

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 AGRONOMIQUE – EL HARRACH – ALGER

MEMOIRE

En vue de l'obtention du diplôme de Master

Département : Economie Rurale

Spécialité : Gestion des exploitations et des entreprises

Option : Gestion des entreprises agro-alimentaires.

Thème :

**Mode de gestion et performances de la laiterie CELIA ALGERIE
de Béni Tamou , (Wilaya de Blida).**

Présenté par : M^{lle} ZIADA Wafa

Soutenu le : 22/09/2016

Devant le jury composé de :

- | | |
|---|--------------------------------|
| - Président : Mr. AMELLAL R. | Chargé de cours classe A |
| - Promoteur : Mr. KACI A. | Maitre de conférences classe A |
| - Examineurs : M ^{me} BOUCHAFAA B. | Chargé de cours classe A |
| : Mr. HITOUCHE S. | Maitre assistant classe A |

Promotion : 2011– 2016

Sommaire

Listedes abrégations	
Liste des tableaux	
Liste des figures	
Introduction générale.....	1
Problématique.....	2
Méthodologie de travail.....	3
Partie 01 : Synthèse bibliographique	
Introduction.....	5
Chapitre I. : La filière laitière dans le monde.....	7
Introduction.....	7
I.1.Le cheptel laitier dans le monde.....	7
I.2. L'Offre mondiale.....	7
I.2.1. Evolution de la production laitière dans le monde.....	8
I.2.2. La situation actuelle de la production laitière dans le monde.....	8
I.2.3.Les principaux fournisseurs mondiaux en produits laitiers.....	8
I.2.4.Les rendements laitiers des principaux pays producteurs de lait.....	8
I.3.La demande laitière.....	9
I.4.Les échanges des produits laitiers.....	11
I.5.Le prix du lait collecté au niveau mondial.....	11
Conclusion.....	12
Chapitre II. : La filière lait en Algérie.....	14
Introduction.....	14
14	
II.1.Rappel des politiques laitières mis en œuvre en Algérie.....	14
II.1.1.Les politiques antérieurs et leurs conséquences.....	14
II.1.2. politique de réhabilitation de la production laitière nationale.....	15
II.1.3.Politique des prix.....	16
II.2.Situation actuelle filière.....	16
II.2.1.Fonctionnement.....	17
II.2.1.1.Patrimoine animalier en Algérie.....	19
II.2.1.2.Structures des exploitations laitières.....	21
II.2.1.3.Ressources fourragères.....	22
II.2.1.4.Distribution du lait et des produits laitiers.....	24
II.2.1.5.Structures de régulation de la filière.....	24
II.2.2. Flux physiques.....	25
II.2.2.1. La production laitière nationale.....	25
II.2.2.2.Evolution de la collecte de lait cru au niveau national.....	27
II.2.2.3. Les importations.....	29
II.2.2.4. La consommation en lait en Algérie.....	30
II.3.L'industrie laitière en Algérie.....	30
II.3.1.Le secteur public.....	31
II.3.1.1-Présentation de la société publique GIPLAIT.....	33
II.3.2-Le secteur privé.....	34

Conclusion	36
-------------------------	----

Partie 02 : partie empirique

Chapitre III : Présentation générale de l'entreprise CELIA ALGERIE	37
---	-----------

Introduction	37
---------------------------	-----------

III.1. Historique de l'entreprise CELIA ALGERIE.....	37
--	----

III.2. La gamme de produits fabriqués par CELIA ALGERIE.....	38
--	----

III.3. Présentation des structures de l'entreprise CELIA ALGERIE.....	39
---	----

III. 3.1. Organigramme de l'unité.....	40
--	----

III.3.2. Direction générale.....	41
----------------------------------	----

III.3.3. La direction de contrôle de qualité.....	41
---	----

III.3.4. La direction technique.....	41
--------------------------------------	----

III.3.5. Direction de production.....	43
---------------------------------------	----

III.3.6. La direction de commercialisation	44
--	----

III.3.7. La direction des approvisionnements.....	45
---	----

III.3.8. Direction des ressources humaines.....	45
---	----

III.3.9. Direction des finances et de la comptabilité.....	46
--	----

III.3.10. Direction de marketing.....	47
---------------------------------------	----

III.3.11. Le service de collecte.....	48
---------------------------------------	----

Conclusion du chapitre	49
-------------------------------------	-----------

Chapitre IV : Diagnostic fonctionnel de l'entreprise CELIA ALGERIE	50
---	-----------

Introduction	50
---------------------------	-----------

IV.1. Définition d'un diagnostic.....	50
---------------------------------------	----

