



Maître de stage: Mr Daniel Vach

Enseignant référent : Mme Hania Renaudie

# **RAPPORT DE STAGE**

06/06/2016 – 05/08/2016

**Assurer la mise sur le marché d'un produit innovant par une petite entreprise**

*SENS Foods, Jeseniova 2769/208, 130 00 Prague, République Tchèque*



Par Manon LUCAS

Université de Bretagne-Sud, Lorient  
UFR Lettres, Langues, Sciences Humaines et Sociales  
Licence 3 Langues étrangères appliquées « Double Diplôme »  
Spécialisation Commerce International

Année universitaire : 2015-2016

Je tiens à remercier toute l'équipe SENS Foods pour sa confiance. Plus particulièrement, je remercie Mr Daniel Vach pour son amabilité, sa compréhension et son aide dans les tâches.

Je remercie Mr Radek Hušek pour son intégrité ainsi que l'autonomie accordée dans le travail.

Également, je souhaite remercier l'équipe de xPORT Business Accelerator pour son accueil ainsi que pour son agréable cadre de travail.

Je remercie Mr Ivo Petru pour sa patience lors de mes recherches de stage. De même, je remercie mes contacts tchèques pour leurs astuces et conseils pour trouver un stage en République Tchèque.

Enfin, je remercie Mme Hania Renaudie pour sa disponibilité lors de la recherche du stage et pour ses conseils de rédaction du présent rapport.



## Manon Lucas

- 21 ans
- Nationalité française
- 22, Le Temple de Bas, 56220 Limerzel, FRANCE
- Mail : [m.lucas530@laposte.net](mailto:m.lucas530@laposte.net) - Mobile : +33614515665
- Permis B voiture

## Formations

### Double diplôme « Spanish for European & International Trade » / LEA (en cours) Université de Bohême du Sud, České Budějovice, République Tchèque Erasmus 2015-2016

- ✓ Marketing, droit européen, management stratégique, stratégie communicative espagnole, anglais/espagnol commercial, droit espagnol et administratif, commerce international, logistique, opérations management, civilisation espagnole, grammaire anglais/espagnol, tchèque

### Licence LEA (Langues étrangères appliquées), spécialité commerce international Université de Bretagne Sud, Lorient. 2013-2016 (en cours)

- ✓ Culture d'entreprise, gestion, communication professionnelle, économie d'entreprise, langue économique/commerciale anglais-espagnol, droit, institutions politiques, informatique, comptabilité analytique, traductions, compréhension/expression anglais-espagnol, civilisation anglaise/espagnole, chinois débutant

## Compétences

### Langues

- Français : langue maternelle
- Anglais : B2
- Espagnol : B2
- Tchèque : A1-A2
- Chinois : A1

### Informatique

- Open Office, Power Point Access, Excell
- Mozilla Thunderbird, Slack, Asana
- Réseaux sociaux

## Expériences Professionnelles

### Stagiaire – Chargée de promotion d'un nouveau produit (Startup)

*SENS Foods – Prague, République Tchèque – Juin 2016, Août 2016*

- Élaboration d'une base de données Relations Publiques et Réseaux Sociaux (Blogs, magazines, groupes Facebook...)
- Traductions anglais-français pour le site internet, mails automatiques, vidéo Kickstarter.
- Prospection entreposage logistique et coûts frais d'expéditions aux clients.
- Communication avec les Blogueurs pour le test d'échantillons
- Objectif : Organiser et planifier la distribution d'un produit alimentaire innovant : Barres à base de farine de grillons.

### Professeure de français

*Alliance Française – České Budějovice, République Tchèque – Octobre 2015, Mai 2016*

- Améliorer le langage oral, écrit, et la lecture d'une enfant aux origines françaises/tchèques
- Préparation des cours de grammaire/conjugaison sur la base de jeux ludiques.

### Stagiaire – Assistante Export poissons frais/produits transformés

*SAS APAK – Lorient, France – Avril 2015, Mai 2015*

- Prospection d'acheteurs espagnols de poissons frais.
- Communication commerciale en espagnol par mail et téléphone
- Prospection clients européens pour achat produits transformés (rillettes, soupes)
- Préparation à la participation au salon Seafood : « listing Seafood », traductions plaquettes produits

### Job d'été – Manutentionnaire

*SAS Panemex – Caden, France – Juillet, Août 2011-2016*

- Conditionnement des produits agroalimentaires (farines, graines, fruits secs), préparation des colis, étiquetage.

### Saisonniers « extra » - Serveuse / assistante de cuisine

*Restaurant A la porte du Golfe – Muzillac, France – Été 2014-2015*

- Service pour mariages, anniversaires, baptêmes, fêtes
- Dressage des plats et nettoyage

### Bénévole : Membre de Amnesty International, 2013-2015

- Organisation d'une soirée concert et stands signatures pétitions

### Association PEV (Pupilles Etudiants pour la Ville), 2014-2015

- Accompagnement d'un enfant dans sa scolarité. Aide à la concentration.

## Centres d'intérêts

- Natation, course à pied, Fitness
- Théâtre, piano (apprentissage dans une école pendant 7ans puis pratique régulière en solitaire), lecture : Le Monde, El País, The Guardian, romans anglais
- Voyages en Europe : Angleterre, Irlande, Allemagne, Autriche, Croatie, Hongrie, Slovaquie, Pays-Bas...

## Table des matières

Remerciements.....	2
CV.....	3
Introduction.....	5
I. Une startup face au tumulte du marché de niche.....	8
A) Présentation de SENS Foods .....	9
1. Startup : l'esprit entrepreneurial.....	9
2. Historique.....	9
3. Une localisation stratégique.....	10
4. Les membres fondateurs .....	11
5. Objectif de la jeune entreprise .....	12
B) Analyse du marché : nature et tendance, clientèle ciblée, concurrence.....	13
1. Le domaine d'activité : l'entomophagie comme alimentation saine.....	13
2. Les produits : une nutrition 2.0.....	14
3. La farine de grillons.....	14
4. Le marché de niche.....	15
5. Concurrence européenne et américaine.....	16
6. Objectifs futurs de la jeune entreprise .....	17
II. Attaquer le marché d'un produit innovant.....	18
A) L'enjeu du marketing promotionnel.....	19
1. Campagne « Buzz Strategy » .....	19
1.1. Alimentation saine.....	21
1.2. Sport .....	21
1.3. Véganisme.....	22
2. Différencier les réseaux de communications.....	23
2.1. Relations Publiques.....	24
2.2. Réseaux Sociaux.....	24
2.3. Correspondance avec une clientèle particulière.....	25
3. Créer une visibilité .....	26
3.1. Création du site web.....	26
3.2. Présence sur les réseaux sociaux.....	27
B) L'enjeu commercial .....	27
1. Penser au statut juridique de SENS Foods.....	27
2. Marché porteur des snacks novateurs.....	28
3. Contraintes législatives européennes.....	29
4. Prospection de stockage logistique.....	29
Conclusion.....	31
Résumé.....	34
Table des Annexes.....	36
Lexique.....	48
Sitographie.....	51
Bibliographie.....	53

# **INTRODUCTION**

À la fin du cursus LEA 3 (langues étrangères appliquées), parcours commerce international, il est demandé de réaliser un stage de 8 semaines. Cette expérience professionnelle se déroule une seconde fois après le stage de LEA 2.

Mon stage s'est déroulé du 6 juin 2016 au 5 août 2016 à Prague en République Tchèque. Ce stage d'étude permet d'appliquer mes connaissances universitaires et d'apprendre de nouvelles compétences.

C'est pendant mes études du « Double Diplôme »<sup>1</sup> LEA en Erasmus que j'ai débuté mes recherches de stage. Le double diplôme impose de passer tous les examens et de valider un stage en République Tchèque.

Mes contacts tchèques m'ont aidé même si les recherches n'ont pas été fructueuses dans un premier temps. Les salariés français sont très recherchés en République Tchèque. Mais les offres concernent essentiellement des postes de longues durées.

De nombreux CV en anglais ont été expédiés dans des entreprises internationales de République Tchèque. J'avais obtenu un avis positif pour l'entreprise de logistique DACHSER. Or, l'équipe voulait m'employer pour une année.

Pour la première fois, j'ai effectué des recherches de stage sur Facebook<sup>2</sup>. La communauté de jeunes et la rapidité des réseaux sociaux semblent positifs pour trouver un stage. J'ai donc répondu à une annonce pour un poste sur le groupe « Jobs for foreigners Prague » de Facebook. Finalement, j'ai trouvé mon stage dans la startup SENS Foods à Prague pour une durée minimum de 2 mois.

Je n'avais jamais pensé faire un stage dans une startup. Je visais principalement les grands groupes internationaux à Prague. Mais avec peu d'expériences, cette jeune compagnie m'a permis d'apprendre les fonctionnements d'une création d'entreprise et de réaliser des tâches variées.

---

1 Double diplôme : LEA/Spanish language for european and international trade.

2 Facebook : réseau social sur internet qui permet d'échanger des messages avec des amis du monde entier. Les internautes peuvent publier des photos, des vidéos, créer des groupes, etc...

Ce stage s'insère parfaitement dans mon idée de projet professionnel et dans mon cursus universitaire. J'ai toujours souhaité évoluer dans un domaine en relation avec les langues étrangères. Je suis intéressée par la branche de l'alimentaire, chargée en challenges. De plus, les études de langues et commerce sont en relation avec le stage effectué.

SENS Foods a été à la recherche de plusieurs stagiaires avec des profils et des nationalités différentes. Son but est de proposer des barres protéinées et énergétiques à base de farine de grillons<sup>3</sup> sur le marché européen.

### **Dans quelle mesure une startup développant un produit novateur doit faire face aux défis d'un marché de niche européen ?**

Tout d'abord, je décrirai la petite entreprise avec une explication de sa création puis une analyse du marché dans lequel elle évolue. Puis, j'analyserai les moyens employés pour aborder les objectifs marketing et commerciaux.

---

<sup>3</sup> Le grillon est un insecte de la famille Gryllidae. Réduit à l'état de farine, sa protéine s'ajoute à des aliments de la consommation humaine (pâtes, biscuits, barres protéinées...).

# **I. UNE STARTUP FACE AU TUMULTE DU MARCHÉ DE NICHE**

## **A) Présentation de SENS Foods**

### 1. Startup : l'esprit entrepreneurial

*Startup* provient d'un mot anglo-américain dont *start* signifie démarrage, et *up*, haut. Le terme « start-up » ou « startup » dévoile de nombreuses significations telles que « entreprise en démarrage », « petite entreprise en cours de développement », « jeune pousse » ou encore « jeune entreprise innovante ». Une startup naît d'une idée, dont le but est de trouver la réponse à un problème. « Startup » semble tellement d'actualité que nous retrouvons diverses orthographe du mot.

Plus concrètement, cette future entreprise est en phase de développement de son idée, d'un projet. Souvent, les fondateurs recherchent des collaborateurs, et souvent des stagiaires pour une contribution aux diverses tâches. Ces derniers sont non seulement bénéfiques financièrement mais aussi vecteurs de nouvelles idées. Un avis ou une vision différents de l'entreprise peuvent être cruciaux. Par la suite, vient la recherche de partenaires et d'investisseurs.

Les tâches à réaliser dans une entreprise sont variées car il s'agit de construire l'identité d'une entreprise de A à Z. D'une manière générale, les tâches d'un employé sont diverses puisqu'une start-up nécessite des dimensions de communication, commerciales et techniques. Dans le cas contraire, une grande entreprise possède une hiérarchie des tâches. En outre, l'atmosphère de travail est souvent agréable. Par rapport à une grande entreprise, la start-up a une taille réduite en raison d'une petite équipe de travail. Travailler à dimension humaine permet d'avoir un aperçu précis de la stratégie et des décisions prises par l'entreprise.

### 2. Historique

Daniel Vach est l'un des fondateurs de SENS Foods. Il a eu pour idée de créer des barres à base de farine de grillons lors d'un semestre d'études à l'étranger. Ce nouvel entrepreneur a débuté ses recherches à partir du mot-clé « insecte ». Suite à de nombreuses lectures d'articles, l'idée des barres nutritives à base de farine d'insectes a émergé.

Rentré dans son pays natal, Daniel Vach commande des barres américaines à base d'insectes. En effet, alors qu'il découvre que les barres sont populaires aux États-Unis, il en

déduit que ce pays est un sérieux compétiteur. Vers février 2016, Daniel Vach contacte un collègue, Radek Hušek, pour collaborer sur son projet : Créer des barres énergétiques et protéinées à base de farine de grillons.

D'excellentes opportunités commerciales sont possibles sur le marché européen. Les marchés allemands et du Benelux<sup>4</sup> se montrent notamment prometteurs. C'est donc naturellement que Marvin Steiger, un ami allemand de Mr. Hušek, intègre l'équipe des fondateurs.

Depuis, Petr Ocknecht, un cuisinier spécialisé dans la cuisine d'insectes, réalise les barres à base de farine de grillons dont la teneur nutritionnelle est optimale. Le développement des barres a pris 6 mois. Pour cela, de nombreux experts nutritionnels et alimentaires ont contribué à la réalisation des barres SENS afin de garantir un produit sans danger.

### 3. Une localisation stratégique

SENS Foods est basée à Prague dans la Bohême Centrale, en République Tchèque<sup>5</sup>. La capitale de ce pays possède un rayonnement européen très important puisque de nombreuses entreprises internationales et européennes s'installent dans la capitale. L'industrie et le tourisme sont les points forts du pays.

