

UNIVERSITE ABDE RAHMANE MIRA DE BEJAIA

**Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de
Gestion**

Département des Sciences de Gestion



Mémoire de fin d'étude

En vue de l'obtention du diplôme de Master en Sciences de Gestion

Option : Management

Thème :

**Le rôle de système d'information dans
l'amélioration de la qualité de l'entreprise**

**Cas pratique : Général Emballage/
AKBOU**

Réalisé par :

LABOUDI Sabrina
BOUKIRAT Souhila

Encadré par :

Dr. MEZIANI Mustapha

Promotion septembre 2021

Remerciement

*Nous tenons à adresser nos vifs remerciements de tout cœur à
notre encadreur Mr. meziani
Mustapha pour sa disponibilité.*

*Nous chaleureux gratitude à l'ensemble de personnel de
l'entreprise général emballage pour leur accueil et le bon
déroulement de notre formation et particulièrement M^{elle} K.
Slifi pour sa patience, ses critique et ses conseils judicieux
qui ont contribué à la réalisation de notre travail.*

*Nous remerciement et notre profond gratitude s'adresse à
Notre chère famille qui est toujours là pour nous
Enfin nous remercions nos amies pour leur encouragement et
toute personne ayant contribué de près ou de loin à la
réalisation de ce modeste travail.*

Dédicaces

Cet évènement de ma carrière universitaire me donne la grande opportunité de dédier ce modeste travail à :

Mes très chers parents pour leur sacrifice et leur soutien et tous ce qu'ils m'ont offert durant toutes mes années d'étude et que dieu les protègent ;

A mon unique et adorable sœur qui n'a pas cessé de me Soutenir et de m'aider ;

A mon frère qui a été toujours à mes côtés ;

A toutes mes amies : Sara, Louiza, Thiziri, Sonia ;

A tous ce qui ont contribué à la réalisation de ce travail.

souhila

Dédicaces

*Avec l'aide de Dieu, j'ai pu faire ce modeste travail que je
dédie :*

*A mes parents, grâce à leurs grands sacrifices et à leurs
encouragements durant toutes mes années d'étude pour
atteindre ce niveau.*

A mes très chers frères : Khoudir, Mokhtar, Zaki et Didoo

A tous mes amis

A tous ceux qui m'ont aidé de près ou de loin dans toutes ces

Années

Merci beaucoup tout le monde

Sabrina

Liste des figures

Figure n°01 : Le traitement de l'information	09
Figure n°02 : positionnement de satisfaction dans l'entreprise.....	16
Figure n°03 : la roue de Deming (PDCA).....	30
Figure n°04 : Les caractéristiques de satisfaction clients.....	43
Figure n°05 : la situation géographique de la SPA Général Emballage.....	47
Figure n°06 : Organigramme de Général Emballage	51
Figure n°07 : Gamme de produits	58
Figure n°08 : Organigramme du service commercial de Général Emballage	64
Figure n°09 : Graphe de taux de satisfaction des clients de GE.....	80
Figure n°10 : Disposition d'un processus d'écoute client.....	83
Figure n°11 : Les moyennes de communication avec les clients.....	83
Figure n°12 : L'entreprise dispose t'elle d'un système d'information.....	84
Figure n°13 : Le système est une moyenne d'atteindre les objectifs de l'entreprise.....	84
Figure n°14 : Les méthodes d'échange de l'information entre les services.....	85
Figure n°15 : Le système d'information aide à améliorer la qualité des produits.....	86
Figure n°16 :L'entreprise s'engage-t-elle dans une démarche qualité ?.....	86
Figure n°17 : Quelle version de norme ISO utilisée.....	87
Figure n°18 : Que pensez-vous de la qualité de vos produits.....	87
Figure n°19 : Y-a-t-il une amélioration de l'information entre les services après la mise en	

place d'un SMQ.....	88
Figure n°20 :L'information est-elle important pour l'efficacité de l'entreprise.....	89
Figure n°21 : Les objectifs en matière de qualité de traitement de la réclamation.....	90

Liste des tableaux

Tableau n° 01 : Les caractéristiques de l'information	07
Tableau n° 02 : Les phases de l'écoute client	38
Tableau n° 03 : La typologie des dispositifs d'écoute client	39
Tableau n° 04 : Evolution des effectifs par le temps	49
Tableau n° 05 : Evolution des effectifs par catégorie socioprofessionnelle	50
Tableau n° 06 : Effectif de Général Emballage	53
Tableau n° 07 : Récapitulatif d'équipement de l'entreprise	55
Tableau n° 08 : la procédure commerciale	70
Tableau n° 09 : L'évaluation le taux de satisfaction des clients de GE	80
Tableau n° 10 : Grâce au SMQ l'accès a l'information devenu facile.....	88
Tableau n° 11 : Quelle est le délai de traitement de la réclamation	89

Liste des abréviations

SI : système d'information.

TIC : technologie de l'information et de communication.

SIN : système d'information numérique.

SIAD : système d'information d'aide à la décision.

PGI : progiciel de gestion intégré.

ERP : entreprise ressource planning.

SIG : système d'information de gestion.

SMQ : système de management de la qualité.

QC : qualité contrôle.

ISO : organisation internationale de normalisation.

GE : général emballage.

Sommaire

Introduction générale

Chapitre 1 : l'information et le système d'information dans l'entreprise

Section 1 : l'information dans l'entreprise

Section 2 : système d'information dans l'entreprise

Chapitre 2 : la qualité et le système de management de la qualité (SMG)

Section 1 : la qualité et les concepts fondamentaux

Section 2 : système de management de la qualité dans l'entreprise

Section 3 : l'interaction entre le système d'information et la qualité de l'entreprise

Chapitre 3 : la présentation de l'organisme d'accueil « général emballage »

Section 1 : la présentation de l'entreprise « général emballage »

Section 2 : l'environnement de l'entreprise « général emballage »

Chapitre 4 : le rôle de système d'information dans la qualité de l'entreprise « général emballage »

Section 1 : la mise en place et le rôle du système d'information dans l'entreprise GE

Section 2 : système de management de la qualité de GE

Section 3 : la méthodologie et interprétation des résultats

Conclusion générale

Bibliographié

Annexes

Table des matières

Résumé

Introduction générale

Introduction générale

Jour après jour, le nombre d'entreprises augmente et leurs performances sont en constante évolution puisque elle exprime le degré d'accomplissement des objectifs. Du coup, elle doit être à la fois efficace et efficiente pour faire face à la concurrence féroce dans le sens le plus large du terme. En effet, ces dernières années l'environnement économique connaît une évolution constante et une concurrence accrue ce qui oblige aux entreprises de recueillir une plus grande quantité d'informations pour s'adapter à cette environnement turbulent.

Par conséquent, l'entreprise entreprend un ensemble d'activités et applique un ensemble de systèmes pour rester attentive aux besoins implicites et explicites de ces clients, et parmi ces systèmes, il y a un système d'information qui reçoit et traite les informations et comprend parfaitement les besoins et les attentes des clients.

D'un point de vue systémique, l'entreprise est considérée comme un système ouvert à son environnement est donc influence et influencé par son environnement. Alors, l'entreprise a besoin d'informations pour s'assurer du bon fonctionnement de ces activités, cette information est la matière première de la décision.

Le système d'information est défini comme un ensemble organisé de ressources (individus, matériel, logiciel, progiciel, bases de données, procédures) qui permettent d'acquérir, de traiter, de stocker, et de communiquer l'information sous différentes formes au sein d'une organisation¹¹. Donc nous pouvons dire qu'il vise à réaliser les activités de l'entreprise, son objectif est de restituer l'information à la bonne personne et au bon moment.

Aujourd'hui le système d'information joue un rôle primordial dans les entreprises. Dans ce contexte, la performance de l'entreprise liée au système d'information est devenue un élément essentiel de la qualité et de la pérennité de l'entreprise.

