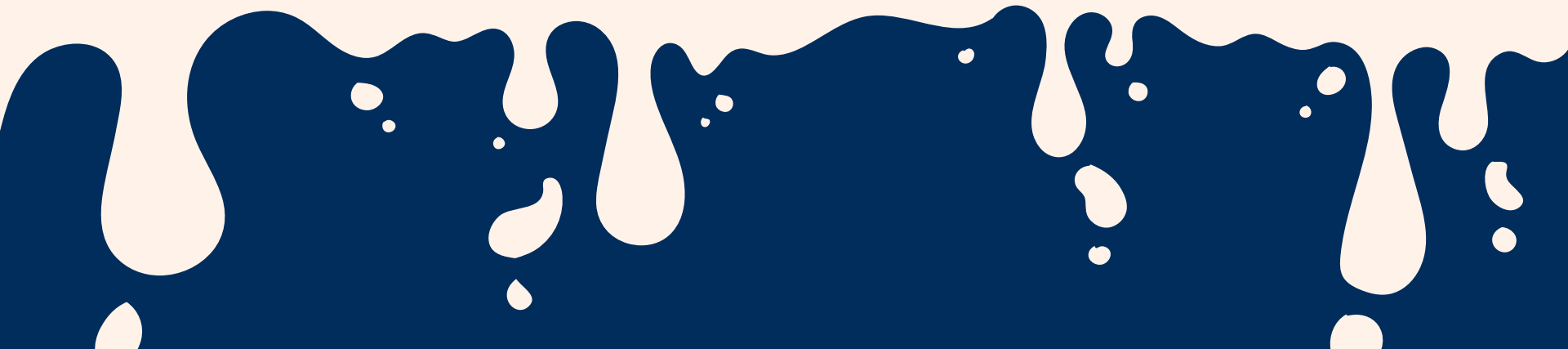


Stratégie et Recommandation

**DEBIC**



# Qui est **DEBIC** ?



Debic est une marque Belge, membre de la Coopérative FrieslandCampina, coopérative laitière néerlandaise et la marque européenne par excellence de produits laitiers dédiés exclusivement aux professionnels de la restauration et de la boulangerie-pâtisserie. Les produits laitiers sont l'une des composantes majeures des plats et créations et constituent un ingrédient indispensable à la réussite des chefs, boulangers et pâtisseries. Dès lors, la mission de Debic est de s'assurer que ces chefs, boulangers et pâtisseries révèlent tout leur talent en leur offrant une gamme complète de produits de qualité, leur permettant de se concentrer sur ce qu'ils font de mieux : créer.

# Analyse du marché



01




# Le marché des produits laitiers

Le marché des produits laitiers est un des marchés les plus contestés et concurrentiels du monde. La France en est un des principaux acteurs

On y trouve notamment le groupe Lactalis (1er Mondial du produit laitier) avec des filiales telles que Président, Lactel ou Bridélice.

La production de lait en Europe fut, en 2021, croissante de moins d'1%, suivant une augmentation depuis plus de 100 ans.

Une offre à tendance stagnante par rapport à une demande croissante... entraînant pour la 2e année consécutive, en 2021, une augmentation du prix des produits laitiers.