La République Tchèque est souvent considérée comme un pays de l'Est, notamment à l'Histoire. Toutefois, sa localisation se trouve en Europe centrale. Sa position est stratégique car elle est le « carrefour » des exportations et importations européennes. Celles-ci se font notamment par les pays voisins : l'Allemagne, l'Autriche, la Pologne.

Le taux de chômage du pays est l'un des plus bas au sein de l'Union Européenne. En effet, selon Eurostat, il s'élevait à 2.8% à Prague en 2006.

SENS Foods dispose d'un lieu de travail dans le bâtiment de xPORT Business Accelerator.<sup>6</sup> Cette structure accueille une dizaine de startups. Elle organise divers événements tout au long de l'année comme des formations, des bilans, des soirées, etc...

---

4 Benelux: Belgique, Pays-Bas, Luxembourg. Regroupement de 3 pays pour motif économique à la fin de la Seconde Guerre Mondiale.

5 Annexe I : Carte « République Tchèque : Cœur de l'Europe » p°38

6 Annexe II : Logo et bureaux de xPORT Business Accelerator, p°38

#### 4. Les membres fondateurs

Daniel Vach<sup>7</sup> est responsable des données informatiques et de la partie finance. Il termine son doctorat à l'Institut des études économiques de l'Université Charles à Prague. Par ailleurs, il exerce un travail à temps partiel comme analyste des données à IDC (expertise de données technologiques pour les commerciaux, et les professionnels des technologies de l'information).

De 2010 à 2013, Daniel Vach complète une licence économique à l'université de Karlovy Vary. Il poursuit son cursus universitaire par un Master en finance et banque des marchés financiers (2013-2015). Au cours du Master, il part étudier à l'université de Chypre en 2015 pour un MBA en sciences politiques et sociales.

Entre 2014-2015, Daniel Vach devient Manager de RozbityiPhone.cz et RozbityiPad.cz de l'entreprise Stansa. Actuellement, il prépare sa thèse en doctorat en économie avec un statut juridique d'auto-entrepreneur<sup>8</sup>.

C'est grâce à sa culture économique et financière que Daniel Vach anticipe les challenges de la création d'entreprise et de la vente future des produits SENS. Son attrait pour l'informatique contribue à l'organisation du travail sur l'ordinateur.

Radek Hušek<sup>9</sup> obtient une licence dans le domaine du management de l'administration commerciale (2012-2015). Il a étudié à l'école supérieure d'économie (Vysoká škola ekonomická) de Prague. C'est pendant ses études que son esprit entrepreneurial prend forme dans des projets entrepreneuriat étudiants, et des associations sportives.

Entre 2013-2016, Radek Hušek fonde l'entreprise Stansa et devient directeur général. RozbityiPhone.cz et RozbityiPad.cz (Stansa) ont été ses centres de services de réparation de téléphones à Prague, Brno, Ostrava. Mais entre 2014-2015, Radek Hušek part étudier à ESADE Business School à Barcelone pour obtenir un « bachelor of business administration »<sup>10</sup>. Dans cette ville catalane, il passe un semestre dans l'une des cinq meilleures écoles de commerce en Europe.

Radek Hušek est passionné de marketing et de stratégies sur internet. Il est donc motivé et

---

7 CV de Daniel Vach sur <https://cz.linkedin.com/in/danielvach>

8 Auto-entrepreneur s'adresse aux personnes physiques qui veulent créer une entreprise.

9 CV de Radek Hušek sur <https://cz.linkedin.com/in/radekhusek>

10 Bachelor of Business administration: Licence de gestion des entreprises

compétent à développer la marque SENS Foods. Son expérience précoce dans la création d'entreprise assure une meilleure gestion des défis pour SENS Foods.

Enfin, Marvin Steiger rejoint ses deux collègues tchèques au cours de son année Erasmus à Prague. Il a étudié à l'école supérieure d'économie. Marvin Steiger est allemand et continue ses études à Cologne. Il a auparavant étudié le management à RSM (Rotterdam school of management). Au sein de SENS Foods, Marvin Steiger est responsable du marché allemand. Marvin Steiger se passionne pour le sport comme la musculation et la nutrition. Sa vision de SENS Foods pour les sportifs est nécessaire pour le développement de la marque. Avoir un membre dont la langue maternelle est l'allemand est avantageux pour se développer sur le marché européen.

Petr Ocknecht est le chef cuisinier qui a imaginé les recettes des barres. Sa connaissance dans la cuisine d'insectes n'est pas nouvelle. Cela fait depuis 13 ans qu'il propose des plats à base d'insectes. Il exerce son métier à Brno en République Tchèque. Mais il est aussi chef de cuisine dans un hôtel de luxe en Autriche. Il est notamment présent dans des festivals culinaires. De même, sa présence est aperçue à la télévision et dans les journaux tchèques<sup>11</sup>. Grâce à son expérience et la qualité gustative des barres, SENS Foods pourra produire des produits à plus grande échelle.

Chaque membre de SENS Foods est jeune et compétent. Par le hasard, chaque fondateur dispose de compétences différentes : économique, communication, commerciale... Leur jeunesse et personnalités sont une force pour se lancer dans l'aventure d'une startup.

## 5. Objectif de la jeune entreprise

D'ici 2050, la planète accueillera 9 milliards d'habitants. La production alimentaire devra doubler. Le changement climatique s'accélère. Étant donné que l'espace manquera, il n'est pas durable d'exploiter autant de surface. De plus, les océans doivent faire face à la surpêche des fonds marins. De nos jours, près d'un milliard de personnes ne se nourrissent pas à leurs faim dans le monde. Le gaspillage alimentaire doit cesser et les modes de production et consommation repensés.

---

<sup>11</sup> Article du journal tchèque Deník : [http://moravskoslezsky.denik.cz/zpravy\\_region/entomofagie-neboli-hmyz-na-taliri-20140421.html](http://moravskoslezsky.denik.cz/zpravy_region/entomofagie-neboli-hmyz-na-taliri-20140421.html)

Le but de SENS Foods est : *“We want to offer the western world a new and alternative diet that is superior, more sustainable, and moral compared to our current diet.”*  
*sensbar.com*

SENS Foods veut offrir au monde occidental une alternative alimentaire plus éthique et durable face au régime alimentaire actuel. La start-up veut aussi faire prendre conscience aux consommateurs de ce qu'ils mangent actuellement.

Tout cela tourne autour du nom de la future entreprise : cela fait « SENS » de consommer des « Foods » barres à la farine de grillons avec peu d'impact écologique, et des avantages nutritionnels.

## **B) Analyse du marché : nature et tendance, clientèle ciblée, concurrence...**

1. Le domaine d'activité : l'entomophagie comme alimentation saine

L'entomophagie<sup>12</sup> est le fait de se nourrir d'insectes. De nombreux scientifiques mettent en évidence cette pratique pour son côté durable et éthique. Accepter les insectes dans nos assiettes permet d'observer les bienfaits sur la santé, l'environnement, et les facteurs économiques et sociaux.

Les insectes constituent une alternative saine et nutritive face aux aliments de base tels que le poisson, les volailles, le bœuf, le porc. Les insectes sont tout autant riches en protéines<sup>13</sup>, en graisses saines et riches en calcium, fer et zinc.

D'un point de vu environnemental, les insectes émettent extrêmement peu de gaz à effet de serre par rapport au bétail. De plus, les insectes n'ont pas besoin de grands espaces pour se reproduire, à la différence des vaches.

L'insecte est un animal au sang froid. De plus, les grillons nécessitent douze fois moins d'alimentation que le bétail, quatre fois moins que les ovins et moitié moins que les porcs et poulets pour produire la même quantité de protéine<sup>14</sup>. Au lieu d'être jetés, les déchets alimentaires (de préférence biologiques) peuvent nourrir les insectes.

Enfin la récolte d'insectes est un facteur de développement économique et social. Dans les parties pauvres du monde, la production d'insectes n'a pas besoin d'un investissement

12 Entomophagie : La pratique de consommer des insectes.

13 Annexe III : Infographie « Comparaison des taux de protéines et graisses », p°39

14 Annexe IV : « 20 reasons why insects will be staple of our diet in 10 years », p°40

technologique et financier élevé. Par exemple, cela est positif pour les femmes et toutes les populations n'ayant pas de terrains pour la culture.

Il existe plus de 1900 espèces d'insectes. On estime que les insectes sont une partie principale de l'assiette traditionnelle de presque 2 milliards de personnes.

## 2. Les produits : une nutrition 2.0

SENS Foods propose deux gammes de produits dans le rayon des « SENS Bars » ou barres SENS. Les futurs consommateurs pourront être attirés par des barres protéinées au chocolat noir/sésame et beurre de cacahuète/cannelle<sup>15</sup>. Contrairement aux barres protéinées chimiques, les barres contiennent des ingrédients 100% naturels. La poudre de chanvre est ajoutée pour rendre les barres très protéinées. Les barres protéinées contiennent 20 grammes de protéines complètes, ce qui signifie que la protéine de grillons contient tous les 9 acides aminés essentiels. La protéine de grillons est riche en B12, en fer, calcium. Elle est plus durable, équitable que les autres sources de protéines présentes dans le monde. Elle contient moins de matières grasses que la protéine de bœuf. Les 20 grammes de protéines de la barre sont la quantité nécessaire pour principalement les sportifs.

La deuxième gamme de produits est la barre énergétique. Deux parfums ont été réalisés : chocolat noir/orange ; ananas/noix de coco<sup>16</sup>. À la différence des barres protéinées, cette gamme « energy bar » n'a pas pour but de faire du muscle. Elle est considérée comme un snack pour rester en forme tout au long de la journée. Son indice glycémique<sup>17</sup> est bas. Du « psyllium »<sup>18</sup> ajoute une dose de fibre pour baisser l'indice glycémique du fructose<sup>19</sup> des fruits séchés. Bien évidemment, elle donne de la protéine par la présence de farine de grillons.

## 3. La farine de grillons

La farine de grillons est une excellente source de protéine. Elle est obtenue par les insectes moulus et incorporés aux barres. Le grillon est l'un des seuls insectes n'ayant pas de saveurs.

Ces animaux se reproduisent dans des milieux réduits comme des boîtes. Il n'est donc pas nécessaire d'investir dans de vastes terrains. Pour produire la même quantité de protéine,

15 Annexe V : Photographies des barres protéinées SENS, p°41

16 Annexe VI : Photographies des barres énergétiques SENS, p°41

17 Indice glycémique : Permet de comparer les aliments en glucides selon leur glycémie (taux de glucose dans le sang).

18 Le psyllium est une graine du plantain des Indes (Plantago Ovata)

19 Fructose : Sucre simple présent dans les fruits et le miel.

les grillons nécessitent moins de temps que l'élevage traditionnel. Pour donner un exemple, les grillons produisent 1200 œufs toutes les trois ou quatre semaines environ. Les œufs éclosent au bout d'un mois. Moins d'eau et aucun antibiotiques sont requis.

Ces insectes possèdent un système neuronal simple. Ce qui fait qu'il est quasiment impossible pour eux de ressentir la douleur. Les produits sont réalisés selon le bien-être des animaux. Au moment de la récolte, les grillons sont refroidis et gelés pour imiter leur phase d'hibernation naturelle. Ils sont lavés, chauffés, puis séchés pour supprimer toute trace de bactérie.

Cette farine est incorporée dans plusieurs plats pour améliorer les valeurs nutritionnelles. Les grillons sont produits en Thaïlande, qui est l'un des pays consommant le plus d'insectes. Par conséquent, le savoir-faire des thaïlandais est primordial. Ainsi, ils proviennent d'un environnement qui leur est propre et naturel. Les fournisseurs garantissent les plus hauts standards de sécurité et l'emploi juste dans le pays en voie de développement.

#### 4. Le marché de niche

Les clients susceptibles d'acheter les barres SENS sont ceux du modèle LOHAS. LOHAS (the Lifestyle of Health and Sustainability) est l'acronyme d'un « lifestyle »<sup>20</sup>, d'un mode de vie moderne. Les consommateurs LOHAS s'intéressent à l'achat de légumes biologiques, d'aliments du commerce équitable. Cela n'est pas un problème majeur de payer un peu plus pour le climat et la santé.

Le nombre de LOHAS est sans cesse en augmentation, ce qui est une source de gains pour des entreprises de consommation durable. De même, la majeure partie de la population européenne est en quête de produits sains. LOHAS est un nouveau groupe de consommateurs. Le NMI (Natural Market Institute) estime qu'un marché potentiel LOHAS équivaut à 200 milliards de dollars en 2004. L'Allemagne est l'un des marchés porteurs, avec 24% de LOHAS en 2005 et 2006.

Il ne semble pas avoir de groupe socio-démographique<sup>21</sup> défini. Cependant, de nombreuses études démontrent que la majorité des personnes LOHAS vivent dans les zones urbaines.

---

20 Lifestyle : Mode de vie/style de vie désigne la façon de vivre, de consommer, de s'habiller. Lifestyle devient une cible marketing.

21 Socio-démographique : Segmentation d'une population selon des éléments sociodémographiques comme le sexe, l'âge, lieu de résidence, etc...

Cette catégorie de consommateurs est très critique et comprend rapidement si un produit « vert » est vendu pour le marketing ou non. L'alimentation se situe souvent à la première place comme catégorie importante à consommer de manière équitable et environnementale.