En général, nous pouvons dire que le système d'information fait partie du système de management de la qualité, et à partir de cette raison le système d'information est une composante essentielle au bon fonctionnement d'un système management de la qualité.

A travers notre étude, nous avons comme objectif d'étudier le rôle du système d'information dans le management de la qualité de l'entreprise (**Général Emballage**). Pour mener à bien notre travail, nous tenterons de répondre à la question suivante :

¹ Robert Reix (2005), système d'information et management des organisations, p 61.

Introduction générale

Quel est le rôle du système d'information dans le cadre du système de management de la qualité de l'entreprise (général emballage) ?

Cette question centrale est décomposée en sous questions qui sont :

Q1 : Qu'est-ce que l'information et le système d'information ?

Q2 : Qu'est-ce que la qualité et le système de management de la qualité ?

Q3 : Quel est le rôle de système d'information dans la qualité de l'entreprise ?

Pour répondre à cette problématique, on propose quelques hypothèses suivantes :

H1 : le système d'information est d'une grande importance pour atteindre les objectifs qualité de l'entreprise.

H2 : L'utilisation du système d'information a une relation avec le système de management de la qualité.

H3 : L'écoute des clients est essentielle pour avoir une bonne image.

Pour mener à bien notre travail de recherche nous avons jugé utile de présenter deux parties : théorique et pratique. Le plan théorique est subdivisé en deux chapitres. Dans le premier chapitre, nous parlerons de la signification de l'information et sa typologie et sur le système d'information et son rôle dans l'entreprise.

Dans le deuxième chapitre nous exposerons la qualité de l'entreprise, les concepts fondamentaux, les principes et les exigences du système de management de la qualité. A la fin de cette partie, la troisième section sera consacrée à la relation entre le système d'information et la qualité de l'entreprise.

Sur le plan pratique, nous développons deux chapitres complémentaires. Le troisième chapitre parlera de la présentation générale de l'entreprise (Emballage général), et dans le quatrième chapitre, nous distinguerons trois sections principales : la première section parlera du rôle du système d'information de l'entreprise, la deuxième section portera sur le système de management de la qualité de l'entreprise, la troisième section sera consacrée à l'analyse des résultats de l'enquête comme un point final.

Première partie

Approche théorique du Système
D'information et la qualité de l'entreprise

Introduction

Dans cette partie, nous allons essayer d'aborder et d'expliquer clairement et théoriquement les deux éléments essentiels de notre problématique à savoir le système d'information et le système de management de la qualité.

L'objectif principal de cette partie est de donner l'essentiel sur le système d'information et le système de management de la qualité, nous détaillons la relation pouvant exister entre ces deux système afin d'apporter une réponse à notre problématique.

Chapitre I

Chapitre (1) l'information et le système d'information dans l'entreprise

Chapitre (1) L'information et le système d'information dans l'entreprise

Le système d'information constitue un ensemble des informations utiles à l'entreprise pour s'assurer le bon fonctionnement de ces activités, puisque ces informations de plus en plus sont considérées comme une ressource essentielle de l'entreprise au même titre que les autres matières, compétences, personnelles, savoir.....

La qualité de ces informations doit être l'objectif principal de chaque décideur de l'entreprise.

Pour mieux expliquer ce chapitre nous allons le décomposer en deux sections la première est consacrée à l'information dans l'entreprise, la deuxième pour décrire le système d'information dans l'entreprise.

Section 1 : L'information dans l'entreprise

L'information donne une valeur ajoutée aux tâches exécutées dans l'entreprise, elle joue un rôle fondamental aux choix rationnels, aux décisions qui engagent l'avenir d'une entreprise et à la mobilisation des moyens pour atteindre les buts visés.

1. Définitions

L'information constitue le support de connaissance et de communication humains elle est à la fois un outil de communication interne puisque elle permet de s'assurer la coordination entre les différents services et les acteurs de l'entreprise, et aussi un outil de communication externe, elle permet de diffusé l'information vers l'environnement de l'entreprise².

Alain Rey, rappelle que le terme de l'information « est un ensemble de connaissances réunies sur un sujet donné »³.

L'information peut être définie « comme étant une donnée organisée, traitée significativement pour orienter une décision »⁴.

Parfois on utilise indifféremment les termes information et donné. En fait, une

² Jacques Sornet, Nathalie le gallo, hangoat, « **système d'information de gestion** », édition dunod, 2016, p5.

³ **REY Alain** (1995) information. Dictionnaire historique de la langue française. Paris: dictionnaire le robert.1995. p1025

⁴ Hugues angot, « **système d'information de l'entreprise ; des flux d'information, au système de gestion automatisé** », Bruxelles 5ème Edition de Boeck, 2008, p108.

Chapitre (1) l'information et le système d'information dans l'entreprise

donnée ne devient une information que lorsqu'elle est reçue par un être humain qui en fait une interprétation.

En effet, une donnée est l'élément le plus fin elle a une signification, elle devient une information lorsque elle est relié à un contexte.

2. Source d'information

L'information est considérée comme la matière première de la décision, du coup les décideurs de l'entreprise a besoin de différentes sources d'information pour la prise de ⁴décision et la gestion de leur entreprise.

Cette source elles peut-être⁵ :

Source interne :

Ce sont toutes les informations que l'on peut trouver au sein de l'entreprise elle-même, ces sources elles peuvent être primaires ou secondaires.

Les informations internes primaires sont des enquêtes nécessitant un recueil et un traitement de données, pour qu'elles aient un sens comme les enquêtes auprès des salariés.

Les sources d'information primaires secondaires regroupent les informations qui existent déjà dans l'entreprise comme les données comptables, statistiques, techniques.

Source externe :

Ce sont les informations qui se trouvent à l'extérieure de l'entreprise il s'agit des renseignements et les données qui proviennent de l'environnement dans le quelle évolue l'entreprise : les informations liées aux clients, fournisseurs, les banques. Ce genre d'information permet de mieux organiser les stratégie de l'entreprise.

3. Types d'information

Pour la prise de décision dans l'entreprise, il est important de collecter les informations relevant de différents domaines, plusieurs types d'informations peuvent être distingués⁶⁶:

⁵ Mevel O, Abragll, « **management de l'information dans l'organisation** », 2009, P123

⁶ **J-L charmant S.sépari**, organisation et gestion de l'entreprise, éditions dunod paris, (2001).P.315.

Chapitre (1) l'information et le système d'information dans l'entreprise

- **Les informations comptables :**

Pour pouvoir déterminer la fiabilité et d'avoir une idée exacte de la valeur de l'entreprise sur le marché, l'information comptable constitue un moyen efficace. Ce type d'information synthétise l'activité de l'entreprise et permet d'apprécier la sincérité des comptes de l'entreprise, et sa capacité de dégager un profit à travers la production et la commercialisation des produits finis. Soulignons que cette information issue du système d'information comptable constitue un élément réducteur d'incertitude pour toutes décisions.

- **Les informations techniques :**

Cette information permet à l'entreprise de définir l'objectif de production en tenant compte des contraintes associées. Ces contraintes limitent les capacités de production dans l'entreprise. Ainsi, la collecte et la maîtrise de cette information sont indispensables pour définir le processus de production de l'entreprise.

L'utilisation des nouvelles technologies de production de l'information permet de modifier le processus de fabrication au mieux pour maximiser le profit. Cette utilisation sert aussi à déterminer les critères rationnels de gestion (processus de fabrication).

- **Les informations commerciales :**

C'est une d'information qui provient de service commercial d'une entreprise sur sa clientèle, sur son chiffre d'affaires ou sur l'état actuel du marché. permet de mesurer le niveau d'adéquation entre la production d'une entreprise (offre) et la demande qui lui est adressée, d'évaluer l'impact d'une politique de prix sur le marché et d'avoir des renseignements sur les performances des ventes de l'entreprise sur les différents marchés

4. Les caractéristiques de l'information

Pour que l'information soit utile à la prise de décision, l'information devrait avoir une ou plusieurs caractéristiques décrites dans le tableau suivant (Stair, 2008)⁷ :

Tableau n°01 : les caractéristiques de l'information

⁷ **Laila zemmouche –ghomari**, « l'introduction des systèmes d'information au monde de système d'information ».P13-14.

