

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE
SCIENTIFIQUE

المدرسة الوطنية العليا للفلاحة الحراش - الجزائر

ECOLE NATIONALE SUPERIEURE D'AGRONOMIE – EL HARRACH – ALGER

Mémoire

En vue de l'obtention du diplôme de master

Département : Economie rurale et agricole

Spécialité: Management des entreprises agroalimentaires

Thème :

« Stratégie de croissance d'une entreprise locale du secteur agroalimentaire par cession d'actifs à une firme multinationale. Cas de PRIPLAIT »

Présenté par : LERARI Amina

Soutenu le : 04/07/2016

Devant le jury composé de :

- Président : M. BENMEBAREK A.Professeur
- Promoteur : M. AMELLAL R.Maître assistant A
- Examineurs : M. HITOCHE. S.Maître assistant A
M. SAADAOUI M.Maître assistant A

Promotion : 2011 – 2016

Table des matières

Introduction générale	1
------------------------------------	---

PREMIERE PARTIE : LE CONTEXTE THEORIQUE

Chapitre I : Les stratégies de croissance des entreprises

I .1- Les voies de développement	5
I .1.1- La spécialisation	5
I .1.2- La diversification	5
I .2- Les modes de développement	6
I .2.1- Le développement par la croissance interne	6
I .2.2- Le développement par la croissance externe	7
I .2.3- Croissance interne ou externe ?	7
I .3- Les orientations stratégiques	8
I .3.1- Les stratégies de coopération	8
I .3.2- Les stratégies d'internationalisation	9
I .3.3- Les autres stratégies de croissance externe	10
I .4- Conclusion	11

CHAPITRE II : LE RACHAT D'ENTREPRISE

II .1- Définition de la reprise d'entreprise	12
II .2- Les différentes étapes de la reprise d'entreprise	12
II .3- Les raisons de la reprise d'entreprise	12
II .4- Les avantages et les inconvénients de la reprise d'entreprise	13
II .5- Les formes du rachat d'entreprise	14
II .5.1- Le rachat par une holding	14
II .5.2- Le rachat de titres	14
II .5.3- Le rachat du fond de commerce	14
II .6- Les entreprises en difficultés	15
II .7- La prévention	17
II .8- Conclusion	18

DEUXIEME PARTIE : LE CONTEXTE PRATIQUE

Chapitre I : Présentation de l'entreprise PRIPLAIT

I .1- Historique de l'entreprise PRIPLAIT	19
I .2- La mission, les valeurs et la vision de PRIPLAIT	20
I .3- La structure organisationnelle de PRIPLAIT	20
I .4- L'environnement de PRIPLAIT	26
I .4.1- Le macro-environnement de PRIPLAIT	27
I .4.2- L'environnement concurrentiel de PRIPLAIT	28
A- Les producteurs de fromage en Algérie	28
B- Les parts de marché	31
C- La distribution	32
D- La moyenne des prix	34
E- Le mapping concurrentiel	35
I .5- CONCLUSION	37

CHAPITRE II : DIAGNOSTIC FONCTIONNEL DE PRIPLAIT

II.1- Analyse financière de PRIPLAIT.....	38
II.1.1- Le bilan comptable	38
II.1.2- L'équilibre financier	40
II.1.3- Ratios de structure	42
II.1.4- Ratios de rentabilité	42
A- La rentabilité économique.....	42
B- La rentabilité financière.....	44
II .1.6- Ratio de liquidité	45
II .1.7- Ratio de solvabilité	45
II.3- Diagnostic de la fonction production	46
II .3.1- Présentation de la gamme de produits de l'entreprise PRIPLAIT	47
II .3.2- Evolution de la production globale	48
II .3.3- Evolution de la production par ligne de produits	49
II .3.4- Evolution du taux d'utilisation des capacités de production	50
II .3.5- Le contrôle de qualité au sein de PRIPLAIT	51
II .4- Diagnostic de la fonction approvisionnement	52
II .4.1- Les fournisseurs de la matière première	52
II .4.2- La planification de la production et la gestion des flux	53

II .5- Diagnostic de la fonction maintenance	53
II .5.1- Types de maintenance pratiquée	54
II .5.2- Les arrêts techniques de production	54
II .5.3- Evolution des coûts de la maintenance	55
II .6- Diagnostic de la fonction ressources humaines	55
II .6.1- Evolution globale des effectifs	56
II .6.2- Evolution des effectifs par fonction	57
II .6.3- La répartition des effectifs par catégorie socioprofessionnelle	58
II .6.4- La répartition des effectifs par tranche d'âge des travailleurs	59
II .6.5- Evolution du turnover.....	60
II .6.6- Evolution du taux d'absentéisme	61
II .7- Diagnostic de la fonction commerciale et marketing	62
II .7.1- L'évolution du chiffre d'affaires global	62
II .7.2- L'évolution du chiffre d'affaires par produit	63
II .7.3- Les prix des produits de l'entreprise :	64
II .7.4- La distribution	65
II .7.5- La communication.....	65
II .8- Conclusion.....	66