# Le marché des produits laitiers



39 milliards d'euro

CA de l'industrie laitière  
en France

2<sup>e</sup> producteur  
européen

298 000 emplois

En France



**Diagnostic  
complet**

# Supports de communication



Espace propriétaire

<https://www.debic.com/fr-fr>

Espaces non propriétaires



# SEO : Referencement naturel

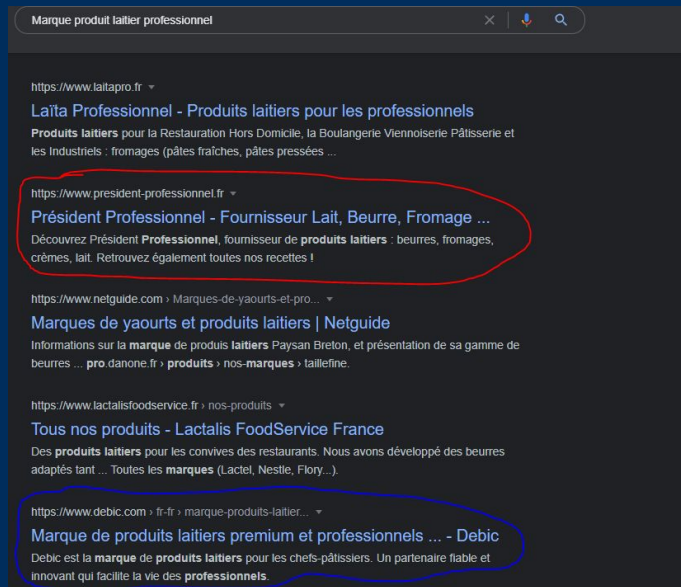
Sur le réseau de recherche, Debic se retrouve en 6ème position sur la requête “marque produit laitier professionnel” derrière Président PRO en 4<sup>e</sup>

De manière générale, Debic n’apparaît pas ou trop bas sur le réseau de recherche avec des requêtes telles que

- Produits laitier professionnel
- Marque produit laitier professionnel
- Fournisseur produit laitier

Cependant, ses concurrents Présidents PRO et Elle & vire PRO apparaissent souvent en première page de résultats sur ces requêtes

Debic doit revoir le champ sémantique et le SEO de manière générale



# Analyse du site

Lors de notre recherche sur SEO Quake, nous pouvons constater un manque de mots clés, il se peut que ce soit pour cela que Debic ait un mauvais référencement.

Le titre du site aussi est à optimiser.

Ces améliorations permettraient d'améliorer le référencement naturel du site.

URL	✓	19 caractères — optimal. www.debic.com/fr-fr	Astuces ▾
Canonical	✓	A canonical tag is set for this page and the link is working fine. https://www.debic.com/fr-fr	Astuces ▾
Titre	🔊	76 caractères — moyen. Solution optimale entre 10 et 70 caractères. Produits laitiers de qualité et inspiration pour chefs et pâtisseries   Debic	Astuces ▾
Description Méta	✓	165 caractères — optimal. Découvrez notre gamme de produits laitiers, nos recettes inspirantes, nos événements et nos techniques de cuisine et pâtisserie. Fait pour des mains de pros.   Debic	Astuces ▾
Mots clés Méta	ⓘ	0 caractères, 0 mots.	Astuces ▾
En-têtes	✓	Bien ! Votre page implémente des en-têtes (<H1> à <H3>) et seulement un en-tête <H1> est utilisé. H1 (1), H2 (14), H3 (3), H4 (0), H5 (0), H6 (0) <H1>: Bienvenue dans l'univers boulangerie-pâtisserie Debic Voir les autres ▾	Astuces ▾
Images	✓	Toutes les images ont l'attribut ALT.	Astuces ▾
Ratio texte / HTML	🔊	25.33% — pas mal. Nous vous suggérons d'ajouter plus de texte à votre site Web.	Astuces ▾

# Analyse du site

En arrivant sur le site de Debic, le choix de la profession est demandée à l'utilisateur, ce choix permet d'aiguiller l'utilisateur vers le domaine qui l'intéresse et ce bouton permet de récolter de la data pour Debic leurs permettant de savoir de qui est constitué leurs base de donnée.

Ils vont pouvoir cibler leurs prospects en leur proposant des produits qui seront en adéquation avec leur profession.

Durant la navigation sur le site internet, nous pouvons néanmoins changer notre préférence et avoir accès à tous les produits que propose la marque.



# Analyse du site

Page d'accueil bien structurée.

Monochromatique

Header très chargé et on n'a pas le même type de contenu sur le footer.

Éléments bien distincts, ergonomique et aérés.

Trop de scroll vertical en général

Les titres sont en désaccords ( H1 ; H2 puis répétition du titre). Visuellement perturbant lors de la lecture.

Une bonne hiérarchie de l'information, bien catégorisé.

# Analyse du site

Présence d'un blog (De manière générale très bienvenue pour le SEO, à condition d'être régulièrement alimenté.) mettant en scène des recettes de pâtisseries accessible à tous en mettant en avant les produits Debic. Cependant, les recettes ne sont pas assez développées et le produit utilisé pas assez mentionné. Cela permettrait d'aider pour le référencement. Certaines recettes ne mentionnent absolument pas de produit Debic.