Chapitre (1) l'information et le système d'information dans l'entreprise

Caractéristique	Définition
Précise	Une information précise ne contient pas d'erreur elle décrit la réalité la plus complète, parfois une information imprécise est générée suite à un traitement de données elle-même imprécises.
Fiable	Des décisions, des actions critiques dépendent d'information fiable, la fiabilité d'information est souvent tributaire de sa source.
Rapide	Une information rapide est délivrée au besoin.
Sure	L'information devrait être sécurisée d'être accédée par des utilisateurs non autorisés.
Simple	L'information devrait être simple, pas trop complexe. Une information trop sophistiquée et détaillée peut être inutile. Trop d'information peut causer une surcharge d'informations. Un décideur qui dispose de beaucoup d'information peut être incapable de déterminer ce qui vraiment important.
Pertinente	L'information pertinente est importante pour le décideur.
Vérifiable	L'information devrait être vérifiable ce qui veut dire qu'il est possible de l'évaluer pour savoir si elle est correcte ou pas, peut être en vérifiant plusieurs sources sur la même

	information.
Accessible	L'information devrait être accessible par les utilisateurs autorisés selon le bon format et au moment voulu selon leur besoin respectifs.
Complète	Une information complète contient tous les faits importants mais pas plus qu'il est nécessaire d'en avoir.

Chapitre (1) l'information et le système d'information dans l'entreprise

Economique	Une information devrait être relativement économique à produire. Les décideurs devraient toujours tenir compte de la valeur de l'information versus le cout de sa production.
Flexible	Une information flexible peut être utilisée pour différents objectifs. Par exemple la quantité disponible en stock peut être utilisée par un vendeur dans une transaction de vente, par le manager de la production pour déterminer s'il y a besoin de réapprovisionnement du stock ou encore par un financier pour calculer le montant des investissements stock.

5. La valeur de l'information

L'information a une valeur prédictive et une valeur rétrospective. L'information qui aide à faire des prévisions est prédictive, par exemple l'état des résultats. L'information qui permet de confirmer ou de corriger les prévisions antérieures a une valeur rétrospective, cette valeur est appréciée sur la base de 3 critères de qualité la pertinence, la fiabilité et la disponibilité.

L'information est disponible pour influencer le décideur. L'utilité de l'information pour la prise de décision diminue avec le temps. Plus l'information est vieille, moins elle a des chances d'être utile pour un problème qui est récent.

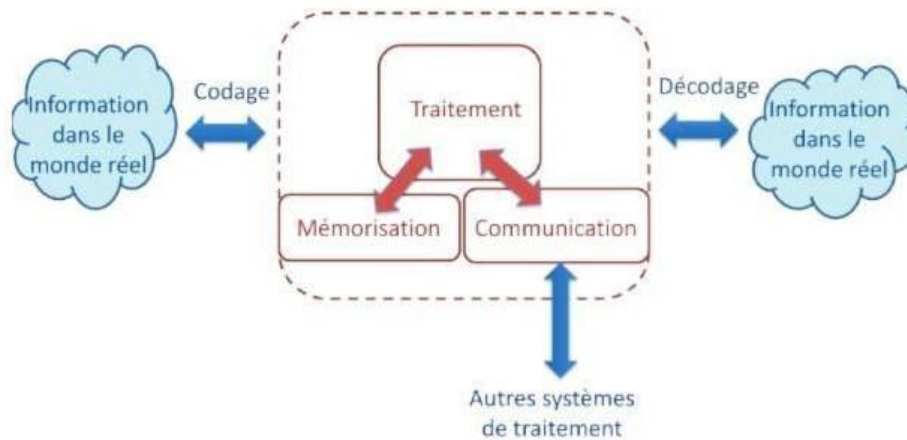
6. Traitement de l'information

L'homme a créé plusieurs et utilisé divers techniques pour traiter, transmettre et mémoriser des informations, vaste domaine synthétisé sous la terminologie « traitement de l'information ».

De façon générale, le traitement de l'information, se décompose en plusieurs phases décrites sur la figure suivant :

Chapitre (1) l'information et le système d'information dans l'entreprise

Figure n° 01 : le traitement de l'information.



Source : Alain cappy traitement neuro-inspiré de l'information, édition ltd 2020, page 8.

Soit une information (signe, symbole, couleur.....etc.) existant dans le monde réel, la première opération nécessaire avant tout traitement est son acquisition à travers un codage.

Nos sens, comme la vision l'ouïe, utilisent des capteurs que sont la rétine et le tympan dont le rôle est de coder les informations visuelle et auditives afin qu'elles puissent être traitées par le cerveau. Si ces mêmes informations visuelles et auditives du monde réel sont captées par une caméra, et un microphone, le codage sera différent et il pourra être analogique ou binaire. Une fois codée, une information peut être traitée. Les machines de traitement ainsi que leur organisation interne peuvent être très divers (cerveau, ordinateur) mais possèdent elle tout un dispositif qui permet la mémorisation et communication des informations, que ce soit à l'intérieure de la machine elle-même ou avec une machine similaires.

Après traitement de l'information, qui existe dans le système de codage de la machine, devra être décodé pour être rendue et interprétable dans le monde réel. Le décodage est par exemple, le rôle de l'écran de l'ordinateur qui affiche le résultat d'un calcul.

Section 2 : Système d'information dans l'entreprise

Le système d'information est un élément central de toute entreprise, il fournisse des informations dont il a besoin à la fois sur son fonctionnement et sur son environnement pour la prise de décision, suivie des actions pour la gestion opérationnelles dans le but de réaliser les objectifs stratégique de l'entreprise.

Chapitre (1) l'information et le système d'information dans l'entreprise

1. Typologies d'un système

Dans cette première étape, nous verrons la signification du système et ses différents types.

• Définition d'un système

Le mot système dérive du grec « systema » qui signifie l'ensemble organisé mais cette définition est réductionniste.

R.L Ackoff, F.E.Emery définit « un système comme ensemble d'éléments reliés entre eux dont chaque élément est reliés directement ou indirectement avec chacun des autres et dont chacun sous ensemble n'est pas reliés avec les autres »⁸.

J.L le Moigne il définit analytiquement, un système de façon suivante : « quelque chose (n'importe quoi identifiable), qui fait quelque chose (activité : fonction), et qui est doté d'une structure évolue dans le temps, dans quelque chose (environnement) pour quelque chose (finalité) »⁹.

Pour Rosnay, « un système est un ensemble d'éléments en interaction dynamique organisé en fonction d'un but »¹⁰

L'approche systémique considère « un système dans sa globalité, sa complexité et dynamique propre. Donc on considère non plus les parties d'un tout, ce tout non réductible à l'ensemble des parties qui le compose »¹¹

Donc approche systémique considère un système :

- Dans sa globalité à fin de ne pas négliger les interactions de son environnement.
- Intègre la durée dans son analyse.
- Considérer comme essentielle les liaisons d'un système avec son environnement.
- Prend en compte les buts fixés et ne retient que les éléments essentiels.

⁸ Georges Lebet, « **approche systémique et production de savoir** », édition l'harmattan, cité, 1993, p16.

⁹ Georges larbet, « **approche systémique et production de savoir** », 1993, cité p15.

¹⁰ Christian volant, « **management de l'information dans l'entreprise vers l'approche systémique** », édition paris, 2002, p07.

¹¹ Christian Ernst, « **Les systèmes experts de gestion** », Ed : Eyrolles paris 1988, p.146.