LOHAS est la meilleure cible pour les barres SENS étant donné qu'elle répond aux critères : environnement, santé, facteurs économiques, social et moral. Les barres SENS conviennent pour une alimentation saine (par exemple le régime paléo) et pour les personnes sportives (exemple : pratique du Crossfit). C'est pourquoi, SENS Foods doit assurer les défis de ce marché de niche<sup>22</sup>

#### 5. Concurrence européenne et américaine

Les premières barres à base de farine d'insectes ont été inventées aux États-Unis. Cette gamme de produits a rapidement gagné l'approbation des consommateurs européens. Voici les quatre principales entreprises européennes concurrentes :

##### **- Crobar (de Gathrfoods)**

Ce sont les premières barres énergétiques à base d'insectes présentes sur le marché européen. Crobar a récolté 10.000 £ sur Kickstarter en 2015. Aujourd'hui, les barres sont vendues en ligne et dans des magasins. Le prix d'une barre coûte 2.25 £. La farine d'insectes provient d'un fournisseur canadien. De plus, la marque apparaît dans des magazines anglais. Enfin au Royaume-Uni, Gathrfoods a été récompensée par le prix mondial de l'innovation pour le meilleur concept alimentaire.

Les avantages : Expérience sur le marché, bonnes relations avec les détaillants, présence au Royaume-Uni, faible prix des barres. Les désavantages : Mauvaise utilisation du marketing digital, fournisseur éloigné, coût élevé du transport.

##### **-Eat Grub**

Cette marque est présente sur le marché depuis 2013. Cette compagnie propose plusieurs gammes de produits. Elle vend des insectes pour l'usage en cuisine et des barres protéinées. Leur présence a été remarquée sur Kickstarter. L'un des fondateurs présente des shows culinaires à la télévision. Eat Grub a publié un livre de recettes à base d'insectes.

Les avantages : Les fournisseurs de Thaïlande sont bon marché, excellente politique des

---

<sup>22</sup> Marché de niche : C'est un petit segment de marché qui propose un service ou un produit à une clientèle spécifique.

médias, bon réseau de détaillants, savoir culinaire compétent. Les inconvénients : Mauvais usage des ventes en ligne, trop de projets variés, faible présence sur les médias sociaux.

### **-Bodhi protein**

Bodhi a lancé son produit à la fin de mars 2016. Le prix d'une barre de 60g est de 2.3£. Bodhi cible le marché paléo. Les avantages : Bureau au Royaume-Uni, barre très riche et épaisse. Les désavantages : Jeune compagnie, pas de liens commerciaux avec les magasins, méconnaissances des fondateurs, mauvais design, pas de choix produits.

### **-ZOIC**

L'entreprise est d'origine slovène mais elle s'est établie en Angleterre. En 2015, ZOIC gagne le prix VSE=MOGOČE (Everything=Possible) et reçoit 10 000 € pour réaliser son idée. Son succès est impressionnant avec un premier lot de production vendu en 1 mois. La barre est à base de vers. De nombreux contrats sont signés avec les magasins en ligne. Elle développe de nouveaux produits. Ses expéditions sont bon marché: 2.08£

Bien évidemment, il existe d'autres barres protéinées à base d'insectes : Chapul (USA), Kinjao (FR), Jungle Bar (UK), Gryo (FR). La compétition est bien visible dans le domaine des barres nutritives. La compétition est rude entre les barres à base d'insectes et les barres fruits/céréales traditionnelles. Il existe un grand choix de barres parmi les biologiques, paléo, vegans, sans fruits à coques, sans gluten, sans soja, sans produits laitiers. SENS Foods à quelques uns de ces critères. Bien évidemment, la startup peut penser à obtenir toutes les certifications précises pour se montrer crédible face au consommateur.

Cette analyse des compétiteurs montre qu'ils sont puissants aux États-Unis et en croissance en Europe. Beaucoup de startups européennes sur ce genre de produit sont petites ou n'existent plus. SENS Foods s'inspire de leurs expériences pour ses prochaines étapes.

## **6. Objectifs futurs de la jeune entreprise**

La nourriture en général est produite et consommée rationnellement ; les animaux sont traités plus humainement ; les sources alternatives de protéines sont mises en avant et consommées... SENS fait partie de ce futur. Les barres sont une bonne alternative pour consommer des insectes. SENS a déjà des projets de nouveaux produits à base de farine de grillons pour élargir le marché de l'offre et pour se différencier des compétiteurs.

## **II. ATTAQUER LE MARCHÉ D'UN PRODUIT** **INNOVANT**

## A) L'enjeu du marketing promotionnel

### 1. Campagne « Buzz Strategy »

La "Buzz Strategy"<sup>23</sup> a été utilisée pour faire parler de la marque et des produits. Le but est d'avoir une campagne promotionnelle riche en succès. Pour résumé, SENS Foods veut vendre un produit original et pleins d'avantages. Mais le public atteint est souvent dégoûté des publicités sur internet. SENS Foods cherche à recueillir des fonds financiers pour développer son nouveau commerce.

Le site Kickstarter<sup>24</sup> est la solution. Ce site permet de soumettre un projet, une idée et de récolter de l'argent par les internautes pour développer son affaire. Les projets sont variés comme la mode, la gastronomie, les sciences et les innovations technologiques...

SENS Foods a filmé une vidéo<sup>25</sup> en anglais avec l'aide de Leo Burnett<sup>26</sup> pour rendre le projet plus attractif sur Kickstarter. De plus, la vidéo dispose de sous-titres en français, espagnol, allemand, néerlandais, tchèque. Par ailleurs, des marques de produits similaires ont connu le succès sur ce site :

KICKSTARTER	product	pledged
Six Foods (US)	chirps	\$70,559
EXO (US)	protein bar	\$54,911
Hopper (US)	bar	\$34,523
Crickers (US)	crickers	\$33,250
Jungle Bar(Iceland)	protein bar	\$27,806
Cricket Brownies (US)	cricket brownie mix	\$25,358
Jimini's (FRA)	process + energy bar	€22149

Source : Wiki.sensfoods.com

23 Buzz Strategy : Faire parler du produit, le faire connaître par l'aide des blogueurs ou une plateforme sur internet.

24 Annexe VII : Kickstarter logo et visuel campagne SENS Foods, p°42

25 Campagne de promotion sur Kickstarter: <http://sensbar.com/kickstarter>

26 Leo Burnett : Réseau d'agences de publicité présentes dans le monde entier. Fondé en 1935.

SENS est la première startup aux produits à base de grillons basée à Cologne en Allemagne à présenter son projet sur ce site. En effet, il y a eu auparavant énormément de campagnes basées en Angleterre. En outre, le public allemand est plus important et potentiel pour SENS. Pour cela, une version du projet existe en allemand sur Kickstarter. Toutefois, SENS veut aussi connaître une popularité dans toute l'Europe.

2% des internautes qui regardent la campagne réalisent une donation. À partir de 100 personnes, 2 internautes donnent de l'argent. Pour 1 million d'internautes sur Kickstarter, c'est 2000 personnes qui agissent. Alors, la campagne Kickstarter nécessite du trafic. La startup se fixe l'objectif d'atteindre 10.000€ de dons en un mois (17 août 2016 – 19 août 2016). La campagne remet des lots selon les sommes déposées. Les dons varient de 5€ à plus de 1000€. Les cadeaux sont des sacs en coton, un e-book sur les recettes d'insectes, des barres, un menu préparé par le chef cuisinier Petr Ocknecht, ou, pour la somme la plus onéreuse un weekend dans un hôtel-spa en Autriche. Ces cadeaux incitent les internautes à verser de l'argent le plus vite possible.

Les clients devront être jeunes, éduqués, attirés par un mode de vie sain et durable. Heureusement, les produits SENS provoquent un impact pour divers groupes de personnes. Tout d'abord, dans l'alimentaire : l'alimentation saine, durable<sup>27</sup>, innovante, le régime paléo<sup>28</sup> et sans gluten de même que les autres tendances culinaires. Puis, les sports : les bodybuilders<sup>29</sup>, le CrossFit<sup>30</sup>, les sports en plein air, le fitness, le yoga. Ensuite, les végétaliens, concernés par le bien-être animal. Ces critères sont le marché de niche de SENS Foods.

Pour décrire les bénéfices des SENS bars, des idées se sont développées pour expliquer les raisons de consommer des insectes sur Kickstarter. Cela fait du « sens » de consommer leurs « foods » - barres. Nous verrons que les actions se sont réalisées par les relations publiques : les blogs, les vlogs, les magazines, les réseaux sociaux (Facebook & Twitter), les forums, etc... Tout cela dans plusieurs langues comme l'espagnol, l'allemand, le tchèque, le français et l'anglais.

---

27 Durable : Qui respecte les besoins du présent en pensant aux besoins du futur. Exemple : respecter l'environnement pour les générations futures.

28 Régime Paléolithique : Reprendre les habitudes des ancêtres. Consommer des poissons, viandes, volailles, fruits et légumes. Il n'est pas autorisé de consommer des produits transformés.

29 Bodybuilder qui pratique la musculation.

30 CrossFit mixe la gymnastique, l'haltérophilie, musculation.

SENS Foods propose des barres aux insectes pour répondre aux divers problèmes que pose notre alimentation actuelle.

### *1.1. Alimentation saine*

Le marché des barres snacks<sup>31</sup> en 2017 en France sera de 159.8 millions de dollars. (Euromonitor, décembre 2013). Selon Euromonitor<sup>32</sup>, la France était le 3ème marché des aliments emballés « packaged food » après l'Allemagne et le Royaume-Uni en 2012.

Ce type de marché est très compétitif en France et dans le reste de l'Europe. Cette compétition propose aux consommateurs un large choix de marques et pousse ces dernières à développer de nouvelles innovations.

La tendance « healthy », suivre un mode de vie équilibré, est très tendance sur les réseaux sociaux. À l'exemple des « Youtubeuses »<sup>33</sup> qui filment des vidéos de leurs recettes saines ou encore des astuces fitness. Ce thème est donc jugé nécessaire comme cible pour apprécier les produits SENS. Les barres énergétiques sont plus susceptibles d'attirer un groupe spécifique.

Par exemple, une femme dans la trentaine, qui vit, travaille et pratique le yoga dans une grande ville, pourrait être intéressée par les barres énergétiques. Ce type de profil doit avoir une conscience de ce qu'il mange, notamment à travers une réduction de la consommation de viande. Pour cela, l'équipe SENS choisit d'intervenir dans des magazines Fitness, des blogs. Plus tard, il est possible d'intervenir dans des magasins et épiceries fines types « biologiques ».

SENS Foods doit prendre en compte tous les régimes alimentaires et tendances actuelles pour cibler un large segment. Par exemple, l'alimentation saine regroupe le régime paléo, sans gluten.

### *1.2. Sport*

La startup dirige sa stratégie vers le sport et ses diverses pratiques : musculation, les alternatives en gym (TRX)<sup>34</sup>, les sports d'extérieurs (escalade, trekking<sup>35</sup>, randonnée), le

---

31 Le snack est consommé en dehors des repas.

32 Euromonitor : Fournit des analyses de marchés, des statistiques sur des entreprises par exemple ;

33 Youtubeuse/Youtubeur : Qui publie des vidéos beauté/sport/alimentation/humour ou sciences sur Youtube.

34 TRX : "Training Under Suspension", entraînement par suspension de poids de corps. Sport inventé par les Marines aux États-Unis. Série d'exercices sur un appareil de suspension.

35 Trekking : Randonnée en montagne sur plusieurs jours.

fitness, le yoga.

Le sport est omniprésent sur les réseaux sociaux et le marché des barres protéinées en France. La nutrition fait partie de ce sujet donc SENS Foods s'adresse aux sportifs. La barre protéinée peut être appréciée par les bodybuilders de 25-35ans, célibataires, vivant de bons revenus. Ces sportifs vont presque tous les jours à la salle de gym et planifient leurs menus. Ce type de profil est à la recherche d'aliments pour augmenter ses performances et ses résultats. Telle que la partie *alimentation saine*, SENS Foods sélectionne une voie où agir. Les blogs et magazines fitness ainsi que les sportifs sur Instagram<sup>36</sup> et Facebook sont des choix évidents. Les sportifs masculins de la musculation suivent les tendances et veulent obtenir la meilleure apparence possible pour une reconnaissance sociale.

Les jeunes de 18-25ans semblent de plus en plus conscients de ce qu'ils mangent. Certains pratiquent le sport trois fois par semaine. Leurs choix culinaires peuvent être coûteux car soucieux de ce qu'ils mangent et des tendances. SENS Foods peut agir sur Facebook et Instagram, là où les sportifs publient leurs exploits.

Les sports ne se limitent pas à la musculation. C'est pourquoi, SENS Foods se dirige vers le fitness, la course à pied, les sports de montagne, l'escalade, etc...

### 1.3. Véganisme

Cette partie concerne principalement les végétaliens et leur *lifestyle* : recettes, produits, conseils sur la pratique du véganisme<sup>37</sup>... Les végétariens (consommation de végétaux, miel, œufs, lait) ; les flexitariens (pratique du véganisme et du mode de vie végétarien) sont aussi pris en compte pour leur tendance à devenir végétaliens.

Les végétaliens sont souvent en carence de nutriments essentiels. La vitamine B12 est nécessaire au fonctionnement des cellules du corps humain, et à la formation du sang et du cerveau. Elle ne peut être trouvée dans les plantes. Les insectes sont la solution car ils contiennent cette vitamine B12. Les produits SENS Foods sont la solution nutritive. De plus, ils répondent aux besoins en protéine car les taux de la protéine d'insectes sont aussi élevés que la viande. Par exemple, 100 grammes de grillons équivaut à 21 grammes de protéines alors que le bœuf contient 26 grammes pour 100 grammes de viande.

---

<sup>36</sup> Instagram : Application pour téléphones mobiles dans le but de publier des photos.