**Chou d'Halloween**

Crème d'amandes et compote de fruits rouges



**Banoffee cheesecake**

à base de banane et speculoos



**Blanche**

Biscuit léger, mousse au chocolat blanc et saveurs exotiques

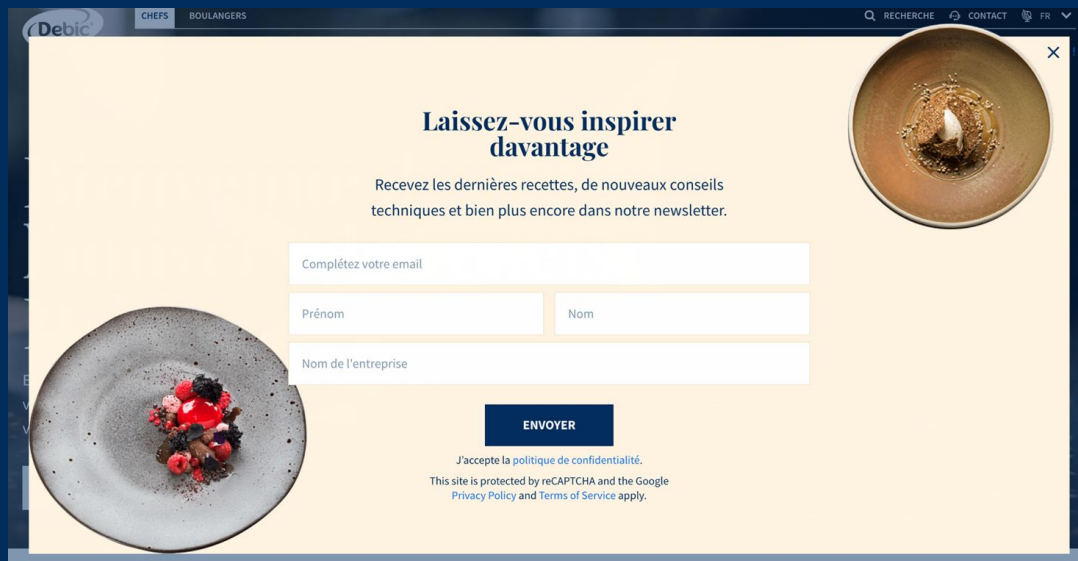
## Siphon Marron grillé

- Faites griller les châtaignes dans une casserole à couvert doucement jusqu'à obtention d'une coloration uniforme.
- Sortez du feu et triez.
- Portez le lait d'avoine à ébullition, ajoutez les épluchures de châtaigne grillées, laissez infuser 10 minutes.
- Portez à ébullition une nouvelle fois avec le miel, les crèmes et la purée.
- Ajoutez la masse gélatine, mixez au thermomix pendant 3-4 minutes.
- Chinoisez immédiatement sur glace.
- En siphon avec 2 cartouches de gaz.

## Feuille de Châtaigné

# Analyse du site

Un popup pour l'inscription à la newsletter apparaît au bout de quelques minutes de navigation sur le site, permettant la récupération de données et de pouvoir envoyer du contenu aux inscrits.



The screenshot shows a website popup with a light beige background. At the top left, the 'Debic' logo is visible, along with navigation links for 'CHEFS' and 'BOULANGERS'. The top right corner contains a search icon, 'RECHERCHE', a refresh icon, 'CONTACT', and a language dropdown set to 'FR'. The main heading reads 'Laissez-vous inspirer davantage'. Below it, a sub-heading states: 'Recevez les dernières recettes, de nouveaux conseils techniques et bien plus encore dans notre newsletter.' The registration form consists of four input fields: a large one for 'Complétez votre email', and three smaller ones for 'Prénom', 'Nom', and 'Nom de l'entreprise'. A dark blue 'ENVOYER' button is positioned below the fields. At the bottom, there is a small text block: 'J'accepte la politique de confidentialité.' followed by 'This site is protected by reCAPTCHA and the Google Privacy Policy and Terms of Service apply.' The popup is overlaid on a website page featuring two circular images of food: a top-down view of a bowl with a small white object in the center, and a side view of a plate with a colorful garnish.