Chapitre (1) l'information et le système d'information dans l'entreprise

• Type de système

Il existe deux types qui sont :

✓ **Système fermé :**

Un système isolé de son environnement donc il n'a pas d'échange d'information entre l'entreprise et son environnement.

✓ **Système ouvert**¹²:

Un système qui est ouvert est un système en interaction constante avec son environnement, l'un modifiant l'autre et se trouvant modifié en retour. Ce type de système échange l'information, matière et l'énergie utilisées dans le maintien de son organisation entre l'entreprise avec son environnement

2. L'entreprise en tant que système

Pour Forrester, l'entreprise peut être considérée « comme une organisation (elle est en effet une structure sociale et un centre de production), un système concret (ensemble de machine, d'homme), et abstrait (de la notion de la culture de l'entreprise) »¹³.

L'entreprise est un système finalisé puisque elle a un objectif (maximisation de profit) ou plus (part de marché, pénétration...), L'entreprise est un système régulé qui s'adapte en permanence avec son environnement aussi bien au changement interne et externe¹⁴.

Approche systémique considère l'entreprise comme un système lui-même est constitué d'un ensemble de sous-système¹⁵ :

- ✓ En interaction dynamique.
- ✓ Organisé en fonction d'un but.
- ✓ Présentant des propriétés d'autonomie, de cohérence et de permanence.

3. Typologies d'un système d'information

• Définition d'un système d'information

Un système d'information est « un ensemble d'activité qui saisissent, stockent, transforment et diffusent des données sous ensemble de contraintes appelé l'environnement de

¹² De Rosnay, « **le macroscopie vers une vision globale** », éd, seuil, paris, 1975.

¹³ Forrester, j, « **principe des systèmes** », presses universitaires de Lyon.

¹⁴ Diemer Arnaud, « **économie d'entreprise** », page 5.

¹⁵ L'approche systémique des organisations –CEID, p26.

Chapitre (1) l'information et le système d'information dans l'entreprise

système »¹⁶.

Le système d'information recouvre à la fois deux notions, d'une part la réalité de l'organisation qui se transforme, entreprend, communique et enregistre les informations, et d'autre part le système d'information numérique qui est un objet artificiel conçu par l'homme, tenant en compte des potentialités de la TIC, pour l'aider à acquérir, traiter, stocker, transmettre et restituer les informations qui lui permettent d'exercer ses activités au sein de l'entreprise¹⁷.

- **Système informatique :**

Est un sous-ensemble du système d'information, constitué d'un ensemble de matériel et logiciel ayant pour la vocation à automatiser le traitement de l'information par exemple (ordinateur ; support technique, serveur).

Il occupe actuellement une place importante dans le système d'information, car il permet d'amplifier les fonctions principales de ce dernier.

- **Bref historique du concept de système d'information**

La grande rupture provoquée par l'évolution d'une technologie dans la conception du (SIN) se résume dans les étapes suivantes¹⁸ :

- **l'étape de la centralisation de traitement (1950-1970)**

Cette étape se caractérise par l'évolution linéaire et les contraintes relativement faibles, les technologies associées à cette époque permettant de concevoir des outils destinés à améliorer la productivité et des travaux scientifiques, le SIN centralisé correspond à des méthodes de conceptions structurées « orientées le traitement » : nous pouvons citer, par exemple, la méthode de programmation structurée, elle se base sur l'approche fonctionnelle de l'organisation et utilise une démarche descendante qui consiste à décomposer le problème hiérarchiquement en sous-problème.

- **l'étape de la décentralisation des données (1970-1990)**

Cette étape se caractérise par une évolution moins déterministe, moins prévisible, plus complexe, marquée par un changement soutenu et une concurrence plus forte. Cette période correspond à la naissance d'un micro-ordinateur avec la possibilité de décentralisation une

¹⁶ Suzan Ricard, Jean Tablo, « **Le développement des systèmes d'informations** », 3^{ème} édition, 2004, p20.

¹⁷ Pierre-Emmanuel Arduin, et al, « **système d'information et de la connaissance** », édition Lts, 2015, p 15-16.

¹⁸ Pierre-Emmanuel Arduin, et al, « **système d'information et de la connaissance** », édition Lts, 2015, p15-16.

Chapitre (1) l'information et le système d'information dans l'entreprise

partie des capacités de traitements permet aux concepteurs de se tourner vers des manipulations différées de données centralisées et/ ou des manipulations en temps réel de données décentralisées. Le système d'information numérique gère de grandes masses de données, ses fonctions principales sont la mémorisation et le calcul. Il traite essentiellement des données « stables », structurées, prévues par l'analyste et le concepteur du système d'information numérique.

➤ **L'étape l'interopérabilité et de la standardisation (1990)**

Les organisations cherchent de nouveaux marchés et exigent des outils puissants capables de faire communiquer des systèmes hétérogènes. Avec des technologies client-serveur, les technologies objet, et les composantes réutilisables, émergent des outils conceptuels et des techniques nouvelles plus appropriées: le système d'information numérique (SIN) évolue de traitement des opérations lourdes en différé au stockage des données, puis à l'approche objet jusqu'aux progiciels de gestion intégrés (PGI) ou (ERP) entreprise ressources planning.

➤ **L'étape l'universalité de la mondialisation (2000)**

Dans les années 2000, une nouvelle économie de l'information, a fait son apparition avec le réseau de l'informatique mondiale internet et le numérique ce que l'on appelle l'autoroute de l'information.

L'organisation irriguée par son SIN, la première étape a été marquée par une prédominance des services informatiques. Lors de la deuxième puis de la troisième étape, le rôle et les missions des différents acteurs intervenant dans la conception de système d'information numérique ont évolué et, en particulier, un nouveau acteur est apparu : le maître d'ouvrage qui représente la direction de l'organisation, il fait le lien avec le maître d'œuvre. Il implique un mode de travail coopératif fondamental pour la réussite des projets d'application

. Type de système d'information

L'entreprise doit disposer un système qui lui fournisse à la fois des informations sur son fonctionnement et son environnement¹⁹ :

¹⁹ Suzanne Ricard Jean Talbot, « **le développement de système d'information, une méthode intégrée à la transformation des processus** », 3^{ème} édition 2004, p23.

Chapitre (1) l'information et le système d'information dans l'entreprise

✓ **Système d'information de gestion (SIG)**

Les systèmes d'information de gestion ont pour l'objectif de soutenir les activités des gestionnaires de l'organisation, qu'elles se situent au niveau du contrôle des opérations, du contrôle de gestion ou de la planification de la stratégie. Ils reposent principalement sur les bases de données créées par les systèmes de traitement de transactions bien qu'ils utilisent aussi des sources de données externes à l'organisation. Ils consistent généralement en des rapports mis à la disposition des gestionnaires, de façon périodique ou sur demande, qui résumant la situation d'un aspect particulier de l'organisation.

✓ **système d'information stratégique (S.I.A.D)**

Sont des systèmes conçus dans l'objectif explicite de soutenir les activités de prise de décision, le processus de prise de décision est composé de trois grandes phases :

- identification du problème.
- l'évaluation et l'élaboration de scénarios de solution.
- le choix d'une solution, en principe un SIAD doit fournir de l'information permettant à ceux qui prennent les décisions, d'identifier une situation où une décision doit être prise. De plus, il doit être pourvu de capacités de modélisation pour permettre la génération et l'évaluation de scénarios de solution.

4. Le rôle et les fonctions de système d'information dans l'entreprise

Le système d'information, figurent parmi les outils privilégié dans tout entreprise, car il est devenu un élément essentiel au bon fonctionnement de l'entrepris, pour atteindre les objectifs fixé il constitue²⁰ :

a. L'instrument du couplage entre modules opérationnels et modules pilote au sein de l'organisation

La rapidité de prise de décision et la rapidité de réaction aux modifications des conditions de l'environnement dans tous les domaines dépendent de la qualité de ce couplage en terme :

- ✓ De rapidité de transmission de l'information.
- ✓ De fiabilité des informations transmises, non –déformation par des bruits parasites.

