



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

Ecole Nationale Supérieure Agronomique

Département : Technologie Alimentaire

Spécialité :

Elaboration et qualité des aliments

القسم: تكنولوجيا التغذية

: التخصص

اعداد و نوعية الأطعمة

Mémoire De Fin D'études

Pour L'obtention Du Diplôme De Master

THEME

Impact de L'innovation dans l'industrie agroalimentaire sur l'avantage concurrentiel : Cas de DANONE DJURDJURA ALGERIE

Présenté par :

Soutenu publiquement le 30/10/2023

AMARI Aimen Chakib

Devant le jury composé de :

Mémoire dirigé par : **Mr. A. BENCHABANE**

Professeur à l'ENSA

Promoteur

Président :

Mr. M. AMIALI

Professeur à l'ENSA

Examineurs :

Mme. A. MERIBAI

MCA

Mme. A. AOUIR

MCA

Promotion :2018-2023

Table des matières

Introduction.....	1
Chapitre 01 : Management de l'innovation	6
1. Généralités sur l'innovation	6
2. Définition de l'innovation	7
3. Origine de l'innovation	7
4. Typologie de l'innovation	8
4.1. Selon sa nature.....	8
4.2. Selon son impact sur le marché	10
4.3. Selon son origine	11
5. Management de l'innovation.....	12
5.1. Généralités.....	12
5.2. Définition du management de l'innovation.....	12
5.3. Projet d'innovation	13
5.4. Composantes du management de l'innovation.....	14
5.5. Types de processus	15
5.6. Gestion des risques des projets d'innovation	19
5.7. Enjeux de l'innovation	20
6. Management de l'innovation produit.....	22
6.1. Définition d'un produit	22
6.2. Les niveaux d'un produit	22
6.3. Typologie des produits.....	24
6.4. Définition d'une gamme de produits	25
6.5. Politiques d'extension de gammes.....	26
6.6. Innovations de produits alimentaire.....	27
Chapitre 02 : L'Innovation dans l'industrie des yaourts en Algérie : cas de DANONE DURDJURA ALGERIE.....	30
1. Innovation organisationnelle : R&I	30
2. Différence entre R&D et R&I	30
2.1. Définition de la R&D.....	30
2.2. Différence entre la R&D et la R&I.....	31
2.3. Missions et enjeux de la R&I	32
3. L'innovation Danone : Everyday Dairy Products	33

3.1.	Groupe Danone.....	33
3.2.	DANONE DJURDJURA ALGERIE (DDA).....	34
3.3.	Portefeuille de marques.....	34
3.4.	Produits laitiers frais.....	34
3.5.	Nutrition infantile	36
3.6.	L'innovation danone	37
4.	La démarche GO / NO GO.....	41
5.	Processus d'innovation	43
5.1.	Sélection d'idées : Emergence d'idées novatrices.....	43
5.2.	Définir le projet	44
5.3.	Développement du produit	45
5.4.	Essais à l'échelle industrielle	45
5.5.	Lancement de la production	46
6.	Typologie d'innovations danone	46
6.1.	Extension de gamme	46
6.2.	Rajout d'une sous marque	47
6.3.	L'innovation disruptive : nouvel espace de croissance.....	47
6.4.	Rénovation.....	48
7.	Cas Pratique : Activia Fibre+	49
7.1.	Présentation	49
7.2.	Contraintes d'innovation	50
8.	Process de fabrication	54
8.1.	Récéption du lait.....	55
8.2.	Ecrémage.....	55
8.3.	Poudrage, reconstitution et réhydratation	55
8.4.	Homogénéisation	56
8.5.	Pasteurisation.....	56
8.6.	Refroidissement	56
8.7.	Ensemencement :.....	56
8.8.	Décaillage et Brassage	57
8.9.	Refroidissement	57
8.10.	Conditionnement	57
8.11.	Refroidissement rapide, stockage et commercialisation	57
Chapitre 03 : L'Innovation et Avantage Concurrentiel		60
1.	Généralités sur l'avantage concurrentiel.....	60

2.	Enjeux de l'avantage concurrentiel.....	60
3.	Stratégies de l'avantage concurrentiel	61
3.1.	Leadership par les coûts	61
3.2.	Différenciation.....	61
3.3.	Stratégie de focalisation	61
4.	Sources de l'avantage concurrentiel :	62
4.1.	Différenciation des produits ou services	62
4.2.	Avantage des coûts	62
4.3.	Avantage de la chaîne de valeur	62
4.4.	Position sur le marché	63
5.	Avantage concurrentiel : cas de l'ACTIVIA Fibre+	63
5.1.	Attributs de l'avantage	63
5.2.	La stratégie de différenciation de l'Activia Fibre+.....	64
6.	Analyse de la concurrence.....	65
6.1.	Terrain de recherche	65
6.2.	Principal concurrent : Soummam	66
6.3.	Etude de marché	66
7.	Analyses nutritionnelles	66
7.1.	Analyse des valeurs nutritionnels ACTIVIA FIBRE+	68
7.2.	Analyse des valeurs nutritionnels SOUMMAM CEREALO	69
7.3.	Analyse nutritionnelle des probiotiques et fibres	70
8.	Méthodes et résultats.....	74
8.1.	Analyse sensorielle	74
8.2.	Typologie de l'analyse sensorielle.....	74
8.3.	Analyse sensorielle : Activia fibre+ et Soummam cerealo	75
8.4.	Buts de l'analyse sensorielle	76
8.5.	Résultats et discussion	76
8.5.4.	Conclusion	91
	Conclusion générale	92
	Références Bibliographiques	
	Annexe	
	Résumé	