IV.1.1. Démarche générale du diagnostic fonctionnel.....	50
--	----

IV.1.2. Les objectifs d'une démarche diagnostic.....	52
--	----

IV.2. La fonction ressources humaines.....	53
--	----

IV.2.1. Evolution des effectifs de l'unité CELIA ALGERIE entre 2013 et 2015.....	53
--	----

IV.2.2. Pyramide des âges pour l'année 2015.....	54
--	----

IV.2.3. Evolution des effectifs par catégories socioprofessionnelles de l'entreprise CELIA ALGERIE	55
--	----

IV.2.4. Répartition des effectifs par ancienneté pour année 2015.....	56
---	----

IV.2.5. Le turn-over ou rotation de l'emploi.....	57
---	----

IV.2.6. L'absentéisme.....	58
----------------------------	----

IV.2.7. Répartition des effectifs selon le sexe (année 2015).....	58
---	----

IV.2.8. La formation des personnels au sein de CELIA ALGERIE.....	60
---	----

Conclusion	61
-------------------------	-----------

IV.3. La fonction d'approvisionnement.....	62
--	----

IV.3.1. La collecte de lait cru.....	62
--------------------------------------	----

IV.3.1.1. Organisation de la collecte.....	62
--	----

IV.3.1.2. Les moyens de collecte.....	63
---------------------------------------	----

IV.3.1.3. Le réseau de collecte.....	63
--------------------------------------	----

IV.3.1.4. Les modalités de paiements.....	65
---	----

IV.3.1.5. Le prix d'achat du lait cru.....	65
--	----

IV.3.1.6. Evolution de la collecte de lait cru.....	66
---	----

IV.3.1.7. L'évolution du taux d'intégration de lait cru.....	68
--	----

IV.3.1.8. Obligations et engagement de l'éleveur.....	69
---	----

IV.3.1.9. Les contraintes rencontrées dans l'approvisionnement en lait cru.....	69
---	----

IV.3.2.L'approvisionnement en matières premières et fournitures.....	69
IV.3.2.1Organisation du département approvisionnement.....	70
IV.3.2.2.Les achats centralisés.....	70
IV.3.2.3.Les achats décentralisés.....	71
IV.3.2.4.Le processus 'approvisionnement.....	71
IV.3.2.5.Evolution des approvisionnements en matières premières.....	72
IV.3.2.6.Evolution du prix unitaire d'achat des matières premières.....	74
IV.3.2.7.Méthodes de gestion des stocks.....	75
Conclusion	76
IV.4.La fonction production.....	77
Introduction	77
IV.4.1.La gamme de produits fabriqués par CELIA ALGERIE.....	77
IV.4.2.Le processus de fabrication.....	78
IV.4.3.Présentation des ateliers de production.....	81
IV.4.3.1.Atelier laiterie.....	81
IV.4.3.2.Atelier fromage fondu.....	82
IV.4.3.3.Atelier des pates molles.....	83
IV.4.4.Evolution de la production totale de l'entreprise.....	84
IV.4.5.Evaluation du taux d'utilisation des capacités de production de l'entreprise.....	86
IV.4.6-Contrôle qualité des produits de l'entreprise.....	87
IV.4.7-La maintenance.....	88
IV.4.7.1.Rôle de la fonction maintenance.....	88
IV.4.7.2.Les types de maintenance.....	88
IV.4.7.3.Type de maintenance au niveau de l'entreprise CELIA ALGERIE.....	89
IV.4.7.4.Personnel chargé de la maintenance des équipements.....	90
Conclusion	90
IV.5-La fonction commerciale.....	91
Introduction	91
IV.5.1.Evolution des ventes de CELIA ALGERIE.....	91
IV.5.2.Les parts des produits dans les ventes globales de l'entreprise.....	93
IV.5.3.Le prix de vente des produits de l'entreprise.....	94
IV.5.4.Evolution des prix à la distribution.....	94
IV.5.5.La distribution.....	96
IV.5.5.1.Les fonctions de distribution.....	96
IV.5.5.2.Les modalités de distribution.....	97
IV.5.5.3.Déroulement de l'opération de distribution.....	97
IV.5.5.4.Le circuit de distribution.....	97
IV.5.5.5.La force de vente de l'entreprise CELIA ALGERIE.....	99
IV.5.6olitique de communication au niveau de l'entreprise.....	100
Conclusion	102
Conclusion du chapitre	103
ChapitreV : Etude de marché	105
Introduction	105
V.1Définition d'une étude de marché.....	105
V.2.Les objectifs d'une étude de marché.....	105
V.3.L'enquête de consommation.....	105
V.3.1.La conception du questionnaire.....	106

