

La Chocolaterie MONBANA réalise 20% d'économies sur les emballages de ses chocolats

CHOCOLATERIE MONBANA



Une tradition familiale d'excellence chocolatière

Fabricant chocolatier depuis plus de 80 ans, MONBANA a bâti sa notoriété sur l'excellence de ses chocolats. L'histoire commence en 1934, lorsque Louis Guattari crée la manufacture de cacao MONBANA, spécialisée dans la fabrication de petit déjeuner à base de cacao et de farine de banane.

Au cours des années qui suivent, le développement de la marque se poursuit avec la création d'une ligne de confiserie haut de gamme et des premiers carrés de chocolat, devenus incontournables de l'accompagnement du café. Un segment sur lequel MONBANA est aujourd'hui leader du marché et pour lequel il produit plusieurs millions de pièces chaque jour. Les années 2000 voient ensuite l'ouverture de l'entreprise à l'international ainsi qu'au grand public avec une distribution des chocolats en épicerie fines et magasins spécialisés. En 2012, MONBANA ouvre son concept de boutique à la franchise avec un objectif de 80 points de vente pour 2020.

Les recettes sont imaginées par les Maîtres chocolatiers MONBANA et élaborées en France, en Mayenne et en Bretagne, par une équipe de passionnés du chocolat.

L'apport positif d'un regard extérieur sur sa politique achats

Il m'a semblé intéressant de confronter ma vision des achats avec un regard extérieur.

Il y a deux ans, MONBANA décide de lancer un audit sur ses achats d'emballage, un poste de dépenses assez conséquent puisqu'il représente 5 millions d'euros chaque année. Antoine Guillemain, responsable des achats et des approvisionnements, décide, avec la direction de l'entreprise, de s'appuyer sur un cabinet conseil spécialisé : « il m'a semblé intéressant de confronter ma vision des achats avec un regard extérieur. Même si j'ai la chance d'être entouré par deux collaborateurs, il ne nous est pas possible d'avoir une veille complète et active sur les nouveaux services ou solutions, les nouvelles réglementations pour chaque poste de dépenses. Des professionnels comme Cosma Experts disposent de spécialistes dans chaque domaine, au fait de chaque nouveauté et des multiples leviers qu'il est possible d'actionner pour optimiser les coûts ».

Au démarrage, Cosma Experts a pour mission de se concentrer sur cinq familles de produits, qui représentent 25% des achats d'emballage : les cartons ondulés et les caisses américaines, les cartons présentoirs,

les cartons plats ou étuis, les fournitures d'emballage (scotchs, films étirables, coiffes palettes...) et les étiquettes adhésives sont passés au crible par le consultant spécialiste en emballage du cabinet.

« Le choix de ces familles de produits s'est fait très simplement », explique Antoine Guillemain. « Nous avons décidé de nous concentrer sur les marchés qui subissent des fluctuations régulières et significatives, et donc pour lesquels nous pouvions avoir davantage d'opportunités d'optimisation ».

Promesses tenues !

Après la phase d'audit, Cosma Experts présente ses recommandations à MONBANA : « à ce moment-là, ils nous laissent la main, c'est nous qui sommes décisionnaires, et nous choisissons d'appliquer ou non chaque préconisation », souligne Antoine Guillemain.

L'application des recommandations se fait début 2013. Aujourd'hui, 18 mois après leur mise en place, 18 des 20% d'économies prévus sont effectifs. Un résultat dont se réjouit Antoine Guillemain : « nous avons sans conteste réalisé de belles économies, de l'ordre de 200 000 euros, qui n'auraient pas été possibles sans l'accompagnement de Cosma ! Et les 2% qui n'ont pas été atteints viennent de notre fait, notamment du lancement de nouveaux produits, qui a nécessité

des emballages différents, et de l'arrêt de certains autres. Grâce à ces économies, nous avons pu financer notre changement d'identité et notre nouvelle charte graphique ».

Pour atteindre ces résultats, le spécialiste de Cosma a notamment proposé de nouveaux matériaux, de nouvelles formes d'emballage, sans répercussions sur l'organisation et la production de l'entreprise.

Garder les fournisseurs en place

Autre point qui était important pour MONBANA, les fournisseurs : « il était dès le départ très clair pour nous que nous souhaitions autant que possible garder les fournisseurs en place. Ils nous suivent depuis longtemps, nous sont fidèles et nous le sommes également. Après son audit, Cosma Experts nous a présenté ses recommandations ; aucun fournisseur en place n'était écarté, ce qui répondait parfaitement à notre attente. La démarche a permis de les challenger, dans un esprit positif et constructif, ce qu'ils ont parfaitement compris et accepté », ajoute Antoine Guillemain.



Ils nous laissent la main, c'est nous qui sommes décisionnaires, et nous choisissons d'appliquer ou non chaque préconisation.



Cinq nouveaux fournisseurs sont venus par ailleurs rejoindre les sept prestataires déjà sous contrat, un pour chaque famille de produits.

« Leur implication et le respect de nos attentes ont également été tout particulièrement appréciés », conclut Antoine Guillemain.

La démarche a permis de challenger les fournisseurs dans un esprit positif et constructif.

« Ce projet est indéniablement une réussite, tant d'un point de vue des résultats que de la démarche, grâce à laquelle nous avons pu échanger avec d'autres professionnels des achats, ayant une connaissance extrêmement précise et pointue de la catégorie dont ils sont experts, ce qui est très enrichis-

Prochaine étape, MONBANA envisage à présent de confier à Cosma Experts une mission sur ses achats de matières premières : cacao, fruits secs, poudre de lait, sucre..., ainsi que sur ses frais généraux comme la téléphonie, le courrier, l'équipement vestimentaire...