²⁰ Michelle Gillet, patrick gul, « **système d'information des ressources humaines** » édition dunod, paris2010.

Chapitre (1) l'information et le système d'information dans l'entreprise

- ✓ De complétude de l'information. il ne doit pas y avoir des omissions dans la transmission des données.
- ✓ D'adéquation de l'information transmise, par apport aux besoins du destinataire. chaque destinataire de l'information aura des besoins caractérisés par sa position hiérarchique et son rôle fonctionnel dans l'organisation.

b. mémoire de l'organisation

Une entreprise qui perd sa mémoire perd son histoire, son savoir et son savoir-faire, la créativité, permettant de résoudre les problèmes étant fondée sur le raisonnement analogique, il est très important de capitaliser ses connaissances, pour accroître son potentiel comme le fait le cerveau humain.

c. l'instrument de la mise en forme des données

Pour que l'information possède l'information adéquate au bon moment le système d'information doit non seulement faire circuler les données mais de les mettre en forme conformément aux besoins de chaque destinataires, l'adéquation de l'information aux destinataires doit prendre en compte sa position et son rôle dans l'organisation. Cela permettra à chaque acteur de répondre aux types de questions qu'il rencontre dans l'exercice de son poste de travail au bon moment.

5. les fonctions de système d'information dans l'entreprise

Nous pouvons représenter l'entreprise comme un ensemble de trois sous-systèmes qui communiquent entre eux ²¹:

- **Sous système opérant** : il transforme les entrées (inputs) en sorties (outputs).
- **Sous système de pilotage** : sera en quelque sorte le cerveau de l'entreprise qui prend les décisions stratégiques quant aux priorités de production, aux traitements des aléas, au regroupement par lots.
- **Sous système d'information** : servira à recueillir et préserver les données, à effectuer des traitements sur celles-ci, et à diffuser les résultats aux systèmes de

²¹ M.bigand, J-P.bourey, H.camus, D.corbeel, « **conception des systèmes d'information, modélisation des données** », étude de cas, édition technip, paris 2006, p03.

Chapitre (1) l'information et le système d'information dans l'entreprise

pilotage et opérant.

Figure n° 02: positionnement de système d'information dans l'entreprise.



Source : M bigand. D.P BOUREY. H cumus. D.corbeel, conception des système d'information : modélisation des données, étude de cas, édition technip paris 2006, page 3.

6. La circulation de l'information dans l'entreprise

Généralement, à l'intérieur de l'entreprise, la circulation de l'information s'effectue à trois niveaux distincts²²:

- **De haut en bas :**

C'est l'information descendante qui prend naissance au niveau de système de décision et irrigue le système d'opérations productives et commerciales en termes d'objectifs à atteindre.

- **De bas en haut :**

Cette information, dite remontante, est essentiellement perçue comme le produit de données, de résultats, d'expériences, mais c'est également « tout signal capable de transmettre l'avis d'une modification, d'organiser un arrangement, de déclencher un programme ou d'être enregistré dans une mémoire ». Ce type d'information récemment développé permet au système d'adapter ses décisions en prenant en compte la réalité du fonctionnement du système.

- **Ce troisième niveau correspond à l'information dite horizontale :**

Elle s'établit généralement d'individu à individu en dehors de la ligne hiérarchique classique et constitue le réseau de communication formel ou informel, support de l'ajustement mutuel.

²² Gilbert bron, et al, « l'entreprise horticole ;approche globale et l' environnementale », educagriédition ;2^{ème} édition ,2004, p60.

Chapitre (1) l'information et le système d'information dans l'entreprise

Conclusion

Dans ce chapitre, au premier lieu, nous avons abordé la notion de l'information, et une donnée peut devenir une information lorsqu'on l'interprète et on la relie à un contexte, ainsi nous avons décrit les sources, les caractéristique, les types de d'information dans l'entreprise et les différentes étapes de l'évolution de système d'information, ainsi que son rôle dans l'entreprise.

Le système d'information se vit comme un cerveau dans l'entreprise, il permet de collecter, traiter, mémoriser l'information dans divers domaines ; cette information elle circule de différente manière afin d'aider les managers à prendre les bonnes décisions au bon moment pour une gestion efficace de leur entreprise.

Une bonne décision dépend de la qualité de l'information, sa fiabilité et sa disponibilité au moment voulu puisqu'elle est considérée comme la matière première de la décision.

Chapitre II

Chapitre (02) la qualité et le système de management de la qualité

La révolution industrielle a apporté des résultats importants et un grand développement au concept de la qualité dans diverses organisations à travers le monde. Ces dernières années, la qualité a eu un impact significatif sur le développement des entreprises et a traversé plusieurs étapes.

Dans ce chapitre, nous aborderons trois sections, la première est liée à la qualité et à ses différentes étapes de développement, et la deuxième section témoignera de la généralité du système de management de la qualité dans l'entreprise. Enfin, nous expliquons l'écoute client, qui est une interaction entre le système d'information et la qualité de l'entreprise.

Séction1 : la qualité et les concepts fondamentaux

Dans ce premier élément, nous verrons la signification du concept qualité et ses différentes évolutions, et en fin nous expliquerons la normalisation et la certification relative à la qualité.

1. Définitions de la qualité

La qualité reflète l'image de l'entreprise, car c'est l'une des principales mesures de la performance de l'entreprise.

Selon L'ISO (9000 ; 2000) : « la qualité est l'aptitude d'un ensemble de caractéristique intrinsèques à satisfaire des exigences ».

On a aussi, selon Frédéric CANARD, à partir de son ouvrage « management de la qualité », il explique en détail et clairement la signification du concept qualité à travers des différents niveaux, comme il a dit : « la qualité peut ce définir de différents point de vue, pour le client, la qualité est liée à sa satisfaction. Elle est le résultat de la comparaison entre ce qu'il perçoit d'un produit ou d'un service, et ce qu'il en attend. A partir des attentes du client (perspective externe) il s'agit de concevoir puis de réaliser un produit ou service conforme aux spécifications (perspective interne) »²³.

Après ces définitions nous distinguerons que le rôle essentiel de la qualité dans l'entreprise est de satisfaire les exigences et les attentes des clients et les parties intéressées, et d'améliorer le fonctionnement et le savoir-faire de l'entreprise.

²³ Frédéric canard « **management de la qualité** », gaulira éditeur, l'extenso édition. Paris, 2009, page 15-16

2. Bref historique de la qualité et ses différentes évolutions

Parmi les sciences contemporaines, le management de la qualité fait difficilement son chemin. Bien que sa fondation remonte à près d'un siècle, on compte encore peu d'universités européennes et américaines qui le considèrent comme une science à part entière. Nous verrons dans cette partie comment le management de la qualité est né aux Etats-Unis et s'est développé au Japon. Il gagne aujourd'hui le monde entier. Et ça grâce de nombreux auteurs²⁴.

➤ **Les origines Américaines**

C'est en 1924 que la direction technique des Bell Téléphone Laboratoires décida de constituer un département d'assurance qualité dont le but était d'optimiser la production des usines en veillant à satisfaire les besoins aucune entreprise n'avait alors un département de ce genre. La direction technique rassembla à New York une équipe d'ingénieurs. Deming, rejoignit temporairement l'équipe, Juran, travaillait comme technicien au service d'assurance qualité de l'usine de Hawthorne.

Alors que Dodge et Romig s'intéressaient au problème du jugement de la qualité de produits finis d'après des résultats d'essais sur les échantillons pris au hasard, c'est-à-dire au contrôle statistique de réception, Shewhart consacra ses efforts au problème de l'interprétation des mesures de la qualité sur le processus de production.

En 1931, Shtewart publia les résultats de ses recherches sur le contrôle de la qualité dans un ouvrage de 500 pages intitulé (Economic Control of quality manufacture product). Sa préoccupation essentielle était de comprendre le problème de la maîtrise de la qualité d'un produit dans une fabrication de série. Par la suite, son livre a servi de référence à la plupart des ouvrages sur le contrôle statistique de la qualité.

