



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE
SCIENTIFIQUE

Ecole Nationale Supérieure Agronomique

المدرسة الوطنية العليا للفلاحة

Département : Economie Rurale

القسم : الإقتصاد الريفي

Spécialité : Management des entreprises agroalimentaires

التخصص : تسيير المؤسسات الزراعية الغذائية

Mémoire de fin d'études

Pour L'obtention Du Diplôme de Master

Thème

**Innovation et croissance de l'entreprise
Cas de l'entreprise Extra BENHAMADI**

Présenté Par : AMARA Khouloud

Soutenu publiquement le : 15/10/2024

Devant le jury composé de :

Président : ASSASSI Sami

Maitre de conférences classe A, ENSA

Promotrice : BRABEZ Fatima

Professeur, ENSA

Co-Promotrice : BOULFOUL Nouara

Maitre de recherche au CREAD

Examinatrice : NECHAR Manal

Maitre de conférences classe A, ENSA

Examinatrice : KATMIR Houria

Maitre assistante classe B, ENSA

Promotion : 2019-2024

Contents

Dédicace.....	
Remerciement.....	
Résumé.....	
Liste des tableaux.....	
Liste des figures.....	
Liste des abréviations.....	
Introduction générale.....	1
Chapitre 01: Cadre conceptuel.....	4
Introduction.....	5
1. Concept d'innovation.....	5
1.1. Définitions.....	5
1.2. Etymologie du mot innovation.....	6
1.3. Distinctions clés entre créativité, invention et innovation.....	7
2. Typologie de l'innovation.....	8
2.1. Selon Joseph Schumpeter.....	8
2.2. Selon leur domaine d'application.....	8
A. Les innovations de produit.....	8
B. Les innovations de procédé.....	9
C. Les innovations de commercialisation.....	9
D. Les innovations d'organisation.....	10
2.3. Selon leur degré d'innovation.....	11
A. L'innovation incrémentale.....	11
B. L'innovation radicale.....	11
3. Caractéristique, objectifs et fonctions de l'innovation.....	12
3.1. Les objectifs de l'innovation.....	13
3.2. Les fonctions de l'innovation.....	14
4. Facteurs Facilitant ou Freinant l'Innovation.....	14
5. Comment les entreprises mesurent l'innovation ?.....	16
6. Processus d'innovation.....	16
6.1. Les étapes de processus d'innovation.....	17
6.2. Les modèles théoriques du processus d'innovation.....	19
Conclusion.....	21

Chapitre 02 : Fondements théoriques de croissance	21
Introduction.....	22
1. La croissance de l'entreprise.....	22
1.1. Le concept de la croissance	22
1.2. Le concept de la stratégie de croissance.....	24
2. Les modes de croissance	24
2.1. Croissance interne	25
2.2. Croissance externe.....	26
2.2.1. Types de croissance externe.....	26
3. Les objectifs de la croissance.....	29
4. Les Bases du développement des entreprises	30
5. Les indicateurs clés pour mesurer la croissance d'une entreprise	31
6. Relation entre croissance et innovation	32
Conclusion	35
Chapitre 03: Présentation de l'entreprisen GERBIOR BENHAMADI.....	36
Introduction.....	37
1. Présentation de la SARL GERBIOR BENHAMADI.....	37
1.1. Fiche technique de la SARL GERBIOR BENHAMADI.....	38
1.2. Historique de l'entreprise	39
1.3. Missions et objectifs de la SARL GERBIOR BENHAMADI.....	40
1.4. Facteurs de succès de l'entreprise	41
1.5. Structure organisationnelle de la société.....	41
2. Caractérisation de la société.....	43
2.1. Fonction ressources humaines.....	43
2.2. Fonction production	45
2.3. Fonction qualité.....	48
2.4. Fonction Approvisionnement.....	49
2.5. Fonction HSE (Hygiène, Sécurité, Environnement).....	49
2.6. Fonction marketing	50
2.7. Fonction commerciale	52
2.8. Fonction Finances et Comptabilité.....	54
3. Analyse SWOT	54
Conclusion	57