# Diagnostic Réseaux



@debic\_france

2537 abonnés / 204 publications

- Bio complète
- Stories à la une non actualisées
- Publications régulière
- Hahstags récurrents et pertinents
- Redirection vers le site récurrente
- Types de contenu : Créations avec les produits Debic, nouveaux produits, mise en avant des chefs
- Pas de modération
- Tous les contenus sont brandés DEBIC

debic\_france Contacter S'abonner

208 publications 2 562 abonnés 1 678 abonnements

Debic France  
Marque  
Partenaire de référence pour chefs et boulangers-pâtisseries passionnés par le goût  
#debicfrance #patisserie #restauration #inspiration  
linktr.ee/debic\_france  
sophiegaubert\_photography est abonné(e)

INSPIRATION CMP 2021 CONCOURS MASTERCL...



# Diagnostic Réseaux



@debic.france

2032 abonnés / 1802 likes sur la page

- Bio complète
- Sur le compte DEBIC global, il y'a un chatbot à disposition
- Publications régulières, dupliquées avec Instagram
- Redirection vers le site récurrente
- Pas de modération
- Tous les contenus sont brandés DEBIC
- Très peu d'engagement et de réactions

**À propos** Voir tout

Debic est synonyme de produits laitiers de haute qualité. Nous collaborons avec vous, professionnel du Food Service, pour repousser chaque jour vos limites.

1 802 personnes aiment ça  
2 032 personnes sont abonnées

<http://www.debic.com/fr>  
Envoyer un message  
debic.france@frieslandcampina.com

Marque  
Politique de confidentialité  
Debic France  
Debic\_france

**Photos** Voir tout

**Vidéos** Voir tout

**Créer une publication**

Photo/vidéo Je suis là Identifier des amis

**Debic France**  
16 mai, 16:32

[ INSPIRATION - Encornets grillés ]  
Un plat préparé avec la Crème Plus Mascarpone Debic.  
Découvrez la recette d'Allan Castellote, membre de l'association Jeunes Restaurateurs France, sur notre site internet... Voir plus

INSPIRATION - Encornets grillés -

1 commentaire 3 partages

8  
J'aime

# Diagnostic Réseaux



@DebicFrance

400 abonnés / 55 454 vues confondues

- 1 vidéo par mois en moyenne
- Videos : recettes, produits, ambassadeurs et masterclass
- Descriptions remplies, pas optimisés de la meilleure des façons
- Profil rempli avec liens, description optimisée
- Commentaires désactivés : lourde pénalité sur le référencement
- Tous les contenus sont brandés DEBIC

# Benchmark Inspirationnel des concurrents directs

Parmi ses différents concurrents, 2 marques se distinguent très largement



Sur le marché, DEBIC jouit d'une renommée amoindrie par rapport à ses 2 concurrents.

En effet, ses marques sont présentes avant tout en BtoC et présentées comme des références, bien ancrées dans leurs activités.

# Supports de communication



Espace propriétaire

<https://www.president-professionnel.fr/>

Espaces non propriétaires



# Supports de communication



Espace propriétaire

<https://www.elle-et-vire.com/fr/fr/pro>

Espaces non propriétaires



## Etat des réseaux des marques

Tous les réseaux ont l'air d'être gérés à peu près de la même manière, peu importe la marque



Les entreprises proposent toutes du contenu similaire avec pour seul changement le nom donné au format des contenus. Aucune des entreprises n'a de page LinkedIn.

# Comparaison de prix



**Elle & Vire PRO**

CREME LIQUIDE 35% 1L X  
6 : 40,05€ / 6,67€ le kilo



**DEBIC**

CREME LIQUIDE 35% 1L X  
6 : 34,10€ / 5,68€ le kilo



**Président PRO**

CREME LIQUIDE 35% 1L X  
6 : 32,30€ / 5,38€ le kilo

# SWOT

## Forces

Debic est une marque exclusivement à l'usage des professionnels  
Un packaging différent de ses concurrents qui change de la vulgaire brique, un peu plus premium et travaillé



## Faiblesses

À l'instar de ses concurrents, l'entreprise ne jouit pas de la renommée de ces derniers



## Opportunités

Lancer une filiale à destination des particuliers en BtoC  
OU  
Encore plus se focaliser sur l'exclusivité PROFESSIONNELLE



## Menaces

Ne pas réussir à s'imposer face aux 2 concurrents



# Récapitulatif Benchmark



## Elle & Vire PRO

Elle & Vire PRO possède un engagement accru par rapport à ses concurrents et propose, de manière générale, plus de contenu.