L'industrie était alors sous l'influence des théories de Taylor, l'inventeur de la division du travail, qui considérait le contrôle de la qualité comme une opération relativement facile, indépendante des opérations de conception et de la production, Shewhart montra au contraire que ces opérations réagissent constamment les unes sur les autres et que, pour cette raison, le contrôle traditionnel de la qualité ne pouvait pas améliorer la qualité.

Après la dernière guerre mondiale, la demande de produit manufacturés était si grande que les industriels américains cherchaient à produire la plus grande quantité possible, sans se

²⁴ Jean-Marie GOGUE « **management de la qualité** », 4^{ème} édition. ECONOMICA, 2005, Paris, p 9-13

Chapitre(2) la qualité et le système de management de la qualité

soucier de la qualité, c'est pourquoi la théorie de Shewhart n'eut pas un grand succès.

➤ **La qualité au japon**

Pendant la dernière guerre mondiale, le haut état-major japonais avait réuni un comité scientifique dont la mission était de trouver des méthodes d'amélioration de la productivité et de la qualité dans les usines d'armement. Il était présidé par un ingénieur nommé Koyanagie.

En mars 1948, Koyanagie constitue un groupe de travail de six personnes pour étudier les applications industrielles de l'analyse statistique.

En mars 1950, l'union des ingénieurs scientifique japonais (JUSE) lance une revue mensuelle intitulée Hinshitsu Kanri (contrôle statistique de la qualité), cette revue, qui existe encore aujourd'hui, est un excellent moyen de diffusion des méthodes statistique de la JUSE dans l'industrie japonaise.

En juillet 1954, Juran est invité à son tour par la JUSE à donner des conférences sur le contrôle qualité, après avoir commencé sa carrière en 1925 au département d'assurance qualité de l'usine de Hawthorne, Juran est consultant aux Etats-Unis.

En juillet 1970, quelque mois plus tard, la JUSE publie un petit livre de cinquante page intitulé (cercle koryo), c'est à dire (manuel des cercles de QC), il est adressé à tous les leaders des cercles de QC répertoriés. Cette publication a l'effet escompté et continue de progresser. En 1980, ils sont cent mille. C'est alors que la JUSE décide de traduire en anglaise et publiée en 1980 et l'édition française en 1981.

➤ **L'expansion mondiale**

C'est principalement grâce à des associations privées, que les principes et les méthodes du management de la qualité ont été diffusés dans l'industrie occidentale après la seconde guerre mondiale. Des organismes de normalisation rassemblés sous l'égide de l'ISO ont participé à cette information en publiant des normes, d'abord au niveau national, puis au niveau international.

Les managers américains ont longtemps considéré le qualité control comme une simple composante du management de l'entreprise, une fonction dans laquelle les autres fonctions s'impliquent faiblement. Mais à partir de 1975, l'arrivée massive de produits japonais sur le marché américain provoque en quelques années un grand sentiment d'inquiétude. Les firmes les plus menacées appellent en consultation les meilleurs experts en

Chapitre(2) la qualité et le système de management de la qualité

qualité, notamment Crosby, Deming, Feigenbaum, Ishikawa et Juran. On voit alors se multiplier les départements d'assurance qualité, les programmes d'amélioration de la qualité, les cercles de qualité.

Le management de la qualité poursuit son expansion dans le monde entier et touche maintenant les pays en voie de développement, la chine et l'Inde notamment. C'est la plus importante révolution en matière de management.

Après ces événements, nous pouvons extraire trois phases essentielles:

- Contrôle qualité (la fin des années 60 à des années 70) :

Selon la norme ISO 8402 ; 1994, le contrôle qualité c'est « l'activité telle que mesurer, examiner, essayer, de passer au calibre une ou plusieurs caractéristiques d'une entité et comparer les résultats aux exigences spécifiées en vue de déterminer si la conformité est obtenue pour chacune de ses caractéristiques »²⁵. Alors. Le contrôle qualité vise à déterminer la conformité des caractéristiques d'un produit ou service à des spécifications

- Assurance qualité (1970 à 1980) :

D'après la norme ISO 8420 ; 1994, l'assurance qualité c'est « ensemble des activités préétablies et systématiques mises en œuvre dans le cadre du système qualité, et démontrées en tant que de besoin, pour donner la confiance appropriée en ce qu'une entité satisfera aux exigences pour la qualité ». Donc, l'assurance qualité complète le contrôle qualité pour donner confiance aux clients.

- Le management de la qualité ou le management de la qualité totale (1980 à nos jours) :

D'après ISO 9000 ; 2000, le management de la qualité « c'est l'ensemble des activités coordonnées qui permettent d'orienter et de contrôler un organisme en matière de qualité ».

Alors, il est venue pour compléter le contrôle et l'assurance qualité, et vise à éliminer les défauts dans tous les processus liés aux activités de l'entreprise ainsi que les opérations liées aux parties intéressées (fournisseurs et distributeur, ...).

➤ **Les principes de management de la qualité**

Le management de la qualité est basé sur huit principes essentiels selon la norme ISO

²⁵ La norme ISO 8402 :1994

Chapitre(2) la qualité et le système de management de la qualité

9000²⁶, qui sont :

- Orientation client :

Les organismes dépendent de leurs clients, il convient donc qu'ils en comprennent les besoins présents et futurs, qu'ils satisfassent leurs exigences et qu'ils s'efforcent d'aller au-devant de leurs attentes.

- Leadership:

Les dirigeants établissent la finalité et les orientations de l'organisme, il convient qu'ils créent et maintiennent un environnement interne dans lequel les personnes peuvent pleinement s'impliquer dans la réalisation des objectifs de l'organisation.

- Implication du personnel :

Les personnes à tous niveaux sont l'essence même d'un organisme et une totale implication de leur part permet d'utiliser leurs aptitudes au profit de l'organisme.

- Approche processus :

Un résultat escompté est atteint de façon plus efficiente lorsque les ressources et les activités différentes sont gérées comme un processus.

- Management par approche système :

Identifier, comprendre et gérer des processus corrèles comme un système qui contribue à l'efficacité et l'efficience de l'organisme et à atteindre ses objectifs.

- Amélioration continue :

Il convient que l'amélioration continue de la performance globale d'un organisme soit un objectif permanent de l'organisme, les principales étapes du cycle de l'amélioration continue du système qualité sont décrites dans la roue de Diming (ce que nous verrons plus tard).

- Approche factuelle pour la prise de décisions :

Les décisions efficaces se fondent sur l'analyse de données et d'information.

- Relation mutuellement bénéfique avec les fournisseurs :

Un organisme et ses fournisseurs sont indépendants, des relations mutuellement bénéfiques augmentent les capacités des deux organismes à créer de la valeur.

²⁶ Norme ISO 9000, « **systèmes de management de la qualité- principes essentiels et vocabulaire** », deuxième édition, 2000/12/15, p 5-6.

3. La normalisation et la certification

• la normalisation

Historiquement, la première apparition de la norme a été enregistrée dans le domaine de l'électricité et la minéralogie pour résoudre des problèmes d'interchangeabilité. Puis s'est étendue à tous types de produits. Actuellement, dépasse le cadre de technique et aborde presque tous les domaines (de santé, de l'environnement des services, des processus,...).

- Qu'est-ce que une norme :

D'après l'organisation internationale de normalisation (ISO) : « la norme est un document établi par consensus, qui fournit, pour des usages communs et répétés, des règles, des lignes directrices ou des caractéristiques, pour des activités ou leurs résultats, garantissant un niveau d'ordre optimal dans un contexte donné »²⁷. Donc, c'est volontaire, utilisé pour aider les organisations, de toutes tailles et de tous types.