Résumé :

Ce travail a pour but d'étudier l'impact de l'innovation sur l'avantage concurrentiel d'une entreprise agro-alimentaire précisément la filière lait (cas de l'entreprise Danone Djurdjura Algérie). Des définitions ainsi que des généralités sur les concepts d'innovation et d'avantage concurrentiel ont été présentés, ainsi qu'une projection de ces deux concepts sur le cas d'étude. Le produit étudié étant le yaourt Activia Fibre+ proposé par le groupe Danone, ce dernier a été mis en comparaison avec le yaourt Soummam Céréalo proposé par le groupe Soummam.

Une étude de marché concernant la catégorie englobant ces deux yaourts (Yaourt aux céréales) a été menée afin d'identifier les préférences des consommateurs et l'éventuel présence d'un avantage concurrentiel produit acquis par le groupe Danone. Cette étude de marché a englobé un questionnaire ainsi qu'une analyse sensorielle hédonique des deux produits, en menant une analyse statistique à la fin permettant d'en tirer des enseignements.

D'après les résultats de cette analyse sensorielle, le Activia Fibre+ est le produit le plus apprécié en termes de goût ($6,48\pm 0,42$), odeur ($6,56\pm 0,37$), épaisseur de la texture ($7,27\pm 0,44$) et la teneur en sucre ($6,17\pm 0,32$).

Mots clés : Innovation disruptive, avantage concurrentiel, fructo-oligosaccharides, probiotiques, fibres alimentaires, stratégie de différenciation, recherche et innovation, développement produit, analyse sensorielle.

Abstract:

This work aims to study the impact of innovation on the competitive advantage of an agri-food company, specifically in the dairy sector (the case of Danone Djurdjura Algeria). Definitions and generalities on the concepts of innovation and competitive advantage were presented, along with an application of these concepts to the case study. The product under investigation is Activia Fibre+ yogurt offered by the Danone Group, which was compared to Soummam Céréalo yogurt offered by the Soummam Group.

A market study concerning the category encompassing these two yogurts (Cereal Yogurt) was conducted to identify consumer preferences and the potential competitive advantage gained by the Danone Group. This market study included a questionnaire and hedonic sensory analysis of the two products, followed by a statistical analysis to draw insights from the data.

According to the results of the sensory analysis, Activia Fibre+ is the most appreciated product in terms of taste (6.48 ± 0.42), smell (6.56 ± 0.37), texture thickness (7.27 ± 0.44), and sugar content (6.17 ± 0.32).

Keywords: Disruptive innovation, competitive advantage, fructo-oligosaccharides, probiotics, dietary fibers, differentiation strategy, research and innovation, product development, sensory analysis.

ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى دراسة تأثير الابتكار على الميزة التنافسية لشركة في مجال الصناعة الزراعية والغذائية، تحديداً في قطاع الألبان (حالة شركة دانون جرجرة الجزائر). تم تقديم تعاريف ومفاهيم عامة حول مفهومي الابتكار والميزة التنافسية، المقدم من مجموعة Activia Fibre+ بالإضافة إلى تطبيق هذه المفاهيم على الدراسة الحالية. المنتج المدروس هو زبادي دانون، وقد تم مقارنته بزبادي سومام سيربالو المقدم من مجموعة سومام.

تم إجراء دراسة سوقية تخص الفئة التي تشمل هذين الزبدتين (زبادي الحبوب) لتحديد تفضيلات المستهلكين ووجود إمكانية للميزة التنافسية المكتسبة من قبل مجموعة دانون. شملت هذه الدراسة السوقية استبياناً وتحليل حسي هيدوني للمنتجين، مع إجراء تحليل إحصائي في النهاية لاستخلاص توصيات.

الأكثر تقديرًا من حيث النكهة (6.48 ± 0.42)، والرائحة Activia Fibre+ ووفقًا لنتائج التحليل الحسي، يعتبر زبادي (6.17 ± 0.32) (0.37 ± 6.56)، وسمك القوام (7.27 ± 0.44)، ومحتوى السكر.

المصطلحات العلمية: الابتكار المُحطم، الميزة التنافسية، الفركتو-أوليغوساكاريد، البروبيوتيك، ألياف غذائية، استراتيجية التمييز، البحث والابتكار، تطوير المنتج، التحليل الحسي.