## Président PRO

Président PRO possède une plus grosse communauté de par sa notoriété et son appartenance au groupe LACTALIS, Numéro 1 mondial du lait.

# Personas



# Coeur de cible

## PERSONA : CHEF / PATISSIERS



Nom : Pastry

Prénom : Chief

Âge : 41

Situation sociale : CHEF / PATISSIER

Personnalité : Gourmand, Initiateur, Organisé et Rigoureux

Profil : A la tête d'une équipe de 5 à 8 personnes, Chief est un leader écouté et respecté, c'est lui qui s'occupe des ingrédients et matières premières qui sont utilisées,

User Story : Chief souhaite limiter le nombre de fournisseurs et s'équiper en matières premières de qualités supérieures

Objectifs / problèmes résolus par le produit : Packaging ergonomiques, qualité et diversité des différents produits DEBIC

# Cible primaire

## PERSONA : DIRECTEUR D'ÉCOLE



Nom : Direttore

Prénom : Edouard

Âge : 51

Situation sociale : Directeur d'école

Personnalité : Soucieux de l'environnement et économe

Profil : Edouard est à la tête d'une école de jeunes chefs et gastronomes en herbes, il s'occupe également des fournisseurs pour l'école

User Story : La quantité de produits utilisés par les étudiants varient en fonction des jours et des heures, des emballages refermables et des produits qualitatifs sont des exigences pour une école de cuisine

Objectifs / problèmes résolus par le produit : Les produits DEBIC viennent pour la plupart sous forme de bouteilles refermables, un véritable avantage face à la brique à ouverture unique, moins de gaspillage et des produits avec plus de fraîcheur

# Cible secondaire

## PERSONA : DISTRIBUTEURS



Nom : Yturalde

Prénom : Gwendoline

Âge : 55

Situation sociale : Administratrice des achats - METRO

Personnalité : Rigoureuse, Soignée et Exigeante

Profil : Gwendoline de par sa fonction souhaite proposer le panel le plus étendu pour les clients de son magasin tout en gardant la meilleure qualité

User Story : Toujours en quête de produits et partenaires pour remplir ses rayons,

Objectifs / problèmes résolus par le produit : Debic est le seul professionnel à promouvoir des produits conditionnés en bouteille avec une certaine esthétique

# Problématique

**Comment réorienter la stratégie digitale de la marque Debic en vue de toucher un nouveau panel de cibles B2B et développer sa notoriété et sa réputation ?**

**Choix du support le  
plus adapté aux  
cibles**



# LinkedIn



**La  
plateforme  
du BtoB**

Lieu de rencontre  
des acteurs du  
BtoB

Un must-have dans  
une activité BtoB

**Indispensable**

**Réseau PRO**

Meilleur réseau  
pour rentrer en  
contact avec des  
pros

Une facilité à toute  
épreuve

**Prospection**



## **LinkedIn est un choix et une opportunité d'évolution évidente pour une entreprise BtoB.**

Debic (tout comme ses concurrents) poste sur tous ses réseaux des contenus très intéressants et, comme ses concurrents n'ont pas non plus de page LinkedIn, peuvent être pionniers sur le réseau et attraper une part de clients considérables, premiers arrivés, premiers servis

Debic doit se concentrer sur LinkedIn pour toucher toutes les cibles qu'elle veut atteindre.



# Délimiter les supports de communications



On garde  
2x par semaine



À créer  
(INDISPENSABLE)  
2-3x par semaine



On garde  
Même rythme



On garde  
x2 vidéos par mois



À créer  
x2 lives par  
mois

## Contenus déjà proposés

- RP influenceurs
- Communication de la marque sur les médias sociaux
- Communication à travers un chef pâtissier dédié
- Production de contenu sur le blog
- Masterclass avec des influenceurs.

# Rendez-vous thématiques annuels



## Marronnier

Jour de la chandeleur - Jour de la frite - Jour de la bière (etc...)



**Debic souhaitant améliorer sa notoriété et sa visibilité, plusieurs idées sont à explorer.**

Offline : Pubs à la télé sur des chaînes de cuisine exclusivement

- Cuisine-plus
- Chef-club TV
- Mycuisine
- GourmandTV

Diffusion d'émissions et masterclass en LIVE sur Twitch avec 2 invités par épisode : un influenceur connu et un chef connu (2 fois par mois)

Mettant en scène les produits Debic en y faisant la promotion.