<sup>37</sup> Véganisme : Régime alimentaire qui consiste à ne pas consommer de produits d'origine animale.

Le profil type à cibler est une végétalienne de la tranche d'âge 18-29ans, pas d'enfant, avec une jeune carrière professionnelle. La personne doit suivre un mode de vie sain et être active dans la pratique du sport. SENS Foods doit agir sur les réseaux sociaux comme Instagram, Snapchat<sup>38</sup>. C'est sur ces réseaux que les végétariens et vegans suivent les « influenceurs » ou modèles, et styles de vie à suivre. Il ne faut pas oublier les magazines de mode et « lifestyle ».

Les activistes sont aussi visés notamment pour la cause animale. Les vegans peuvent consommer des insectes car ces derniers ne peuvent ressentir aucune douleur physique. Il faut ajouter que des entomologistes déclarent que la souffrance des insectes est irréaliste. D'ailleurs, le professeur Hans Smid de Wageningen University (Pays-Bas), expert du système nerveux des abeilles, estime : « Je suis absolument certain que les insectes ne ressentent pas la douleur ».

Pour SENS Foods, l'ultime but des vegans serait de réduire la souffrance animale donc de manger des insectes. Non seulement il est éthique de consommer des insectes mais il l'est aussi pour le côté nutritif. Le régime vegan est difficile à suivre, les risques de carences sont élevés.

Il est difficile pour SENS Foods de convaincre les vegans car stricts sur leur régime alimentaire. Cependant, quelques vegans pensent que les insectes sont une solution à la faim dans le monde et aux ressources difficilement renouvelables.

Nous parlons de thèmes tels que le sport, l'alimentation, le véganisme car le marketing par segmentation a été employé. Ici, la stratégie segmentation représente les groupes de clients avec des besoins et visions similaires. Ce type de marketing possède des branches assez divergentes entre elles : par exemple la différence entre la pratique du yoga et la randonnée (partie sport). Des messages personnalisés ont été adressés pour chaque segment de ce type de marketing.

## 2. Différencier les réseaux de communications

Il est plus compréhensible de diviser “PR” et “Social Networks” pour comprendre les deux différentes stratégies.

---

<sup>38</sup> Snapchat : Application sur mobiles pour discuter avec ses contacts. La vidéo est disponible pour un temps limité.

## 2.1. Relations Publiques

« Public Relations » ou relations publiques requièrent de communiquer avec de « vraies » personnes et de leur demander une requête. Les blogueurs peuvent tester gratuitement les échantillons et publier un article sur les produits. Grâce à eux, les barres SENS deviennent populaires auprès des abonnés et des blogueurs.

Selon le « Timeplan »<sup>39</sup>, le plan des tâches, il a fallu travailler sur la base de données PR. Ce travail s'est réalisé d'une manière graduelle.

Cette partie concerne principalement les blogs d'alimentation et de sport. Les blogs vegans ont été abordés plus tard car ils nécessitent une approche différente. Les profils Twitter<sup>40</sup> n'ont pas été nécessaires car ils correspondent aux profils des blogs. Les « vlogs » (vidéo blog) sur Youtube, les « Opinion leaders » sont des personnes célèbres dans les domaines du sport par exemple. Ils ont des profils Facebook ou pages web.

La première longue étape a été de compléter la base de données « PR-Blogs & People ».<sup>41</sup> Ce document comprend les types de réseaux sociaux, les thèmes. Il faut savoir qu'il existe trois différenciations dans la base de données : « food », « sports », « vegans » et des sous-thèmes « Entomophagy », « Sustainable »; « Healthy », « Trends » / « Bodybuilding », « Alternatives », « Outdoor », « Women » / « Recipes », « Lifestyle », « Activists ». Les adresses URL<sup>42</sup> du site, la langue, le nom de la page et de l'auteur, l'email ont été recueillis.

Enfin les magazines, peuvent mentionner SENS Foods comme preuve de crédibilité. La base de données « PR - Pages » (FB page / Magazine) construite de la même manière que la base de données Blogs & People.

## 2.2. Réseaux Sociaux

« Social Networks » ou réseaux sociaux nécessitent seulement une vive activité sur internet. Par exemple, il est simple de poster des commentaires dans les groupes Facebook ou dans les forums. Utiliser les réseaux sociaux a pour but de provoquer les discussions. Ce travail est continu étant donné qu'il faut réagir aux commentaires, répondre aux questions. Le travail de recherche sur les réseaux sociaux débute après PR.

Les réseaux sociaux concernent les groupes Facebook publics et privés. Pour le dernier, il suffit de s'y inscrire avec son compte personnel. Mais à cause des problèmes de robot,

---

39 Annexe VIII : Timeplan, p°42

40 Twitter : Permet des envois de messages, de publier des informations pour une deuxième fois.

41 Annexe X : Aperçu base de données PR-Blogs & People, p°43

42 Adresse URL : Le nom de domaine d'un site internet (<https://www...>)

Facebook contrôle le nombre de comptes pour lesquels il est possible d'adhérer. Pour cela, des comptes « faux » ont été créés pour joindre d'autres groupes.

Quant aux forums<sup>43</sup>, ils sont sélectionnés selon leur domaine (sport, alimentation...). D'autres contenus sont choisis tels que les sites avec des dépôts de commentaires. Les sites internationaux Reddit, Quora sont des exemples. Mais Reddit s'est avéré non compatible étant donné qu'il a été impossible de trouver des pages à commenter sur l'entomophagie ou les barres protéinées. Cependant, il a été simple de trouver des articles à commenter grâce à « Google actualités ». Il suffit d'inscrire sa requête et de trouver les derniers sujets des dernières heures, jours...

Une base de données est créée pour cette partie. Au début, il faut commenter des documents récents avec des sujets déjà traités avec la signature SENS Foods. Puis il faut réaliser ses propres sujets de discussions sur les forums par exemple. Le commentaire SENS doit être poli, amical et personnalisé car les auteurs n'aiment pas les messages envoyés par les robots. De plus, le commentaire SENS doit être rédigé à la suite d'autres commentaires des internautes. C'est de cette manière que SENS Foods évite d'être pris pour un spam. Il n'est pas nécessaire d'utiliser beaucoup de forums étant donné qu'ils ne sont pas souvent de bonne qualité.

Il existe plein d'opportunités de faire du marketing pour la campagne et gratuitement. Il faut être réactif sur les réseaux sociaux. Cela implique d'être ingénieux et de se faire passer pour un simple internaute pour provoquer les discussions. Bien évidemment, tous les domaines mentionnés doivent être exploités dans toutes les langues.

### *2.3. Correspondance avec une clientèle particulière*

La communication avec les auteurs des blogs et réseaux sociaux est l'une des tâches les plus cruciales. Des emails sont envoyés aux auteurs pour leur demander de tester les échantillons de barres. Tout d'abord, environ 80 emails sont envoyés à tous les profils, sport, healthy, etc.... La suite des emails est expédiée plus tard dans un souci de bonne gestion des emails et du stock des échantillons. Pour le deuxième envoi groupé avec Mailchimp (premier logiciel pour les emails marketing), de nouveaux échantillons sont produits en cuisine. Selon le « timeplan », les échantillons devaient être envoyés le 6 juin et 13 juin gratuitement. Mais les startups ont souvent du retard pour plusieurs raisons telles que des problèmes techniques et de gestion du temps.

---

43 Forum : Espace de discussion.

Après le test des échantillons<sup>44</sup>, des emails sont envoyés pour signaler l'envoi à l'adresse, et l'avis sur le test. « OLRM sheet »<sup>45</sup> permet de reporter l'adresse complète de l'individu, son avis positif (P), négatif (N), différent (D)... Si l'avis est positif, les blogueurs peuvent poster un article sur les produits, l'entomophagie en mettant le lien du site de la campagne Kickstarter. Pour cela, un Média Kit<sup>46</sup> et une infographie sont envoyés pour donner des informations aux blogueurs lors de la rédaction d'articles. Le logiciel Mozilla Thunderbird<sup>47</sup> permet d'organiser les emails provenant des blogueurs.

Les emails sont rédigés en avance pour gagner du temps (“la barre est excellente pour les vegans”, "Nous envoyons des échantillons", «explications et demande d'adresses”, «est-ce que l'adresse est correcte ? », « dans tous les cas nous pouvons envoyer les échantillons » - cas où les blogueurs demande une rémunération, « échantillons arrivés », « quel est votre avis sur les barres »).<sup>48</sup> La relation dans les emails doit être très conviviale et jeune avec les blogueurs.

Grâce au site Alexa<sup>49</sup>, le degré de popularité a pu être mesuré parmi les blogueurs. Un blogueur de chaque nationalité a été trouvé et contacté pour une publicité de leur blog sur Kickstarter. Par exemple, TheFitnessTheory une blogueuse fitness française, a rédigé un long et très positif article sur SENS bars. Au début elle n'était pas tellement partante pour tester gratuitement les échantillons à cause d'une demande de rémunération. Mais le fait de joindre son article avec sa page de blog sur Kickstarter lui a fait changer d'avis. En effet, la campagne génère beaucoup de vues. Les gens peuvent donc cliquer sur sa page.

### 3. Créer une visibilité

#### 3.1. Création du site web

Bien avant la campagne, un souci de visibilité s'est présenté. Tout d'abord la nécessité d'avoir un site web<sup>50</sup> se fait ressentir. C'est le premier support qui présente la marque, le projet, les produits, l'équipe et une foire aux questions (FAQ). Ce travail pour finaliser un site web prend du temps car il faut penser au design, aux photos, au contenu... Le site est non seulement en anglais mais aussi en espagnol, allemand, français, tchèque,

---

44 Annexe IX : Photographies échantillons, p°42

45 Annexe XI : Aperçu OLRM sheet, p°43

46 Médiakit : Document marketing envoyé à des individus dans le but de rédiger un article. Ce document explique les données importantes à savoir sur une entreprise.

47 Annexe XII : Aperçu du logiciel Mozilla Thunderbird, p°44

48 Annexe XIII: Exemple de mail envoyé aux blogueurs français, p°44

49 Alexa : Site qui permet de connaître la popularité d'un site.

50 Annexe XIV : Visuel du site web de la startup - <http://sensbar.com/fr/> p°45

néerlandais... pour attirer les futurs clients d'Europe. De nombreuses traductions ont été effectuées pour la page de présentation et la FAQ. Le vocabulaire alimentaire n'est pas familier, il est donc possible de voir les termes utilisés par les concurrents pour s'inspirer.

Le site possède une partie blog, ce qui permet de poster des articles en rapport avec les insectes. Ces articles sont déposés assez régulièrement. Ce « blog » permet de forger l'identité de l'équipe SENS. Cela montre que l'équipe est compétente et propose un produit selon une démarche aussi bien commerciale que durable.

### *3.2. Présence sur les réseaux sociaux*

À la suite du site, la création du compte Facebook SENS bar<sup>51</sup> a été réalisée pour rendre la visibilité plus importante. Facebook relaye les articles du blog de même que le compte Twitter<sup>52</sup> créé au même moment. À l'approche du Kickstarter, les comptes SENS sur les réseaux sociaux publient des nouveautés comme des demandes d'abonnement aux newsletters. Sur ces réseaux sociaux, sont publiées des photos de la campagne Kickstarter « coming soon ». Le compte Twitter publie toutes les semaines une astuce sur les insectes avec une image. Cela prend la forme d'un « did you know that » et/ou « did you hear that » suivis par exemple en français « Saviez-vous que manger des insectes permet de lutter contre la faim dans le monde; entomophagie est devenu un bussword ; les grillons fournissent plus du double de protéine de bœuf ». Twitter montre aussi des photos sur l'évolution de la vidéo Kickstrater, les échantillons, etc... Le compte Instagram<sup>53</sup> est devenu une nécessité pendant l'envoi d'échantillons, pour poster de belle photos, pour s'abonner aux blogueurs postant des photos des barres. Les réseaux sociaux ont un fort pouvoir. Les clics sur le site Kickstarter permettent à la startup de pratiquer le « Paid Marketing » (coût par clic). La publicité Kickstarter se retrouve dans les pages des visiteurs. Cela augmente la publicité.

## **B) L'enjeu commercial**

### 1. Penser au statut juridique de SENS Foods

SENS Foods Ltd. est devenue une entreprise anglaise<sup>54</sup> car la République Tchèque n'est pas gouvernée avec la législation concernant les insectes. Seulement quelques pays en Europe possèdent les lois sur la nourriture à base d'insectes. Ces pays sont : Le Royaume-

51 Annexe XV : Visuel de la page Facebook, p°45

52 Annexe XVI : Visuel du compte Twitter, p°46

53 Annexe XVII : Visuel du compte Instagram, p°46

54 Annexe XVIII : Certification de création d'entreprise anglaise, p°47

Uni, la Belgique et les Pays-Bas. L'équipe SENS Foods a analysé ces pays selon le taux de change, les coûts des démarches administratives. Ces démarches administratives aux Pays-Bas s'avéraient chères et longues pour créer une entreprise. De même pour la Belgique.

Il s'est avéré que le Royaume-Uni est la meilleure solution pour établir une entreprise alimentaire. De plus, le Royaume-Uni accueille déjà des compagnies vendant des produits à base d'insectes. SENS Foods peut bénéficier de l'aide des professionnels ayant des expériences avec d'autres entreprises du même domaine. Ce pays est habitué aux procédures. En outre, il est étonnant de créer une entreprise en ligne car il suffit d'obtenir son certificat d'entreprise au bout de quelques minutes. Il n'est pas nécessaire de se déplacer pour des rendez-vous.

