pazzis aimerait à l'avenir organiser de réels bilans de campagne avec les producteurs, afin de faire le point sur la rentabilité des différentes variétés, la spécificité des cultures, etc.

Enfin, Mediterrabio a également vocation à accompagner des producteurs nouvellement installés ou en phase de conversion. "*J'ai acquis un savoir que j'ai envie de transmettre*", affirme ainsi Michel Tamisier, qui exerce son métier depuis 1974 et produit 25 variétés de légumes – tandis que la moyenne chez les producteurs de Mediterrabio s'élève plutôt autour de 8-9. Ainsi, c'est le spécialiste de la rotation culturale. Quoi de mieux que l'échange de bonnes pratiques pour maintenir une filière de qualité ?

Aurélie Thépaut

www.mediterrabio.fr

Eléments de recherche : PRONATURA ou PRO NATURA ou PRO-NATURA : uniquement en tant que distributeur de fruits et légumes et de produits transformés de fruits et légumes en France, toutes citations

Annexe 3: Modèle de la liste d'entreprises à contacter

Italie - Microsoft Excel

SOCIETE	DETAILS	VILLE/REGION	TELEPHONE	FAX	ADRESSE	E-MAIL	SITE WEB
----------	Importation, transformation et commercialisation de fruits et légumes	----------	+----------	+----------	----------	----@---------.com	www.----------.com
----------	Distribution de fruits et légumes.	----------	+----------	+----------	----------	----@---------.com	www.----------.com
----------	Importation de fruits secs	----------	+----------	+----------	----------	----@---------.com	www.----------.com
----------	Distribution de jus de fruits et tartinades	----------	+----------	+----------	----------	----@---------.com	www.----------.com
----------	Importation, transformation et commercialisation de fruits et légumes	----------	+----------	+----------	----------	----@---------.com	www.----------.com
----------	Distribution de fruits et légumes.	----------	+----------	+----------	----------	----@---------.com	www.----------.com
----------	Importation de fruits secs	----------	+----------	+----------	----------	----@---------.com	www.----------.com
----------	Distribution de jus de fruits et tartinades	----------	+----------	+----------	----------	----@---------.com	www.----------.com
----------	Importation, transformation et commercialisation de fruits et légumes	----------	+----------	+----------	----------	----@---------.com	www.----------.com
----------	Distribution de fruits et légumes.	----------	+----------	+----------	----------	----@---------.com	www.----------.com
----------	Importation de fruits secs	----------	+----------	+----------	----------	----@---------.com	www.----------.com
----------	Distribution de jus de fruits et tartinades	----------	+----------	+----------	----------	----@---------.com	www.----------.com
----------	Distribution de fruits et légumes.	----------	+----------	+----------	----------	----@---------.com	www.----------.com
----------	Importation de fruits secs	----------	+----------	+----------	----------	----@---------.com	www.----------.com
----------	Distribution de jus de fruits et tartinades	----------	+----------	+----------	----------	----@---------.com	www.----------.com

Annexe 4: Guide d'entretien téléphonique

En espagnol

ESPANOL	COMENTARIOS
1) Buenos días, Erika Becerra, ProNatura en Perpignan-Francia	
2) He obtenido sus de datos gracias a la feria xxxxx en xxxxx	
3) Estoy interesada en conversar con usted, es posible hacerlo en este momento?	Si: continuar No: Cuando podría volver a llamarlo?
4) Usted es el señor… /señora… ?	Anotar nombre
5) Sr./Sra. XX, ProNatura es una empresa: a. Que desde hace 25 años se dedica a la coproducción y comercialización a nivel nacional e internacional de productos orgánicos, especialmente frutas y verduras frescas. Producimos: jugos (desde hace 2-3 años), frutas secas (desde hace 7-8 años)… b. Nuestros productos son de origen Francés, Español e Italiano. De igual manera importamos productos de África y de América Latina c. Estamos en Perpignan, Cavaillon, Paris y Bretaña	"somos coproductores: apoyamos a nivel técnico, nos comprometemos a tomar un porcentaje de la producción y algunas veces acompañamos financieramente los agricultores"
6) Deseamos desarrollar nuestro mercado en (país).	
7) Me gustaría conocer un poco mas su empresa	
a. Su empresa trabaja con frutas y verduras orgánicas?	No: con qué tipo de productos trabaja? Estaría interesado en expandir su portafolio con otros productos? Si: A nivel de producción o comercialización?