# KPI's

Les KPIs de Débic pour toutes ces opérations seront les suivantes.

Réseaux : Abonnés / Tx engagement / Impressions uniques

SEA & SMA : Impressions Uniques / Coûts par clics / Coûts par impression uniques / ROI

Offline : ROI / Coûts par vue

Twitch : Abonnés / Followers / Donations.

# Budget

100 000€ Par An

Le budget se décomposera en 3 axes principaux :

- SMA et SEA : 35 880€
  - Leviers Offline (pubs TV) : 32 000€
  - Mise en place des locaux et invitation des influenceurs TWITCH : 32 000€
- Total : 99 880€

# SMA et SEA

Coût mensuels DEBIC			HAUTE	BASSE
OBLIGATOIRE	<b>Gestion de Projet</b>			
	Gestion - 2H / mois > 140 € (en cas de dépassement, facturation à l'heure < 70 €)		140€	
	Ressources		50€	
	<b>Total</b>		190€	
	<b>Gestion des réseaux sociaux</b>			
	Facebook	450 €	100 €	
	Twitter	450 €	100 €	
Surtaxe sur instagram si comptes à thèmes dégradés, triptiques, damiers	Instagram	250 €	75 €	
	<b>Total</b>	1 150 €	275 €	
	<b>Achats médias (presta externe)</b>			
	Achats médias	450 €	150 €	
	Frais d'agence(s)	250 €	250 €	
	<b>Total</b>	700 €	400 €	
	<b>Social Media Advertising (SMA)</b>			
	Meta (Facebook + instagram)	500 €	150 €	
	Twitter	450 €	100 €	
	<b>Total</b>	950 €	250 €	
	<b>Total si toutes prestations</b>	2 990€	1 115€	

Soit 2990€ x 12 = 35 880€

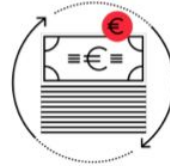
# Leviers Offline - Pub télévision



**CONTRIBUTION  
AUX VENTES**

**40%**

des ventes initiées  
par la TV parmi  
tous les médias



**R.O.I.**

**5,6**

pour 1€ investi



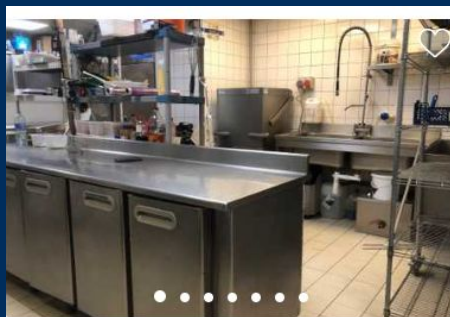
**SYNERGIE**

**+15%**

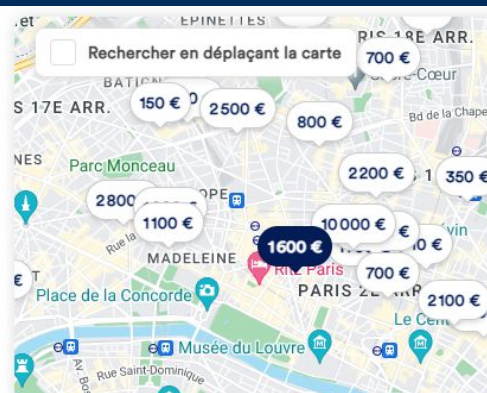
d'efficacité moyenne  
sur les ventes  
des autres médias

32 000€ par an pour GourmandTV / Cuisine+ / Chefclub / Mycuisine

# Studio LIVE et invités



PARIS 18 - CLIGNANCOURT  
90 € / jour  
Laboratoire de production



32 000€ par an pour location et invitations aux LIVES Twitch

150€ par Live pour la location de cuisine (x24)

500€ par invité pour 5 heures (x48)

Achat du matériel prise de vue, micro, ustensiles (4400€)

# Merci !

Gaël MOITY-OBRY - 07 61 77 65 42  
MSMW - Webstart



**WEB #**  
**START**  
BY MJM GRAPHIC DESIGN