SENS Foods prend exemple sur son voisin slovène ZOIC qui est devenu anglais. Le choix n'a pas été facile à prendre. Au début, l'Allemagne paraissait idéale étant donné le marché porteur des produits sains et la possible aide de Marvin Steiger. Puis, le choix du Royaume-Uni paraissait ambigu par rapport au BREXIT<sup>55</sup>. Au final, le Royaume-Uni paraît comme le meilleur choix. Bien évidemment, l'équipe SENS reste travailler à Prague.

## 2. Marché porteur des snacks novateurs

La valeur maximale d'un marché est de 700 millions de livres sterling pour une compagnie de barres protéinées. La taille du marché pour les barres énergétiques équivaut à 110 millions de livres sterling. En 2017, la croissance du marché sera de 10%. Ce qui rendra la taille du marché à 122 millions de livres sterling.

En plus du marché des barres protéinées, l'industrie des insectes comestibles est en augmentation. Cette nouvelle tendance a débuté il y a 2 ans lorsque deux compagnies américaines Exo et Chapul terminaient leurs campagnes Kickstarter. Aujourd'hui, ces deux compagnies sont les plus performantes dans l'industrie alimentaire.

Concernant le marché européen, Gathrfoods connaît le succès sur le marché anglophone. Cependant, le marché des insectes n'est pas aussi important que les États-Unis. Les consommateurs européens sont toujours méfiants à l'idée de consommer des insectes.

Par exemple, la compagnie Canadean a mené une recherche sur 2000 britanniques pour la consommation d'insectes, en 2014. Les résultats ont montré que 40% des participants peuvent essayer de manger des insectes. 7% veulent manger les insectes de manière régulière. Cela dévoile que le nombre de personnes concernées par la consommation

<sup>55</sup> BREXIT : « British » - Britanniques, « Exit » - sortie. Sortie du Royaume-Uni de l'Union Européenne

d'insectes est en légère augmentation.

### 3. Contraintes législatives européennes

Près de 2 milliards d'individus consomment des insectes dans le monde. Et l'entomophagie construit sa voie vers le succès auprès des européens. Mais les modes d'acquisitions des produits restent encore flous pour les consommateurs. La situation est encore plus complexe pour les entreprises qui souhaitent développer une affaire en Europe.

Mais le secteur de l'entomophagie en Europe est freiné par des réglementations. À savoir les insectes n'étaient pas tellement consommés en Europe avant mars 1997. C'est la raison pour laquelle la nourriture d'insectes est considérée comme « Novel Foods » - nouveau aliment. Les nouveaux aliments sont sujets de contrôles selon la législation européenne « novel foods »<sup>56</sup> auprès de la réglementation 2015/2283. Les « Novel Foods » nécessitent une autorisation de l'autorité européenne de sécurité des aliments (EFSA). Cependant, la réglementation est souvent modifiée pour simplifier le passage des « novel foods » sur le marché européen. Or, il faudra encore du temps pour que le marché de l'entomophagie gagne de l'ampleur avec la législation européenne.

Quelques pays comme les Pays-Bas, la Belgique, le Royaume-Uni ont implanté de nouvelles règles dans leurs pays pour la vente d'insectes. La France devient de plus en plus souple puisque la consommation et la commercialisation d'insectes est tolérée en France mais non autorisée par la loi. La situation est un peu confuse. SENS anticipe en s'informant sur la situation de marché des pays. Les insectes semblent bientôt acceptés dans les menus des européens.

### 4. Prospection de stockage logistique

La petite entreprise doit penser en permanence à son futur. Il faut penser aux divers coûts: communications, ventes, production, développement produit, distribution. Il est nécessaire de repenser le prix moyen d'une barre (barre énergétique : 2€/50g ; barre protéinée : 2.50€/65-70g) et le coût d'un colis expédié au client.

Parmi les missions, j'ai réalisé de la prospection pour rechercher des plateformes logistiques de stockage basées en France. Le but de la startup est d'envoyer ses produits finis en France pour ensuite expédier les commandes clients en Europe (France, Espagne, Royaume-Uni, Allemagne, Benelux...). De nombreuses recherches se sont effectuées sur

---

<sup>56</sup> [http://ec.europa.eu/food/safety/novel\\_food/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/food/safety/novel_food/index_en.htm)

internet mais c'est sur le site Kompass que les entreprises ont été nombreuses. Une vingtaine de mails ont été envoyés pour des demandes d'informations concernant les coûts de stockage, de main d'œuvre, d'expédition des produits. En plus, il faut bien connaître son marché selon ces critères: Réception des produits au stockage (nombres de produits et références, tailles, poids, nombres de réceptions). Stockage : valeur financière du stock, assurance, palettes, cartons. Préparation/Expédition : types de commandes, nombres de commandes/j, emballage, conditionnement, durée de livraison, type de transport...

Bien évidemment, il est difficile de connaître actuellement ces détails car la startup ne produit pas en grosses quantités et de manière industrielle.

Cependant, quelques entreprises semblent attrayantes : Stock AZ ([www.stock-az.fr](http://www.stock-az.fr)) propose ces services : Réception, contrôles, stockage, reconditionnement, base de données du stock... Ses coûts d'expéditions en France sont abordables : 0.75kg/1kg: 5€-7€ (So Colissimo) pour un partenariat avec la poste. Cependant les coûts en Europe sont plus élevés : Allemagne, Belgique, Pays-Bas, Luxembourg: 1kg=9.41€. Royaume-Uni, Italie, Autriche, Espagne: 1kg=11.99€. Les coûts sont encore plus élevés pour les autres pays européens environ plus de 20€.

C'est sur un forum de création d'entreprise français qu'un nouveau entreposage s'est avéré intéressant : Winn'Eure <http://www.transport-winneure.com/>. Basé dans le nord de la France (Evreux & Dreux) près de Paris, cette entreprise se montre intéressée par la startup. Elle travaille en collaboration avec une entreprise voisine qui se charge d'envoyer les commandes. Winn'Eure permet de stocker, conditionner, et préparer des commandes. Les coûts d'entreposage sont de 2€ HT par palette et par mois. S'ajoutent les coûts d'entrées et de sorties de la palette : 1.5€ HT. Cette base logistique est actuellement en cours de négociation avec SENS Foods. Il s'agit de connaître les coûts d'expédition.

Enfin, il est compliqué de trouver une structure logistique de stockage. SENS Foods est une structure en développement, elle ne connaît pas exactement le nombre de commandes. En revanche, certaines entreprises se sont montrées positives quant à travailler avec une startup. Mais certaines bases logistiques préfèrent travailler avec des entreprises dont les commandes journalières sont régulières et élevées.

## **CONCLUSION**

Pour conclure, SENS Foods fait face à de nombreux défis sur le marché de niche. C'est un travail acharné qui rendra des résultats en s'inspirant des expériences de ses concurrents. À l'avenir SENS Foods projette d'inventer de nouveaux produits comme des pâtes, des biscuits pour élargir son public. Le marché des insectes est encore nouveau mais promet un bel avenir pour SENS Foods. Bien avant, l'argent récolté sur Kickstarter permettra de se développer et de produire en plus grosses quantités. SENS Foods projette d'inventer de nouveaux parfums. Aussi, les magasins d'alimentation saine et sportifs sont une voie pour vendre les produits s'ajoutant à la vente en ligne.

Le stage chez SENS Foods à Prague a été révélateur et passionnant. J'ai découvert le fonctionnement d'une startup et le domaine du marketing que je ne connaissais pas.

En plus de quelques tâches commerciales, j'ai discerné de nouvelles compétences du domaine marketing. Mon stage de deuxième année était concentré sur la prospection dans le commerce international. Le stage dans une startup est une excellente occasion pour apprendre des savoirs variés. Je n'étais pas attirée par le secteur du marketing et de la communication. J'ai apprécié d'utiliser le marketing dans la création d'une entreprise.

Je pense avoir acquis de l'organisation, de l'efficacité dans le travail grâce à l'utilisation d'une plate-forme de communication collaborative (ex : Slack), d'une application web (ex : Asana). Mes compétences linguistiques en français, anglais et parfois espagnol ont été mises à contribution pour la prospection de blogueurs, les traductions du projet sur le site Sensbar.com, Kickstarter, etc... Puis, j'ai développé mes connaissances rédactionnelles en anglais pour correspondre avec les blogueurs et les responsables d'entrepôts logistiques.

Donc, j'ai assisté au développement d'une startup en quête de reconnaissance auprès des internautes. J'ai observé la complexité d'une création d'entreprise qui fait face à des succès, questionnements et défis. Je ne me rendais pas compte de toute la longueur des étapes à réaliser. J'ai donné mon avis sur la saveur des barres, l'esthétique du site web et du projet déposé sur le site Kickstarter. J'ai découvert l'analyse de marché, les concurrents et les clients potentiels. Ainsi que, l'importance de la maîtrise du droit français, européen et international pour faire face aux défis de la législation. Enfin, la prospection commerciale a permis de me montrer convaincante malgré les refus de collaborations.

Mon expérience professionnelle chez SENS Foods est riche en points positifs. Ce stage fut enrichissant car j'ai appris de nouveaux savoirs pratiques. J'espère créer une entreprise dans mon avenir professionnel ou travailler à l'étranger. Je sais qu'il faut avoir une idée novatrice et savoir s'entourer des personnes compétentes. La création d'entreprise est une expérience excitante.

Je poursuis mes études avec le master RDI (responsable du développement international) car je suis toujours intéressée par les échanges internationaux, le domaine de l'export et l'usage des langues étrangères dans le monde professionnel.

## **RÉSUMÉ**

Dans l'objectif de valider ma licence LEA (langues étrangères appliquées), j'ai réalisé mon stage à l'étranger pour avoir une expérience professionnelle en anglais. Mon stage s'est déroulé pendant 2 mois dans la startup SENS Foods située à Prague, en République Tchèque. La startup est en phase de développement pour la vente de son produit innovant dans le secteur alimentaire. Elle propose des barres protéinées et énergétiques fabriquées avec de la farine de grillons. Ces barres sont d'origine naturelle et respectueuses de l'environnement. Ses produits se destinent aux sportifs et aux consommateurs ayant un mode de vie sain. L'entreprise en herbe veut vendre ces barres novatrices sur le marché européen. Actuellement, le projet de SENS Foods est disponible sur le site web Kickstarter pour obtenir des ressources financières par des internautes.

J'ai choisi de travailler pour une startup car je voulais découvrir de nouveaux défis. En outre, je suis passionnée par l'alimentation saine et les activités sportives. Je voulais découvrir le domaine de la communication tout en réalisant des recherches commerciales. Cela s'accorde avec mes études LEA et mon futur projet d'intégrer le master Responsable du Développement International (RDI) à Lorient.

Dans ce rapport, je présente la problématique suivante :

**Dans quelle mesure une startup développant un produit novateur doit faire face aux défis d'un marché de niche européen ?**

Dans la première partie, je décris le fonctionnement d'une startup qui est essentiel pour comprendre les stratégies face aux défis. Je réalise une brève description de l'historique, de l'équipe et de son objectif. Ensuite, j'explique le marché de niche entouré par un domaine d'activité, un produit et des clients spécifiques. Puis, j'ajoute la concurrence européenne et américaine sur ce marché. Dans une deuxième partie, j'analyse les moyens que SENS Foods utilise pour affronter les défis du marché. J'explique les segments du marché de niche ainsi que la campagne de promotion pour un site de financement. Enfin, je souligne l'importance du thème commercial nécessaire à la croissance financière de la startup.

Mon rapport de stage comporte des explications et un regard critique sur les missions effectuées.

## **TABLE DES ANNEXES**

- I/ Carte « République Tchèque : Cœur de l'Europe », P°38
- II/ Logo et photos des bureaux de xPORT Business Accelerator, P°38
- III/ Infographie « Comparaison des taux de protéines et de graisses », P°39
- IV/ « 20 reasons why insects will be staple of our diet in 10 years », P°40
- V/ Photographies des barres protéinées SENS, P°41
- VI/ Photographies des barres énergétiques SENS, P°41
- VII/ Logo Kickstarter et visuel campagne SENS Foods, P°42
- VIII/ Timeplan, P°42
- IX/ Photographies échantillons, P°42
- X/ Aperçu base de données « PR-Blogs & People », P°43
- XI/ Aperçu « OLRM sheet », P°43
- XII/ Aperçu du logiciel Mozilla Thunderbird, P°44
- XIII/ Exemple de mail envoyé aux blogueurs français, P°44
- XIV/ Visuel du site web de la startup, P°45
- XV/ Visuel de la page Facebook, P°45
- XVI/ Visuel du compte Twitter, P°46
- XVII/ Visuel compte Instagram, P°46
- XVIII/ Certification de création d'entreprise anglaise, P°47