b. ProNatura tiene una amplia gama de productos. Cuales serian los productos de su interés?	Ejemplo de productos ProNatura: papa, frutas exóticas (mango, banano, piña, kiwi), hojas (lechugas: batavia, roja), frutas (cereza, fresa, pera, durazno, frambuesa, sandia, manzana), verduras (aguacate, judías, pimentón, zanahoria, alcachofa, cebolla, tomate, pepino, calabacín, hinojo, apio, remolacha, berenjena)
c. Como maneja el transporte?	
8) Estaría interesado en que le enviemos una cotización de los productos que son de su interés?	Anotar e-mail o confirmar teléfono. Confirmar nombre completo y cargo.
9) Terminar la conversación	

En francais

FRANCAIS	COMMENTAIRES
1) Bonjour, Erika Becerra ProNatura Perpignan.	
2) J'ai obtenu vos coordonnées au salon xxxxx en xxxxx	
3) J'aimerai parler avec vous, est-il possible de le faire maintenant?	Oui: continuer Non: quand puis-je vous rappeler ?
4) Vous êtes monsieur…/madame…?	Noter le nom et prénom
5) Monsieur/Madame XX, ProNatura est une société: a. Qui travaille depuis 25 ans avec les agriculteurs en tant que coproducteur et commercialise au niveau national et international des produits BIO, spécialement des fruits et des légumes frais. Nous vous proposons d'autres produits comme: les jus de fruits, les fruits secs… b. Nos produits sont d'origine française, espagnole et Italienne. Nous importons, également, quelques produits depuis l'Afrique et l'Amérique Latine. Nous sommes implantés à Perpignan, Cavaillon, Paris et en Bretagne.	Nous sommes des coproducteurs : nous donnons une assistance technique, nous nous engageons à acheter une partie de la production et dans certains cas, nous soutenons financièrement les agriculteurs.
6) Nous sommes intéressés par le fait de développer notre part de marché en (pays).	
7) J'aimerais connaître un peu plus votre société:	
a. Votre société commercialise t'elle des fruits et légumes biologiques ?	Non: avec quel type de produit travaillez-vous? Seriez-vous intéressé par le fait de développer votre gamme avec des nouveaux

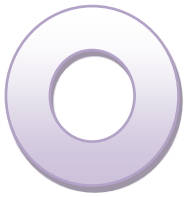
	produits ? Oui: Commercialisez-vous les produits ou êtes-vous producteur ?
b. ProNatura commercialise une large gamme de produits. Quels sont les produits qui pourraient vous intéresser ?	Exemple des produits ProNatura : pommes de terre, fruits exotiques (mangue, banane, ananas, kiwi), feuilles (laitue), fruits (cerise, poire, pêche, framboise, pastèque, pomme), légumes (avocat, haricot, poivron, carotte, artichaut, oignon, tomate, concombre, courgette, fenouil, poireau, betterave, aubergine)
c. Comment travaille votre société au niveau du transport des produits?	
8) Voulez vous que je vous envoie une offre concernant les produits vous intéressant?	Noter l'e-mail ou confirmer le téléphone. Confirmer le nom complet et la fonction dans l'entreprise.
9) Terminer la conversation	

En anglais

ENGLISH	COMMENTS
1) Good morning, Erika Becerra, ProNatura, Perpignan-France	
2) I have obtained your telephone number thanks to the business meeting xxxxx at xxxxx	
3) I am interested on talking to you, I would like to know if you'd have some time right now?	Yes: continue No: When could I call you again?
4) And you are Mister…/Ms…?	Note the name
5) Mr./Mrs. XX, ProNatura is a company: a. That for 25 years have been co-producing and commercializing, in France and also in foreign countries, organic fresh fruits and vegetables. We also work with other products such as juices, dried fruits… b. Our products come mainly from France, Spain and Italy. We also import some products from Africa and Latin America. We are located in Perpignan, Cavaillon, Paris and Brittany.	
6) We are very interested on developing the market in (country)	
7) That's why I would love to get to know your company:	
a. Does your company works with organic fresh fruits and vegetables?	No: With which kind of products does your company work? Would you be interested on expanding your product's portfolio? Yes: Do you commercialize these products or are you a producer?
b. ProNatura has a wide range of	Example of products: potatoes, exoctic fruits

products. I would like to know, which are the products that could be of your interest?	(mango, banana, pineapple, kiwi), leaves (lettuce), fruits (cherry, pear, peach, blueberry, watermelon,apple), vegetables (avocato, green beans, pepper, carrot, onions, tomato, cucumber, fennel, red beets, eggplant)
8) If you wish, I can send you a quotation of the products you are interested on	Take notes: e-mail or confirm the telephone number. Confirm complete name and job-title
9) Finish the conversation	

Annexe 5: Modèle de la fiche de prospects



SOCIETE

XXXXX

ADRESSE

VILLE - PAYS

TELEPHONE

FAX

SITE WEB

CONTACT

E-MAIL

TELEPHONE

INCONTERM

AUTRES