Une norme a deux objectifs principaux qui sont :

- Faciliter des échanges commerciaux au niveau national et international
- Mesurer le niveau de qualité, sécurité et de moindre impact environnemental de produit, service et pratique.

Il existe de nombreux organismes de normalisation dans le monde, mais le plus populaire c'est l'ISO, alors qu'est-ce que c'est?

- L'Organisation internationale de normalisation (ISO)²⁸ :

Est une organisation internationale non gouvernementale, indépendante, composée de 161 organismes nationaux de normalisation (mars 2016). Par ses membres, l'organisation réunit des experts qui mettent en commun leurs connaissances pour élaborer des normes internationales d'application volontaire, fondées sur le consensus, pertinentes pour le marché, soutenant l'innovation et apportant des solutions aux enjeux mondiaux.

L'ISO publié plus de 21000 normes internationales et publications associées, couvrant la quasi-totalité des secteurs, des technologies à la sécurité des denrées alimentaires, en passant par l'agriculture et la santé.

²⁷ AFNOR édition, « le guide de la normalisation », première approche, 2011, p7.

²⁸ Disponible auprès de www.iso.org.

Chapitre(2) la qualité et le système de management de la qualité

- La famille ISO 9000 – normes fondamentales²⁹ sont :
 - ISO 9000, Système de management de la qualité – principes essentiel et vocabulaire.
 - ISO 9001, Système de management de la qualité –exigences.
 - ISO 9004, gestion des performances durables d'un organisme – approche management de la qualité.
 - ISO 19011, Lignes directrices pour l'audit des systèmes de management.

• La certification

La certification est « une procédure par laquelle une tierce partie donne une assurance écrite qu'un produit, service, ou système qualité est conforme aux exigences spécifiées dans Une norme référentiel »³⁰.

Donc, la certification est un processus d'évaluation destinée à faire valider le système de management de la qualité, et de la conformité à l'assurance écrite qu'un produit ou service, réponde à certaines exigences.

L'objectif principal de la certification est de donner aux clients d'une entreprise une assurance sur la qualité. Alors, la certification c'est comme une preuve que l'entreprise certifiée réponde pour certain produit, service ou procédure à un certain référentiel.

On distique trois grande catégories d'audit :

- La première partie d'audit, auto- déclaration réalisée par l'entreprise.
- La seconde partie d'audit, ou le client vérifie la conformité de son fournisseur.
- La tierce partie d'audit, ou la conformité est vérifiée par un organisme certificateur indépendant.

La démarche de certification :

Chaque organisme certificateur dispose de son propre processus d'audit, mais quelque soit l'ordonnancement des actions et des opérations choisi, on trouve, en général, toujours les mêmes étapes :

- Demande de certification par l'organisme qui veut se faire certifié, cette demande est présentée directement à un organisme certificateur préalablement choisi.

²⁹ Iso CH-1214, « **choisir et appliquer les normes de la famille ISO 9000** », vernier, Genève suisse. ISO, 2016.p3-5.

³⁰ CANARD Frédéric, « **management de la qualité** », l'extenso éd, paris, p 110

- L'organisme certificateur réalise l'audit et émet un rapport faisant apparaître les écarts constatés.
- L'organisme demandeur corrige les écarts en lançant des actions correctives, il transmet à l'organisme certificateur la preuve de l'efficacité de ces actions.
- C'est enfin le comité de certification qui décide de l'attribution du certificat, le certificat est valable trois ans, mais peut être retiré sur plainte usager ou d'un d'un client ou à la suite d'une visite annuelle de contrôle.
- Si l'entreprise a installé un SMQ conforme à la norme ISO 9001, l'organisme certificateur délivre un certificat servant de reconnaissance officielle et momentanée puisque ce même certificat à une durée de validité de trois ans, sachant qu'un audit de suivi est mené chaque année tous les trois ans, une visite complet est réalisé par des auditeurs externe qui prennent une photo du fonctionnement de l'entreprise, les auditeurs comparent, de ce fait, ce qui est écrit dans le système documentaire avec ce qui est fait au sein de l'entreprise et ce qui est demandé par la norme international pour pouvoir délivré le certificat de conformité de système qualité de l'entreprise à la norme ISO. A travers l'obtention du certificat l'entreprise s'engage sous contrôle de l'organisme certificateur, à garder toujours son système conforme aux exigences de la norme ISO.

Section 2 : Système de management de la qualité (SMQ) dans l'entreprise

Dans cette section, nous allons voir en premier lieu que ce que le système de management de la qualité selon ISO 9000, et ses différents principes essentiels. Ensuite, selon la norme ISO 9001, nous allons expliquer les exigences liées aux SMQ, et en fin nous verrons les différentes étapes de la mise en place de SMQ.

1. Définition de système management de la qualité

Selon ISO 9000, le système de management de la qualité est « un système de management permettant d'établir une politique et des objectifs qualité et d'atteindre ces objectifs, mais aussi d'orienter et de contrôler un organisme en matière de qualité ». Alors, Un système de management de la qualité est essentiel pour contrôler et améliorer les différentes

Chapitre(2) la qualité et le système de management de la qualité

opérations d'une organisation, ce qui permet une amélioration continue de ses résultats, de ses performances et de son image externe et interne pour attirer de nouveaux clients et fidéliser les anciens clients.

2. Les principes de système de management de la qualité (selon ISO 9000 : 2000)

- Fondement des systèmes de management de la qualité :

Les systèmes de management de la qualité peuvent aider les organisations à accroître la satisfaction et la confiance des clients. Les clients exigent des produits dont les caractéristiques répondent à leurs besoins et à leurs attentes. Les exigences des clients peuvent être spécifiées contractuellement par le client ou elles peuvent être spécifiées déterminé par l'organisme lui-même. Les besoins et les attentes des clients ne sont pas constants, et à cause de la pression concurrentielle et avancement technologique, les organisations sont tenues d'améliorer leurs produits et processus en continu.

- Exigences pour les systèmes de management de la qualité et exigences pour les produits :
 - Exigences pour le SMQ sont spécifiées par la norme ISO 9001 (SMQ, Exigences), ne spécifiées pas les exigences relatives aux produits, mais elle spécifiées les exigences qui s'appliquant à tous les organismes de différents secteurs.
 - Exigences pour les produits sont spécifiées par les clients, par l'organisme qui anticipe les exigences des clients ou par la réglementation.

- Démarche de système de management de la qualité :

Cette démarche permet de mettre en place le SMQ, ou d'améliorer le système de SMQ qui est :

1. Détermination des besoins et attentes des clients et des autres parties intéressées.
2. Etablissement de la politique qualité et des objectifs qualité de l'organisme.
3. Détermination des processus et de la responsabilité nécessaire pour atteindre les objectifs qualité.
4. Détermination et fourniture des ressources nécessaires pour atteindre les objectifs qualité.
5. Définition des méthodes permettant de mesurer l'efficacité et l'efficience de chaque processus.

Chapitre(2) la qualité et le système de management de la qualité

6. Mise en œuvre de ces méthodes pour mesurer l'efficacité et l'efficience de chaque processus.
7. Détermination des moyens permettant d'empêcher les non-conformités d'en éliminer les causes.
8. Etablissement et application d'un processus d'amélioration continue de SMQ.

Approche processus :

Pour qu'un organisme fonctionne efficacement, il doit définir de nombreux processus interdépendants et interactifs. Un processus c'est l'ensemble des activités qui utilise des ressources pour convertir les éléments d'entrées en élément de sortie. L'élément de sortie d'un processus forme directement l'élément d'entrée du processus suivant. Et la norme internationale encourage les organismes à adopter l'approche processus pour gérer un organisme.

- Politique qualité et objectif qualité :

La politique qualité permet d'établir et de revoir les objectifs qualités, il est nécessaire que les objectifs qualités soient cohérent avec la politique qualité et avec l'engagement pour l'amélioration continue et que leurs résultats soient mesurables.

