



► DÉFINIR
un POSITIONNEMENT
et DÉPLOYER
une STRATÉGIE
de DÉVELOPPEMENT



Peter PATTYN - Directeur

La société BNIP est une entreprise familiale active dans la production de glaces et de sorbets depuis 1947.

Elle produit des glaces et sorbets classiques, mais aussi une gamme bio et également des glaces au lait de chèvre.

La production est écoulee dans des magasins Bio, des établissements HORECA/CHR et également dans un point de vente appartenant à la société.

L'entreprise souhaite développer ses activités pour optimiser l'exploitation de son outil de production et souhaite prendre des options claires sur sa stratégie.



> Peter Pattyn
explique
sa démarche :

« Nous avons bénéficié d'un dispositif permettant à des entreprises ayant un souhait de se développer de bénéficier d'un quota d'heures d'accompagnement d'un Consultant. Pascal Deleersnyder était référencé dans ce cadre, ce qui nous a donné l'occasion d'aborder avec lui notre projet de développement.

Dans un premier temps, notre souhait était simplement **d'aiguiser notre démarche commerciale pour trouver de nouveaux clients**. Notre marché actuel étant essentiellement en Flandres, nous voulions exploiter le potentiel de la Wallonie et du Nord de la France. COHESIUM nous a aidé dans ce premier accompagnement à identifier le marché des chaînes de magasins bio dans le Nord de la France. Mais au-delà de cette étude, Pascal Deleersnyder a mis en avant le fait que nous avions de par l'historique de l'activité de la famille dans le domaine de la glace, « **une vraie histoire** » à raconter permettant de créer un **positionnement et une identité forte sur le marché**. Cela nous a interpellé et nous avons demandé à COHESIUM de nous accompagner afin d'étayer ce que Pascal Deleersnyder estime être une réelle piste pour notre développement.

Comment s'est articulé cet axe de développement ?

Dans le passé, la famille avait exploité un salon de dégustation où nous vendions bien plus que des glaces faites maison, et aussi un assortiment de gaufres fraîches, des milkshakes et des cafés viennois, et ce toujours avec des

recettes maison. L'idée nous est apparue, en lien avec Pascal Deleersnyder, de rassembler la qualité de nos productions, notre histoire et les valeurs de notre famille dans un concept de point de vente. **Nous avons choisi un positionnement à savoir celui de l'authenticité basée sur des produits de qualité** avec des recettes artisanales à base de produits naturels combinée à celle des valeurs de la famille, la crédibilité de l'expérience et de la tradition. Nous avons ainsi créé un nouveau concept marketing s'appuyant sur une nouvelle identité « RENE since 1947 - Authentic ice & wafels ».

Quel a été le parcours avec COHESIUM ?

Cela nous a permis de bénéficier du regard apporté par une personne extérieure qui de plus est experte en agroalimentaire et en retail, et de faire ensemble un parcours de réflexion stratégique structurant que nous n'aurions jamais conduit seuls n'ayant pas les compétences pour valoriser notre entreprise d'un point de vue marketing. Pascal Deleersnyder a su **prendre en considération notre réalité, nos personnalités, nos forces et nos faiblesses, et nous a permis d'identifier ce qui pouvait nous permettre de générer du développement**.

Sa façon de nous accompagner est à la fois bienveillante et bousculante. C'est exactement ce dont nous avons besoin : **un accompagnement concret, calibré à notre ambition et à nos moyens**, et surtout avec professionnalisme pour nous rendre performants, attractifs, différents et proactifs sur tous les aspects, afin de bâtir un concept commercial fort pour l'avenir.

Pascal Deleersnyder nous a accompagnés dans l'exercice stratégique et aussi dans la mise en oeuvre opérationnelle du projet afin de nous organiser, de nous consolider pour le



réussir. **Nous avons énormément évolué et appris. Il nous a aidé à prendre des options fondamentales pour notre avenir.**

Nous n'avons qu'un regret : ne pas avoir fait appel plus tôt à un tel accompagnement qui sera sans aucun doute un tremplin pour nous déployer en Belgique et aussi en France. »