V.3.2. La structure d'un questionnaire.....	106
V.3.3. Enquête par sondage.....	107
V.3.4. Le choix de la méthode de l'échantillonnage.....	107
V.3.5. Le choix de la taille de l'échantillon.....	108
V.3.6. Le mode d'administration du questionnaire.....	108
V.3.7. Les zones d'enquêtes.....	108
V.3.8. Le dépouillement du questionnaire.....	108
V.3.9. Les résultats de l'enquête de consommation.....	109
V.3.9.1. Le dépouillement des variables d'identification.....	109
V.3.9.2. Le dépouillement des résultats de l'enquête réalisée auprès des consommateurs des deux wilayas : Alger et Blida.....	115
V.4- L'enquête de distribution.....	141
V.4.1. Présentation de l'enquête.....	141
V.4.2. Le plan d'échantillonnage.....	141
V.3- Présentation des résultats de l'enquête.....	141
Conclusion du chapitre.....	162
Conclusion générale.....	163
Références bibliographiques.	
Annexes.	

Résumé :

La situation actuelle de la filière lait en Algérie demeure l'une des plus délicates à l'instar de beaucoup d'autres du secteur agro-alimentaire et agricole, le secteur laitier fonctionne sur la base de poudre de lait importé

Le passage de l'Algérie à l'économie de marché exige une transformation de l'environnement économique dans son ensemble. Les entreprises dans leur totalité sont contraintes d'adopter de nouvelles stratégies plus adéquates afin de devenir compétitives, et faire face à la concurrence qui devient de plus en plus âpre

Notre travail a porté sur l'étude du diagnostic fonctionnel de l'entreprise CELIA ALGERIE, ce qui nous a permis de déceler ses points forts et ses points faibles.

Dans les fait celle-ci possède des potentialités relativement importante et reste confrontée à quelques contraintes, parmi les quelles on peut citer ; la concurrence accrue.

Grace a l'étude de marché que nous avons réalisé à travers l'enquête de consommation afin d'apprécier les attentes des consommateurs et l'enquête de distribution dans le but de savoir l'importance de son réseau de distribution

Mots clés :

Filière lait , , L'entreprise CELIA ALGERIE , le diagnostic fonctionnel , étude de marché , les forces , les faiblesses , la concurrence , l'enquête de consommation , l'enquête de distribution

ملخص

إن الوضعية الحالية لشعبة الحليب و مشتقاته في الجزائر أصبحت ضرورية على غرار باقي شعب قطاع الصناعات التحويلية الغذائية و الفلاحية.قطاع الألبان في الجزائر يستعمل مسحوق الحليب المستورد كمادة أساسية للإنتاج

إن مرور الجزائر إلى اقتصاد السوق يفرض تحول عام في المحيط الاقتصادي.معظم الشركات مضطرة لتتبع استراتيجيات جديدة أكثر ملائمة لتصبح مؤهلة لمواجهة المنافسة التي أصبحت أكثر شراسة.

و قد ركز عملنا على دراسة تشخيص وظيفي لشركة "سيليا الجزائر" , الأمر الذي سمح لنا تحديد نقاط القوة و نقاط الضعف .

هذه الأخيرة تملك إمكانيات عالية و بالمقابل تواجه بعض الصعوبات من أهمها المنافسة القوية. بفضل دراسة السوق التي قمنا بها عن طريق دراسة سوق المستهلك بهدف تقييم رغبات المستهلكين و دراسة سوق توزيع من أجل معرفة مدى أهمية شبكة توزيعها

الكلمات الرئيسية :

شعبة الحليب , شركة "سيليا الجزائر"، التشخيص الوظيفي دراسة السوق نقاط القوة و الضعف المنافسة الاستطلاع الخاص بالاستهلاك الاستطلاع الخاص بالتوزيع

Summary:

The current situation of milk sector in Algeria remains one of the most sensitive like many other agro-food and agriculture. Dairy sector in Algeria used imported milk powder as a feedstock for the production.

The passage of Algeria to the market economy requires a transformation of the economic environment. Most of the companies are constrained to adopt new strategies more appropriate to become competitive and to face the competition. Our work has focused on the study of functional diagnostic of CELIA ALGERIE Company which allowed us to reveal its key points and weak points.

In fact it has relatively large potential, but still faces some constraints: increased competition.

Thanks to market research we have done through consumption inquiry in order to appreciate the consumer's expectations. Other investigations of distribution are done to know the importance of its distribution network.

Key words:

Milk sector, CELIA ALGERIE Company, functional diagnostic, market research, strengths and weaknesses, competition, consumption survey, distribution survey.