## I/ Carte « République Tchèque : Cœur de l'Europe »



*(<http://mapssite.blogspot.fr/2009/08/prague-map-europe.html>)*

## II/ Logo et photos des bureaux de xPORT Business Accelerator

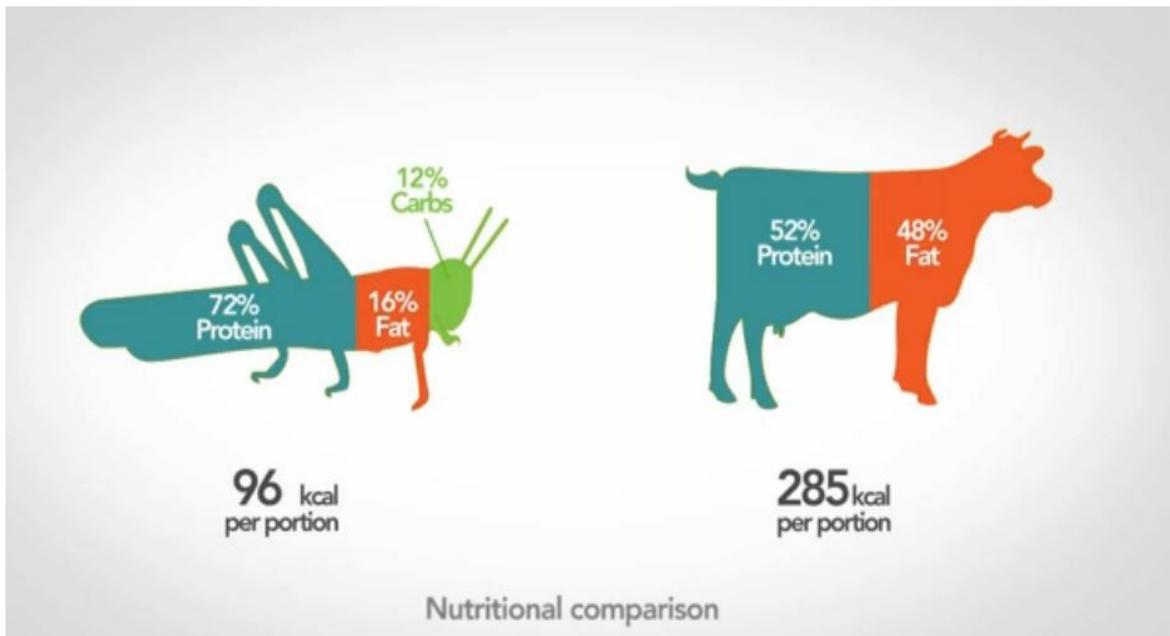
**xPORT VSE**  
Business Accelerator



<http://xport.vse.cz/>



### III/ Infographie « Comparaison des taux de protéines et de graisses »



<https://hlmgrandyoff.com/2014/05/14/les-insectes-contre-la-faim-une-conference-internationale-pour-avancer/>

# IV/ « 20 reasons why insects will be staple of our diet in 10 years »

## 20 REASONS why insects will be staple of our diet in 10 YEARS

**YOU WON'T KNOW IT'S THERE**  
Insects can be milled into powder with neutral taste and added to various meals to improve their nutritional values.

**A PART OF THE FINE DINING WORLD**  
Some michelin star restaurants are offering insects as part of their menus.

**WE ARE MORE AND MORE OPEN MINDED**  
Westerners fear insects, as they did Sushi in the 1970s, or even lobsters, who are really just giant insects that were regarded as inferior and repulsive.

**MORE POPULAR THAN ONE MIGHT THINK**  
It is estimated that insects form part of the traditional diet of at least 2 billion people.

**INSECTS CAN UPLIFT DEVELOPING COUNTRIES**  
Insect harvesting offer low-tech and low-capital opportunity of livelihood to even the poorest countries often to disadvantaged women.

**ALREADY A PART OF OUR DIETS**  
As various food contains legally allowed number of insects, the average westerner already consumes about 1 kg of insects every year.

**THE BEST PROTEIN FOR HUMAN BODY**  
In many ways, a meat protein is superior to protein from plants. The meat protein is, however, in the same quality as protein from insects.

**THE HEALTH BENEFITS ARE ENDLESS**  
Many insects contain good and healthy fats. They are also rich in calcium, iron and zinc.

**SAFER TO EAT THAN LIVESTOCK**  
We are similar enough to our livestock to be able to catch their diseases. However, insects have a much lower risk of passing disease on to us.

**NO NEED FOR ANTIBIOTICS**  
Overuse of antibiotics for livestock is no joke. Fortunately, no antibiotics are used for raising insects, thus, reduced risk of super bacteria.

**TO PRODUCE THE SAME AMOUNT OF PROTEIN:**

**LESS FEED IS NEEDED**  
Crickets need 12 times less feed than cattle, four times less feed than sheep, and half as much feed as pigs and broiler chickens to produce the same amount of protein)

**LESS WATER IS NEEDED**  
According to the authors, the production of 1 kg of chicken requires 2 300 litres of virtual water, 1 kg of pork requires 3 500 litres and 1 kg of beef requires 22 000 litres, with estimates for the latter reaching as high as 43 000 litres.

**LESS TIME IS NEEDED**  
Crickets lay 1200 eggs every 3-4 weeks and mature in around a month.  
14 400x

**LESS LAND IS NEEDED**  
Cow has one calf a year and mature in two years.  
1x

**LESS GHG ARE PRODUCED**  
A kilogram of beef has an impact similar to driving 250 kilometres in a car.  
That is like driving from Amsterdam to Brussels...and driving additional 50 kilometres around the city.

**MORE OF THE WHOLE ANIMAL IS EDIBLE**

80% (Cricket), 55% (Chicken), 55% (Pig), 40% (Cow)

**INSECTS CAN EAT WHAT WOULD BE NORMALLY WASTED**  
Insects can be fed on organic waste streams. (=insects can eat feed what would be normally thrown out as a waste)

**LESS KILLING OF INTELLIGENT BEINGS**  
Pigs are similar to dogs, chimpanzees, or even 3 year old children in terms of intelligence. However, 44 pigs are killed every second in the world.

**SATISFYING ANIMAL WELFARE OF INSECTS**  
Insects are usually used to living in dense population. Moreover, their central nervous system is so simple, that insects almost certainly do not feel pain.

**A HUMANE WAY TO KILL**  
For example, crickets are before harvesting frozen and put into hibernation, which mimics diapause, their natural phase of sleeping.

So brace yourself  
**MORE THAN 1900 SPECIES**  
of known edible insects waiting!

VI/ Photographies des barres protéinées SENS



Chocolat & Sésame



Beurre de cacahuète & Cannelle

VI/ Photographies des barres énergétiques SENS



Chocolat noir & orange



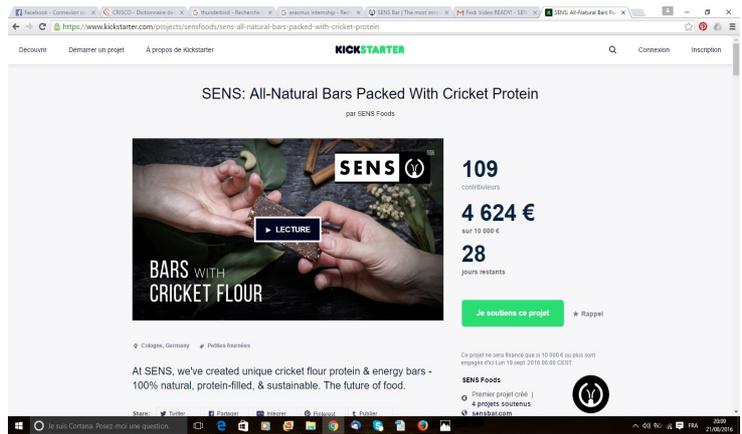
Ananas & Noix de Coco

*sensbar.com*

## VII/ Logo Kickstarter et visuel campagne SENS Foods

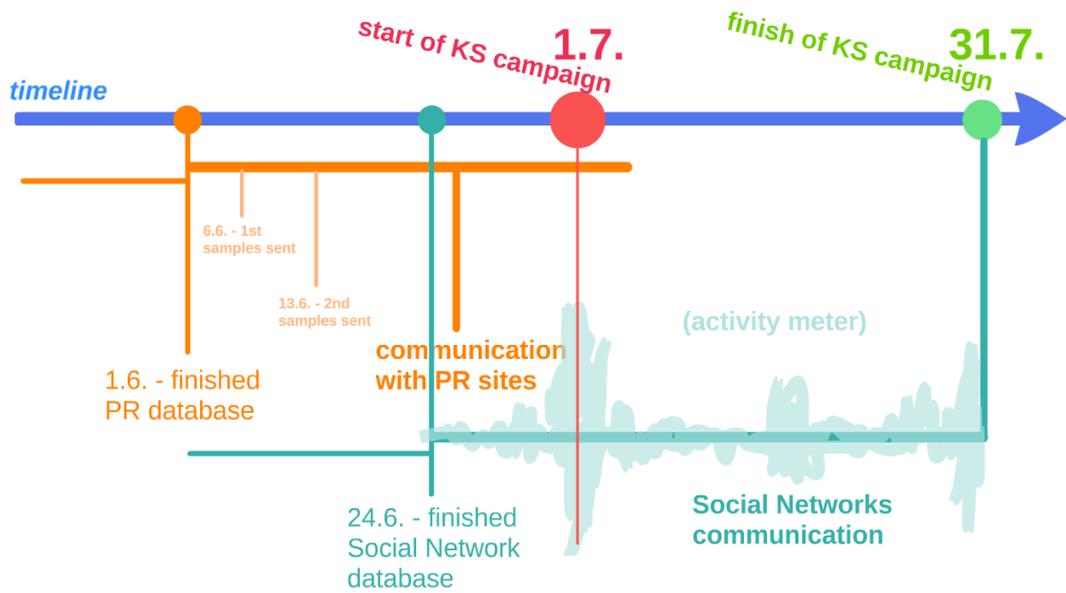


<http://www.journaldugeek.com/2016/02/09/kickstarter-100000-campagnes-reussie/>



<http://sensbar.com/kickstarter>

## VIII/ Timeplan



[wiki.sensfoods.com](http://wiki.sensfoods.com)

## IX/ Photographies échantillons



Google Drive SENS

## X/ Aperçu base de données « PR-Blogs & People »

Rapport de stage Pauline Fe | SF - Buzz - Sports - Goc X

docs.google.com/spreadsheets/d/1L\_DFF7VMUd5EeGcsYhVzUAcr2q0t9Nk7H5QSDmw/edit?gid=69367678

SF - Buzz - Sports

Fichier Édition Affichage Insertion Format Données Outils Modules complémentaires Aide Dernière modification il y a 3 jours par Álvaro Morales

K6 % 0.00 123 Arial 14

This sheet serves for Blog, Vlog, Twitter, Opinion leader type

Database creation phase										Interaction phase		
Type	Subtopic	Sub-Subtopic	Differentiator	URL	email	other contact	comment	Readiness of the entry	What to be improved	Help Tags	Alexa rank x # Subscribers	
Blog	Women	Yoga	0	<a href="http://yogastern.com/">http://yogastern.com/</a>	yogastern@googlemail.com	491786836451		10	name			
Blog	Women	Yoga	0	<a href="http://www.urban योगini.de/">http://www.urban योगini.de/</a>	swantje@urbanyogini.de	1786836451		10	name			
Blog	Outdoor	Running	0	<a href="https://eiswuerfelmschuh.wu">https://eiswuerfelmschuh.wu</a>	eiswuerfelmschuh@googlemail.com	Tel. +49 171 263 20 15.		10	name	page		
Blog	Outdoor	Running	0	<a href="http://www.eduard-andrae.de">http://www.eduard-andrae.de</a>	info@eduard-andrae.de	03573 663914		10				
Blog	Outdoor	Running	0	<a href="http://www.laufen-total.de/">http://www.laufen-total.de/</a>	kontakt@laufen-total.de	352691309737		10				
Blog	Outdoor	Running	0	<a href="http://www.freiluft-blog.de/">http://www.freiluft-blog.de/</a>	sven@seven.lu			10				
Blog	Outdoor	Triathlon	barsYES	<a href="http://www.ironchrisi.de/">http://www.ironchrisi.de/</a>	mail@ronchrisi.de			10	name			
Blog	Outdoor	Triathlon	0	<a href="http://claudigivesitatri.de/">http://claudigivesitatri.de/</a>	Claudia@claudigivesitatri.de			10				
Blog	Bodybuilding	Running	barsYES	<a href="http://www.got-big.de/Blog/">http://www.got-big.de/Blog/</a>	fragen@thomasbluhm.com	17667787077		10				
Blog	Outdoor	Running	0	<a href="http://www.laufhannes.de/">http://www.laufhannes.de/</a>	mail@laufhannes.de	<a href="http://www.fitness.de/blog/kontakt">http://www.fitness.de/blog/kontakt</a>		10				
Blog	Bodybuilding	Running	barsYES	<a href="http://www.fitness.de/blog/">http://www.fitness.de/blog/</a>	info@sporlaedchen.de			10				
Blog	Bodybuilding	Running	barsYES	<a href="https://www.marathonfitness.de/">https://www.marathonfitness.de/</a>	office@marathonfitness.de	<a href="https://www.marathonfitness.de/kc">https://www.marathonfitness.de/kc</a>		10				
Blog	Bodybuilding	Running	barsYES	<a href="http://code-fitness.de/">http://code-fitness.de/</a>	info@code-fitness.de			10				
Blog	Women	Wellness	barsYES	<a href="http://tacos-fitnessblog.de/">http://tacos-fitnessblog.de/</a>	info@tacos-fitnessblog.de	17656848154		10				
Blog	Bodybuilding	Running	0	<a href="http://formvorgewicht.de/">http://formvorgewicht.de/</a>	contact@formvorgewicht.de			10				
Blog	Bodybuilding	Running	barsYES	<a href="http://www.4yourfitness.com/">http://www.4yourfitness.com/</a>	pat@4yourfitness.at			10				
Blog	Bodybuilding	Running	0	<a href="http://fitstrongsexy.de/">http://fitstrongsexy.de/</a>	micha@fitstrongsexy.de			10				
Blog	Outdoor	Running	0	<a href="http://fitvolution.de/warum/">http://fitvolution.de/warum/</a>	info@fitvolution.de			10				
Blog	Women	Wellness	barsYES	<a href="http://www.beingfitsfun.com/">http://www.beingfitsfun.com/</a>	jenny@beingfitsfun.com	+49 (0) 0160 7918 915		10				
Blog	Bodybuilding	Running	barsYES	<a href="http://aerisports.de/">http://aerisports.de/</a>	furorgermanicus@gmail.com			10				
Blog	Bodybuilding	Running	barsYES	<a href="http://www.germancosmetics.com/">http://www.germancosmetics.com/</a>	info@germancosmetics.com	+49 (0) 931 33 07 84 80		10				

Introduction Fake human profiles PR - Blogs & People PR - Pages SN - FB Groups SN - Forums SN - Content to be commented Evaluation of progress

Je suis Cortana. Posez-moi une question.