Chapitre III : Présentation des résultats de l'enquête

III .1- Les objectifs de l'enquête	69
III .2- La conception du questionnaire	69
III .3- Enquête par sondage	70
III .4- Le plan d'échantillonnage	70
III .4.1- La fixation de la taille de l'échantillon	71
III .4.2- Le choix d'une méthode d'échantillonnage	72
III .4.3- Le mode d'administration du questionnaire	72
III .5- Le dépouillement du questionnaire	72
III .5.1- Le dépouillement des variables d'identification	72
III .5.2- Le dépouillement des résultats de l'enquête.....	76

Chapitre IV : Etude du cas de PRIPLAIT

IV .1- Présentation du groupe PROMASIDOR	95
IV .1.1- Historique du groupe	95
IV .1.2- La vision du groupe	95
IV .1.3- Ses opérations.....	95
IV .2- Présentation de la filiale PROMASIDOR DJAZAIR	97
IV .1- Historique de l'entreprise	98
IV .2.2- La vision de PROMASIDOR DJAZAIR	99
IV .2.3- Les valeurs de PROMASIDOR DJAZAIR.....	99
IV .3- La situation actuelle de PROMASIDOR DJAZAIR en termes de croissance	101
IV .4- Les motivations du rachat	101
IV .5- Les motifs stratégiques du rachat	102
IV .6- Les objectifs de PROMASIDOR DJAZAIR	102
IV .7- Les changements opérés	103
Conclusion générale.....	104

Résumé :

Le rachat d'entreprise est l'un des modes de croissance stratégique pour lequel optent les grandes entreprises qui tentent de se diversifier, notamment les firmes multinationales ayant l'intention de s'implanter dans les pays étrangers et d'accélérer leur croissance.

Ce travail a été élaboré pour répondre à une problématique qui traite du rachat d'entreprise. Nous avons étudié le cas de la cession d'actifs de PRIPLAIT (fromagerie Le Berbère) à la firme PROMASIDOR DJAZAIR en tentant d'analyser l'apport de ce dernier, principalement pour l'entreprise locale.

Nous avons abouti au terme de notre travail, grâce au diagnostic fonctionnel de PRIPLAIT ainsi qu'à l'enquête et aux différents entretiens que nous avons eus avec les responsables des deux sociétés, à des éléments de réponses satisfaisants.

Les résultats ainsi obtenus ont orienté notre réflexion vers des scénarii qui pourraient être concrétisés à l'avenir.

Mots clés : Stratégie, croissance, rachat d'entreprise, cession d'actifs, fond de commerce, PRIPLAIT, PROMASIDOR DJAZAIR, entreprise locale, firme multinationale, diagnostic, enquête.

Summary :

The buyout is one of the strategic growth patterns which opt for large companies trying to diversify, including multinational firms with the intent to locate in foreign and accelerate growth countries.

This work was developed in response to an issue that deals with the buyout. We studied the case of asset disposal PRIPLAIT (cheese Berber) the firm PROMASIDOR DJAZAIR trying to analyze the contribution of the latter, mainly for the local company.

We have reached the discussions we had with the leaders of both companies, satisfactory responses from the elements.

The results obtained have guided our thinking about scenarios that could materialize in the future.

Key words:

Strategy, growth, buyout, asset disposal, business assets, PRIPLAIT, PROMASIDOR DJAZAIR, local company, multinational firm, diagnosis, investigation.

الملخص :

شراء شركة هو واحد من أنماط النمو الاستراتيجية التي تختارها الشركات الكبيرة التي تسعى لتنويع اقتصادها، بما في ذلك الشركات المتعددة الجنسيات بقصد تحديد موقع في الخارج، وتسريع نموها.

نسعى من خلال هذه الدراسة الاجابة على الاشكالية المطروحة و التي تتمحور حول شراء الشركات. لقد درسنا حالة تصرف اصول شركة بريبيلي لشركة بروماسيدور الجزائر. محاولين تحليل مساهمة هذا الاخير في تطوير الشركة المحلية.

لقد توصلنا في نهاية عملنا، وذلك بفضل التشخيص الوظيفي وكذلك التحقيق والمناقشات المختلفة التي أجريناها مع قادة الشركات على حد سواء، الى اجابات مرضية.

النتائج المتحصل عليها وجهت تفكيرنا حول السيناريوهات التي يمكن أن تتحقق في المستقبل.

الكلمات المفتاحية:

استراتيجية، النمو، الاستحواذ، بيع الأصول، بريبيلي، بروماسيدور الجزائر، شركة محلية، شركة متعددة الجنسيات، التشخيص، التحقيق.