Chapitre 04 : Résultats et discussion	58
Introduction.....	59
1. Démarche méthodologique	59
2. Résultats et discussion	60
2.1. L'innovation au sein de l'entreprise.....	60
2.2. Les objectifs de l'innovation pour la SARL GERBIOR BENHAMADI.....	60
2.3. Les types d'innovation au sein de l'entreprise	61
2.3.1. Innovation produit.....	61
2.3.2. Innovation procédé.....	64
2.3.3. Innovation de commercialisation ou marketing.....	66
2.3.4. Innovation organisationnelle.....	70
2.4. Processus d'innovation chez GERBIOR BENHAMADI	72
2.5. Les obstacles à l'innovation chez GERBIOR BENHAMADI	74
2.6. Indicateurs de succès des activités d'innovation chez GERBIOR BENHAMAD	75
2.7. Impact de l'innovation sur la croissance de l'entreprise	76
2.7.1. Evolution des ventes des nouveaux produits	76
2.7.2. Evolution du chiffre d'affaires de GERBIOR BENHAMADI.....	78
2.7.3. Evolution de la part de marché de la SARL GERBIOR BENHAMADI	80
3. Perspectives.....	83
Conclusion	85
Conclusion générale.....	87
Références bibliographiques	
Annexes.....	

Résumé: L'étude analyse l'impact de l'innovation sur la croissance de l'entreprise GERBIOR BENHAMADI, spécialisée dans la production de pâtes, couscous, semoule et farine. Elle évalue comment des initiatives innovantes telles que le développement de nouveaux produits, l'amélioration des processus et l'innovation marketing ont contribué à l'augmentation des parts de marché et à l'amélioration des performances économiques. La méthodologie repose sur des entretiens avec les responsables de l'entreprise, menés à l'aide d'un guide structuré, afin d'analyser en profondeur les pratiques d'innovation et leur impact sur la croissance. Les résultats montrent que les innovations de GERBIOR BENHAMADI, notamment le lancement des pâtes Farfalle et Farfalline, la gamme de blé complet, ainsi que l'introduction d'un emballage écologique, ont significativement augmenté les ventes, renforcé l'image de marque et fidélisé la clientèle. L'étude confirme que l'innovation est un moteur essentiel de croissance et de compétitivité pour l'entreprise dans un marché exigeant, soulignant l'importance d'investir continuellement dans l'innovation comme stratégie de développement durable.

Mots clés : Innovation, croissance, nouveaux produits, emballage écologique, performance économique, SARL GERBIOR BENHAMADI.

Abstract: The study analyzes the impact of innovation on the growth of GERBIOR BENHAMADI, a company specializing in the production of pasta, couscous, semolina, and flour. It evaluates how innovative initiatives such as new product development, process improvement, and marketing innovation have contributed to increasing market share and improving economic performance. The methodology is based on interviews with company managers, conducted using a structured guide, to analyze in depth the innovation practices and their impact on growth. The results show that GERBIOR BENHAMADI's innovations, particularly the launch of Farfalle and Farfalline pasta, the whole wheat range, as well as the introduction of eco-friendly packaging, have significantly increased sales, strengthened brand image, and enhanced customer loyalty. The study confirms that innovation is an essential driver of growth and competitiveness for the company in a demanding market, emphasizing the importance of continuously investing in innovation as a sustainable development strategy.

Key words: Innovation, growth, new products, eco-friendly packaging, economic performance, SARL GERBIOR BENHAMADI.

المخلص: تحلل الدراسة تأثير الابتكار على نمو شركة جربيور بن حمادي المتخصصة في إنتاج المعكرونة والكسكس والسميد والدقيق وتقيم كيف ساهمت المبادرات المبتكرة مثل تطوير المنتجات الجديدة وتحسين العمليات والابتكار التسويقي في زيادة حصة السوق وتحسين الأداء الاقتصادي. تعتمد المنهجية على مقابلات مع مسؤولي الشركة، أجريت باستخدام دليل منظم من أجل تحليل ممارسات الابتكار وتأثيرها على النمو. تظهر النتائج أن ابتكارات جربيور بن حمادي، ولا سيما إطلاق معكرونة فارفالي وفارفالين، ومجموعة القمح الكاملة، بالإضافة إلى إدخال التغليف البيئي، ساهمت في زيادة المبيعات بشكل كبير وتعزيز صورة العلامة التجارية وأسهمت في ولاء العملاء. وتؤكد الدراسة أن الابتكار هو المحرك الرئيسي للنمو والقدرة التنافسية للشركة في سوق متطلب، مما يسلط الضوء على أهمية الاستثمار المستمر في الابتكار كاستراتيجية للتنمية المستدامة.

الكلمات المفتاحية: الابتكار، النمو، منتجات جديدة، تغليف صديق للبيئة، الأداء الاقتصادي، شركة جربيور بن حمادي.