23:44 21/08/2016

## XI/ Aperçu « OLRM sheet »

Rapport de stage Pauline Fe | business\_model\_canvas.pdf SF - OLRM - Opinion Le X

docs.google.com/spreadsheets/d/19aa0B-515x8X7ySpnAadDC-JWBir5WzhdgvmK8kU/edit?gid=240101508

SF - OLRM - Opinion Leaders Relationship Management

Fichier Édition Affichage Insertion Format Données Outils Modules complémentaires Aide Dernière modification il y a 2 jours

K6 % 0.00 123 Arial 10

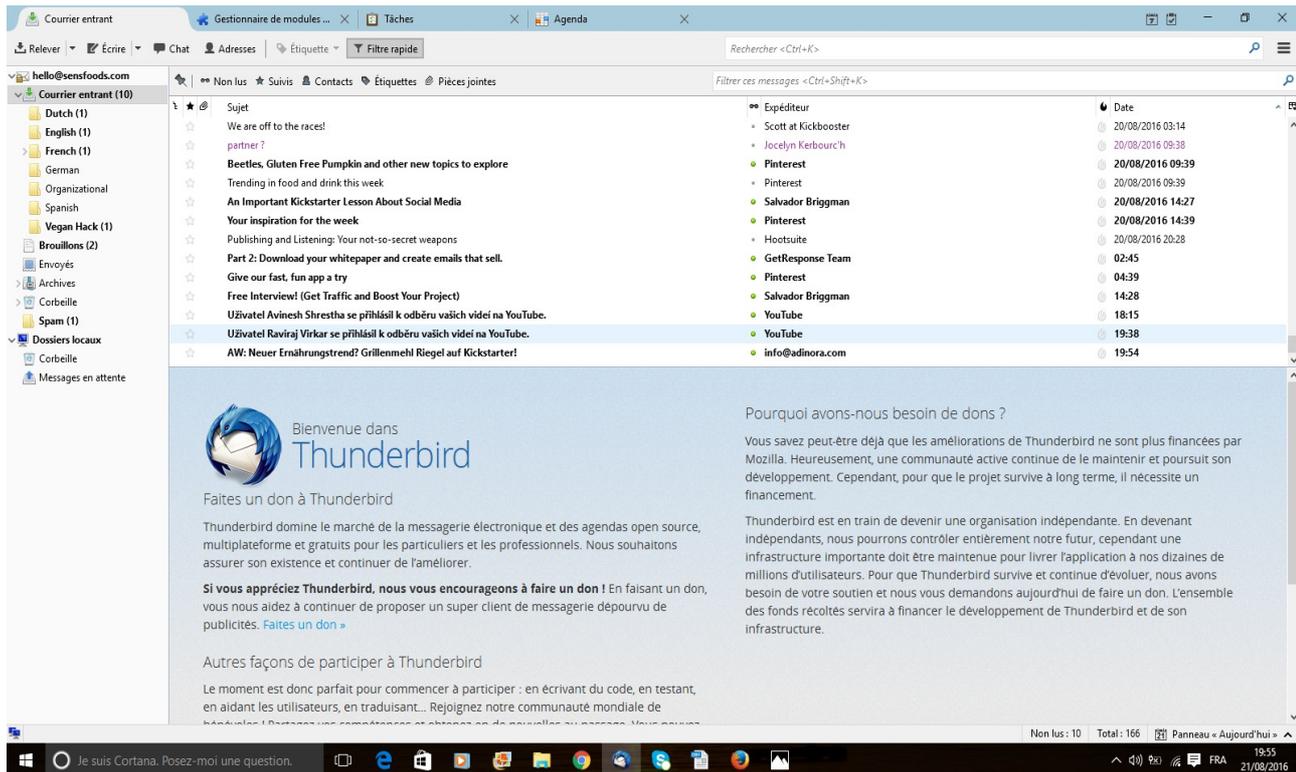
ID	Hobby	Page name	Our name used!!!	EMAIL	First name	Alexa rank	firste email sent to them	Their reaction?
French1	paleo diet	Paléo Régime	Manon	contact@paleo-regime.fr	Benjamin & Jérémy	581,839	24/6 P	24/6 P
French2	healthy food	Les Cousines	Manon	melanieclaudedaigne@gmail.com	Mélanie	N/A	24/6 P	24/6 P
French3	Fitness	The Fitness Theory	Manon	thefitnesstheory@gmail.com	Charlotte	799,830	24/6 P	24/6 P
French4	healthy food	Les Recettes de Juliettes	Manon	lesrecettesdejuliette@yahoo.fr	Juliette		24/6 N	24/6 N
French5	sustainable food	Le cri de la courgette	Manon	cecilelorillon@gmail.com	Cécile	1,567,316	24/6 P	24/6 P
French6	gluten free food	Clem sans gluten	Manon	clementine@clensansgluten.com	Clementine		24/6 N	24/6 N
French7	healthy food	A Frenchie in London	Manon	afrenchieinlondon@gmail.com	Eizabeth	N/A	24/6 P	24/6 P
French8	fitness	Fitness Attitude	Manon	healthyfifewithlu@gmail.com	Lucile	N/A	24/6 P	24/6 P
French9	fitness	Fourchette & Bikini	Manon	thomas.sanchez@mf.fr	Thomas		24/6 D	24/6 D
French10	Bodybuilding	MusculationAuFéminin	Manon	gwen@musculationaufeminin.com	Gwen	950,955	24/6 P	24/6 P
French11	running	Le Runner Geek	Manon	lerunnergeek@gmail.com	Benjamin	1,061,267	24/6 P	24/6 P
French12	fitness	Pensées By Olivia	Manon	PenseesbyOlivia@gmail.com	Olivia	8,067,037	24/6 P	24/6 P
French13	running	Baskets aux pieds	Manon	enma@basketsauxpieds.com	Stéphanie	7,128,162	24/6 P	24/6 P
French14	yoga	3heures4minutes	Manon	clementine.yoga@gmail.com	Clémentine		24/6 N	24/6 N
French15	yoga	Studio Satva Yoga & Pilates	Manon	contact@satvayogatoulouse.fr	Faty		24/6 P	24/6 P
French16	yoga	Cloé Bertrand	Manon	cloe@cloebertrand.com	Cloé	11,942,656	24/6 P	24/6 P
French17	fitness	Fit your Dreams	Manon	fityourdreams@gmail.com	Leona		24/6 D	24/6 D
French18	Climbing	Grimpe à vue!	Manon	fabien@grimpe-a-vue.com	Fabien & Lilian	1,497,052	24/6 P	24/6 P
French19	Climbing	<a href="https://www.instagram.com/aline_d">https://www.instagram.com/aline_d</a>	Manon	Hokori@hotmail.be	Aline	21.5k	she contacted us herself	24/6 P
French20	yoga	Endorphine	Manon	laure@endorphine.fr			26/6 N	26/6 N
French21	fitness	Fitnessmith	Manon	fitnessmith23@gmail.com	Smith		26/6 D	26/6 D
French22	Bodybuilding	Life Bodybuilding	Manon	lifebodybuilding@gmail.com	Vincent	766.96	26/6 P	26/6 P
French23	healthy food	Vintage Touch	Manon	vintageouchblog@gmail.com	Emilie	2,794,145	24/6 P	24/6 P
French24	Bodybuilding	Musculation.com	Manon	azfiteh@hotmail.com	Stephen	58,712	26/6 N	26/6 N

Reaction Questions English Dutch Spanish German Czech French Metadata sheet

Je suis Cortana. Posez-moi une question.

19:50 21/08/2016

## XII/ Aperçu du logiciel Mozilla Thunderbird



## XIII/ Exemple de mail envoyé aux blogueurs français

Bonjour Leona,

Merci beaucoup pour votre réponse positive !

Nous avons travaillé 24/7 sur nos barres. Cela nous fait plaisir que vous êtes intéressée!  
Nous travaillons sur la production d'échantillons, sur les emballages, etc... Nous avons l'intention de vous envoyer ceci pour la semaine du 27 juin !

Pendant ce temps, vous pouvez regarder les photos des barres. Je vous envoie une photo avec nos 4 parfums et les ingrédients. Vous pouvez vous attendre à des barres énergétiques "chocolat noir & orange", "ananas & noix de coco". Et des barres protéinées "chocolat noir & sésame", "beurre de cacahuète & cannelle".

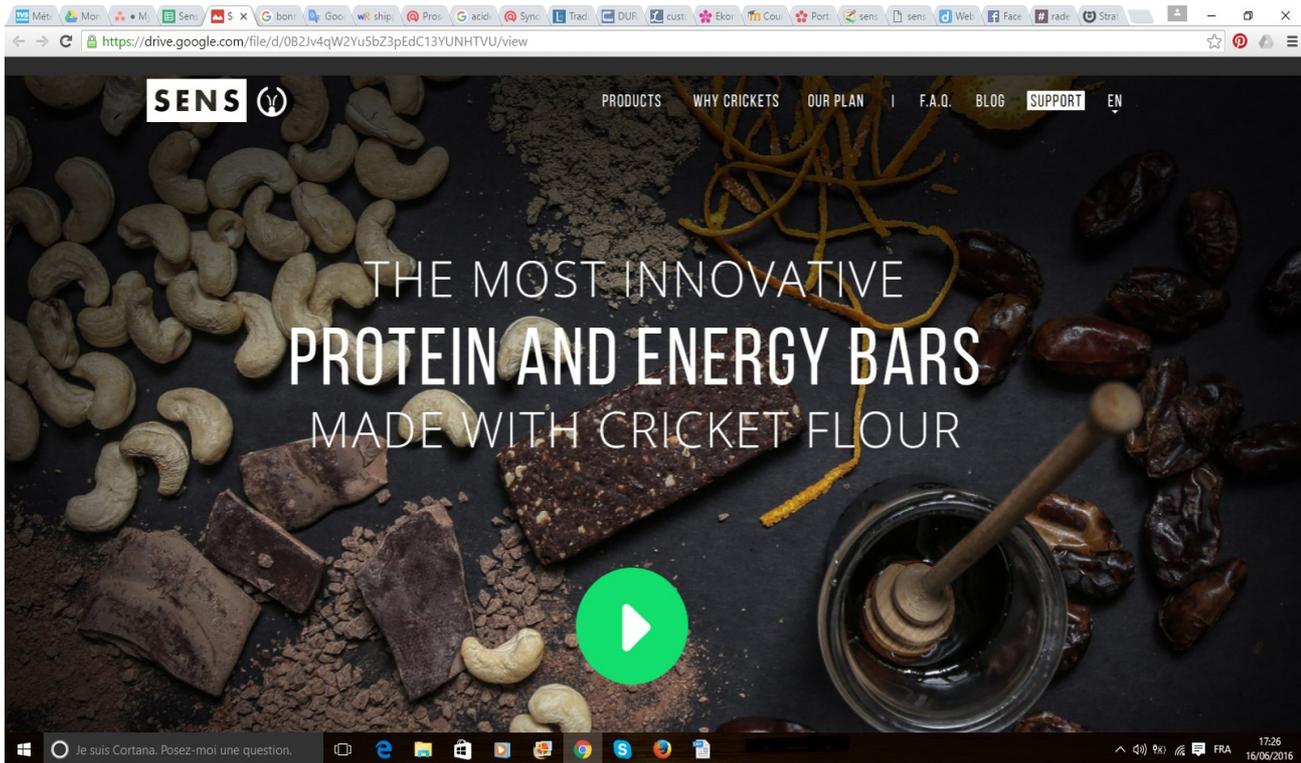
Cordialement,

Manon / SENS foods

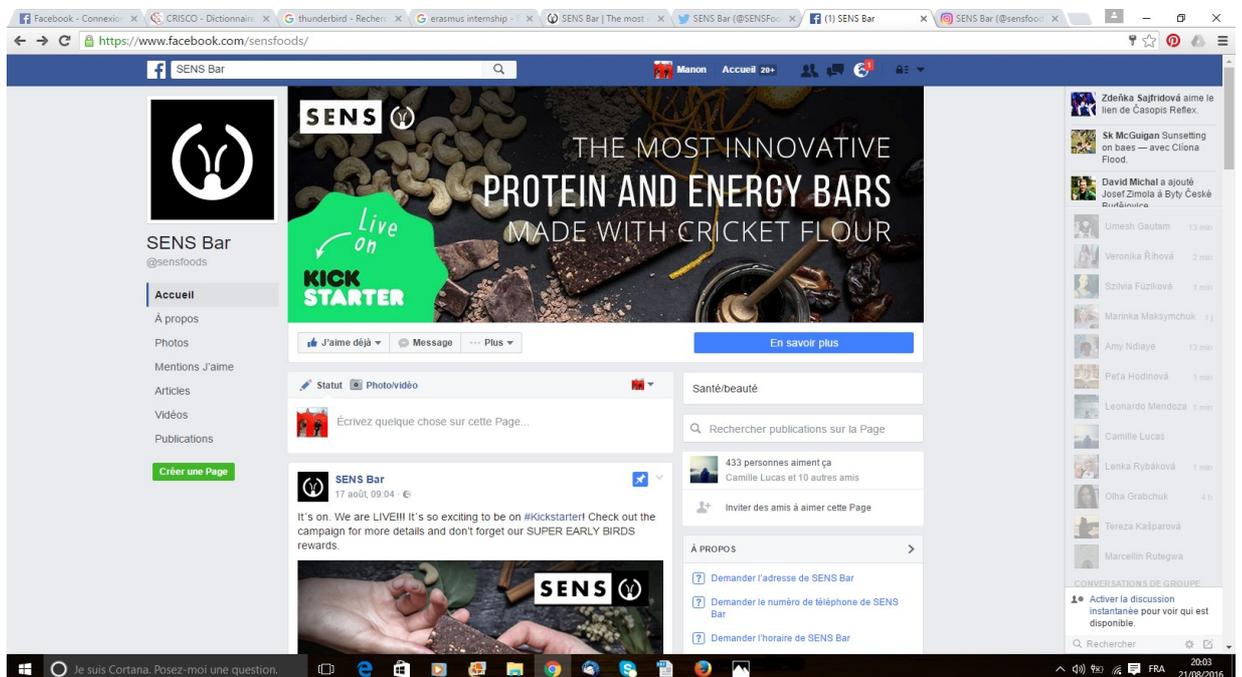


<http://sensbar.com/>

## XIV/ Visuel du site web de la startup



## XV/ Visuel de la page Facebook



## XVI/ Visuel du compte Twitter

Facebook - Connexion x CRISCO - Dictionnaire x thunderbird - Recher... erasmus internship x SENS Bar | The most x SENS Bar (@SENSFoc... (1) SENS Bar x SENS Bar (@sensfoo... x

Twitter, Inc. (US) <https://twitter.com/SENSFoods>

Accueil Notifications Messages Rechercher sur Twitter

MADE WITH CRICKET FLOUR KICK STARTER

TWEETS 48 ABONNEMENTS 426 ABONNÉS 207 AIMÉS 31

Abonné

**SENS Bar**  
@SENSFoods  
We are an innovative food startup offering delicious products made with insect flour  
sensbar.com  
Inscrit en juin 2016

Tweets Tweets & réponses Médias

SENS Bar @SENSFoods · 1 h  
Weekend in a hotel resort&spa + an insect dinner prepared by our chef. Only few clicks away: [sensbar.com/kickstarter](http://sensbar.com/kickstarter)

ProcastiBaking Bugs @pr...  
Lorenzo Pezzato @Entomo...  
EatingAsActOfWorship @E...

Tendances · Modifier  
#FRADAN  
6 989 Tweets  
#Rio2016  
1,71 M Tweets  
#EAGOM  
36,6 k Tweets  
Brésil  
28,6 k Tweets

Je suis Cortana. Posez-moi une question.

20:04 21/08/2016

## XVII/ Visuel compte Instagram

Facebook - Connexion x CRISCO - Dictionnaire x thunderbird - Recher... erasmus internship x SENS Bar | The most x SENS Bar (@SENSFoc... SENS Bar | Facebook x SENS Bar (@sensfoo... x

<https://www.instagram.com/sensfoods/>

**sensfoods** S'abonner

SENS Bar Sensible | Natural | Innovative

6 publications 37 abonnés 15 suivis

Je suis Cortana. Posez-moi une question.

20:01 21/08/2016



**CERTIFICATE OF INCORPORATION  
OF A  
PRIVATE LIMITED COMPANY**

Company Number **10300643**

The Registrar of Companies for England and Wales, hereby certifies that

**SENS FOODS LTD**

is this day incorporated under the Companies Act 2006 as a private company, that the company is limited by shares, and the situation of its registered office is in England and Wales.

Given at Companies House, Cardiff, on **28th July 2016**.

The above information was communicated by electronic means and authenticated by the Registrar of Companies under section 1115 of the Companies Act 2006

  
Companies House



## **LEXIQUE**

- **Auto-entrepreneur** : S'adresse aux personnes physiques qui veulent créer une entreprise.
- **Alexa** : Site qui permet de connaître la popularité d'un site.
- **Adresse URL** : Le nom de domaine d'un site internet (<https://www...>).
- **Asana** : Application web pour organiser les tâches de travail sans emails.
- **Benelux**: Belgique, Pays-Bas, Luxembourg. Regroupement de 3 pays pour motif économique à la fin de la Seconde Guerre Mondiale.
- **Bodybuilder** : Qui pratique la musculation.
- **Buzz Strategy** : Faire parler du produit, le faire connaître par l'aide des blogueurs ou une plateforme sur internet.
- **Bachelor of Business administration**: Licence de gestion des entreprises.
- **BREXIT** : « British » - Britanniques, « Exit » - sortie. Sortie du Royaume-Uni de l'Union Européenne.
- **CrossFit** : Mixe la gymnastique, l'haltérophilie, musculation.
- **Double Diplôme** : Licence Langues étrangères appliquées / Spanish language for european and international trade. 4 semestres à l'Université de Bretagne-Sud et 2 semestres à l'Université de Bohême du Sud (České Budějovice, République Tchèque) – Erasmus.
- **Durable** : Qui respecte les besoins du présent en pensant aux besoins du futur. Exemple : respecter l'environnement pour les générations futures.
- **Entomophagie** : Consommation d'insectes par l'être humain.
- **Euromonitor** : Fournit des analyses de marchés, des statistiques sur des entreprises par exemple.
- **Facebook** : Réseau social sur internet qui permet d'échanger des messages avec des amis du monde entier. Les internautes peuvent publier des photos, des vidéos, etc...
- **Fructose** : Sucre simple présent dans les fruits et le miel.
- **Flexitariens** : Pratique du véganisme et du mode de vie végétarien.
- **Forum** : Espace de discussion.
- **Grillon** : Un insecte de la famille Gryllidae. Réduit à l'état de farine, sa protéine s'ajoute à des aliments de la consommation humaine (pâtes, biscuits, barres protéinées...).
- **Gluten** : La « fraction protéique insoluble du grain » (ex : blé) - Source Wikipédia
- **Indice glycémique** : Permet de comparer les aliments en glucides selon leur glycémie (taux de glucose dans le sang).
- **Infographie** : Met en images des informations. Ce contenu est ludique et facile à lire.
- **Instagram** : Application pour téléphones mobiles dans le but de publier des photos.
- **Influenceurs** : Ou modèles, et styles de vie à suivre.
- **Kickstarter** : Site de financement participatif (crowdfunding en anglais).

- **Leo Burnett** : Réseau d'agences de publicité présentes dans le monde entier. Fondé en 1935.
- **LOHAS** : (the Lifestyle of Health and Sustainability) est l'acronyme d'un « lifestyle », d'un mode de vie moderne. Les consommateurs LOHAS s'intéresse à l'achat de légumes biologiques, d'aliments commerce équitable.
- **Lifestyle** : Mode de vie/style de vie désigne la façon de vivre, de consommer, de s'habiller. Lifestyle devient une cible marketing.
- **Marché de niche** : C'est un petit segment de marché qui propose un service ou un produit à une clientèle spécifique.
- **MailChimp** : Site web pour envoyer des emails automatiques, par exemple.
- **Mozilla Thunderbird** : Programme de messagerie qui comporte les adresses emails d'une personne. Il permet de consulter les emails dans un seul espace.
- **Médiakit** : Document marketing envoyé à des individus dans le but de rédiger un article. Ce document explique les données importantes à savoir sur une entreprise.
- **Psyllium** : Une graine du plantain des Indes (Plantago Ovata)
- **Paid Marketing** : Ou coût par clic permet d'être rémunéré que internet.
- **Quora** : Collaboration d'internautes qui gèrent des questions-réponses.
- **Reddit** : Communauté de partage sur internet pour échanger des liens de sites web.
- **Régime Paléolithique** : Reprendre les habitudes des ancêtres. Consommer des poissons, viandes, volailles, fruits et légumes. Il n'est pas autorisé de consommer des produits transformés.
- **Slack** : Outil de communication en ligne professionnel. Permet de travailler en groupe.
- **Snack** : Consommé en dehors des repas.
- **Socio-démographique** : Segmentation d'une population selon des éléments sociodémographiques comme le sexe, l'âge, lieu de résidence, etc...
- **Snapchat** : Application sur mobiles pour discuter avec ses contacts. La vidéo est disponible pour un temps limité.
- **TRX** : “Training Under Suspension”, entraînement par suspension de poids de corps. Sport inventé par les Marines aux États-Unis. Série d'exercices sur un appareil de suspension.
- **Trekking** : Randonnée en montagne sur plusieurs jours.
- **Twitter** : Permet des envois de messages, de publier des informations pour une deuxième fois.
- **Végétarien** : Consommation de végétaux, miel, œufs, lait.
- **Véganisme** : Régime alimentaire qui consiste à ne pas consommer de produits d'origine animale.
- **Vlog** : Un blog dans une vidéo. L'utilisateur poste une vidéo sur sa vie, ses astuces, etc...
- **Youtubeuse/Youtubeur** : Qui publie des vidéos beauté/sport/alimentation/humour ou sciences sur Youtube.
- **Wiki** : Outil web d'entreprise qui explique les consignes de travail, et les informations à savoir.

## **SITOGRAFIE**

<https://fr.wikipedia.org/wiki/Facebook>

<http://www.my-business-plan.fr/stage>

[https://en.wikipedia.org/wiki/Cricket\\_\(insect\)#As\\_food](https://en.wikipedia.org/wiki/Cricket_(insect)#As_food)

[https://fr.wikipedia.org/wiki/Gryllidae#Int.C3.A9r.C3.AA\\_t\\_alimentaire](https://fr.wikipedia.org/wiki/Gryllidae#Int.C3.A9r.C3.AA_t_alimentaire)

[http://learn.org/articles/What\\_is\\_a\\_Food\\_Technologist.html](http://learn.org/articles/What_is_a_Food_Technologist.html)

<https://fr.wikipedia.org/wiki/Benelux>

[https://fr.wikipedia.org/wiki/Prague#cite\\_note-7](https://fr.wikipedia.org/wiki/Prague#cite_note-7)

<http://ec.europa.eu/eurostat/fr>

<http://www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=definitions/auto-entrepreneur.htm>

<https://cz.linkedin.com/in/danielvach>

<https://cz.linkedin.com/in/radekhusek>

<http://sensbar.com/>

<https://fr.wikipedia.org/wiki/Fructose>

[https://fr.wikipedia.org/wiki/Indice\\_glyc%C3%A9mique](https://fr.wikipedia.org/wiki/Indice_glyc%C3%A9mique)

[https://fr.wikipedia.org/wiki/Mode\\_de\\_vie](https://fr.wikipedia.org/wiki/Mode_de_vie)

<http://www.linternaute.com/dictionnaire/fr/definition/critere-socio-demographique/>

<http://www.definitions-marketing.com/definition/marche-de-niche/>

<http://www.statista.com/statistics/309812/retail-sales-value-of-snack-bar-categories-in-the-united-kingdom-uk/>

<http://www.nutraingredients.com/Markets-and-Trends/UK-energy-bar-sales-triple-and-set-to-rise>

<http://techcrunch.com/2016/03/07/this-edible-cricket-protein-startup-just-got-4-million-to-get-you-to-eat-more-bugs/>

<http://www.foodbev.com/news/world-food-innovation-awards-2016-winners-announced/>

<http://www.canadean.com/>

<http://www.nutraingredients.com/Markets-and-Trends/Insects-40-of-UK-consumers-are-willing-to-try-them-says-Canadean>

## **BIBLIOGRAPHIE**

- **LOHAS. Or : The Consumption of Sustainability,**  
 Janina Heim, Master student Environmental Governance, University of Freiburg,  
 SOE Scientific Paper, April 2011  
[file:///C:/Users/Utilisateur/Google%20Drive/Sens%20Foods/SENS%20Foods%20-%20General/Business%20plan/Research/Lohas\\_paper.pdf](file:///C:/Users/Utilisateur/Google%20Drive/Sens%20Foods/SENS%20Foods%20-%20General/Business%20plan/Research/Lohas_paper.pdf)
- **Consumer Trends: Sweet and Savoury Snacks in France,**  
 the Minister of Agriculture and Agri-Food Canada (2012)  
<file:///C:/Users/Utilisateur/Google%20Drive/Sens%20Foods/SENS%20Foods%20-%20General/Business%20plan/Sales%20Growth%20Sources/snacks%20france.pdf>
- **Edible Insects : Future Prospects for food and feed security,**  
 Arnold van Huis Joost Van Itterbeeck Harmke Klunder, FAO forestry paper Rome, 2013  
<file:///F:/LEA/LEA3/annexe/FAO%20-%20Edible%20Insects%20-%20Future%20prospects%20for%20food%20and%20food%20security.pdf>
- **A Bug's Life: Large-scale insect rearing in relation to animal welfare,**  
 Wageningen UR, Erens, J., Es van, S., Haverkart, F., Kapsomenou, E., Luijben, A.(2012)  
<http://venik.nl/site/wp-content/uploads/2013/06/Rapport-Large-scale-insect-rearing-in-relation-to-animal-welfare.pdf>

J'atteste que le présent mémoire est le fruit de ma réflexion personnelle, et certifie que tout emprunt à un tiers est mentionné comme tel. Je suis consciente que le fait de ne pas citer une source constitue un plagiat. J'ai pris connaissance des sanctions encourues en cas de plagiat.