La politique et les objectifs qualité sont établis pour fournir un axe d'orientation à l'organisme.

- Rôle de la direction au sien du système de management de la qualité :

La direction peut utiliser les principes de management de la qualité pour renforcer son rôle dans le système de management de la qualité, qui consiste à :

1. Etablissement la politique et les objectifs qualités de l'organisme.
2. Promouvoir la politique qualité et les objectifs qualité à tous les niveaux de l'organisme pour accroître la sensibilisation, la motivation, et l'implication.
3. Assurer que les exigences des clients représentent une priorité à tous les niveaux de l'organisme.
4. Mise en œuvre des processus appropriés pour permettre de réponde aux exigences des clients et des parties intéressées et d'atteindre les objectifs qualités.

Chapitre(2) la qualité et le système de management de la qualité

5. Assurer qu'un système de management de la qualité efficace et efficient est établi, mis en œuvre et entretenu afin d'atteindre ces objectifs qualité.
6. Assurer la disponibilité des ressources nécessaires.
7. Effectuer la revue du système de management de la qualité.
8. Décider des actions concernant la politique qualité et les objectifs qualité.
9. Décider des actions d'amélioration du système de management de la qualité.

- Documentation :

Dans le système management de la qualité on peut utiliser les différents types de documentations, qui sont :

a) manuels qualité : documents fournissant des informations cohérentes, en interne et à l'extérieur, concernant le système de management de la qualité

b) plans qualité : documents définissant de quelle manière le système de management de la qualité s'applique à un produit, un projet ou un contrat spécifique

c) spécifications : documents formulant des exigences;

d) lignes directrices : documents formulant des recommandations ou des suggestions

e) des procédures : documents fournissant des informations sur la manière de réaliser des activités et des processus de manière cohérente.

f) enregistrements : documents fournissant des preuves tangibles de la réalisation d'une activité ou de résultats obtenus.

- Evaluation des systèmes de management de la qualité :

Pour évaluer la performance de système de management de la qualité, il faut avoir identifié et défini la manière appropriés des processus, l'attribution des responsabilités, vérifié la mise en œuvre et l'efficacité les procédures et les processus pour obtenir un résultat exigé. L'évaluation inclut aussi les audits, les revues et les autoévaluations de système de management de la qualité :

- les audite utilisées pour évaluer la satisfaction les exigences du système de management de la qualité et il y a trois types qui sont : les audits première partie qui sont des audits interne qui sont réalisée par l'organisme lui-même, les audits seconde partie sont les audites externe qui sont réalisées par les clients de l'organisme ou par d'autre personne en leurs nom, les audites tierce

Chapitre(2) la qualité et le système de management de la qualité

partie sont aussi les audits externes qui sont réalisés par les organismes externes indépendants.

- Les revues du système de management de la qualité : sont sous la responsabilité de la direction de l'entreprise, elle consiste à évaluer le système, de façon régulière et méthodique afin d'évaluer la pertinence, l'adéquation, l'efficacité et l'efficience du système de management de la qualité par rapport à la politique qualité et aux objectifs qualité.
- Autoévaluation : considère comme un audit complet et méthodique des activités et des résultats de l'organisme pour avoir une vision globale de la performance de l'organisme par référence au système de management de la qualité.

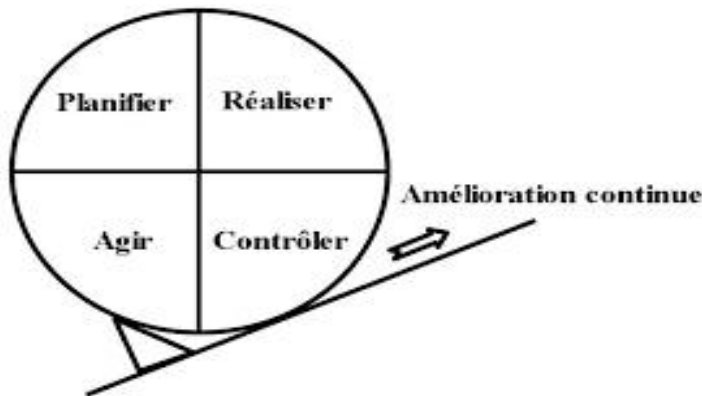
- Amélioration continue :

Pour favoriser l'amélioration continue des différents processus de l'organisation, il faut suivre les quatre phases de la roue de Deming (PDCA) :

- Plan (planifier) : cette étape consiste à faire un plan d'action concernant une expérience ou un changement, tous les plans d'action font appel à des prévisions.
- Do (faire) : Il s'agit dans cette étape de réaliser le changement ou l'essai tel qu'il est présenté dans le plan d'action, si possible à petite échelle pour de simples raisons économiques, il ne faut jamais modifier le plan au cours de l'étape, mais noter éventuellement ce qui ne convient pas afin d'en tenir compte dans le plan d'action du cycle suivant.
- Check (contrôler) : cette étape a pour but d'observer les effets du changement ou de l'essai, d'étudier les résultats enregistrés, de chercher ce qu'ils apportent aux objectifs de planification.
- Acte (agir) : dans cette étape, si l'essai est concluant, il faut mettre en œuvre le changement étudié, mais dans le cas contraire il faut commencer le cycle à la première étape.

Figure n°03 : la roue de Deming (PDCA)

Chapitre(2) la qualité et le système de management de la qualité



Source : Éric Brunelle,(l'élaboration d'un système de management intégré : qualité et environnement) par Essai présenté au université de sherbrooke , Québec, Canada, février 2005, p4.

- Rôle des techniques statistique :

L'utilisation de méthodes statistiques peut aider à comprendre la variance, à résoudre les problèmes et à améliorer leur efficacité et leur efficience. Ces méthodes facilitent également une meilleure utilisation des données disponibles pour aider à la prise de décision.

- Système de management de la qualité et autres objets d'un système de management:

Le système de management de la qualité fait partie du système de management d'une organisation. Mais les différents composants d'un système de management d'organisation avec des systèmes de management de la qualité peuvent être combinés en un seul système de management en utilisant éléments communs. Cela peut faciliter la planification, l'allocation des ressources, la définition d'objectifs complémentaires et l'évaluation de l'efficacité globale de l'organisation.

- Relation entre système de management de la qualité et les modèles d'excellences :

Les systèmes de management de la qualité ont des mêmes principes tant dans la famille de normes ISO 9000 ou dans les modèles d'excellence et qui sont :

- permettent à un organisme d'identifier ses forces et faiblesses;
- prévoient des dispositions pour l'évaluation par rapport à des modèles génériques;
- fournissent une base pour l'amélioration continue;
- prévoient des dispositions pour la reconnaissance externe.

Chapitre(2) la qualité et le système de management de la qualité

La différence entre les démarches des systèmes de management de la qualité de la famille ISO 9000 et celles des modèles d'excellence réside dans leur champ d'application.

- La famille des normes ISO 9000 fournit des exigences pour les systèmes de management de la qualité et des conseils pour l'amélioration des performances. L'évaluation des systèmes de management de la qualité déterminent le respect des exigences.
- Les modèles d'excellence comprennent des critères qui permettent une évaluation comparative des performances de l'organisme, et ceci s'applique à l'ensemble des activités d'un organisme et à toutes les parties intéressées. Les critères d'évaluation des modèles d'excellence fournissent une base à un organisme pour comparer ses performances avec celles des autres organismes.

3. Les principales exigences du système de management de la qualité (ISO 9001)

Dans la version ISO 9001 ; 2015: Système de management de la qualité -Exigences, nous avons trouvé 10 chapitres exigences³¹ relatifs aux systèmes de management de la qualité qui sont:

- **Domaine d'application :**

La présente Norme ISO 9001-2015 relative aux (SMG- Exigences), stipule que lorsqu'un organisme s'engage à l'appliquer il :

a) doit démontrer son aptitude à fournir constamment des produits et des services conformes aux exigences des clients et aux exigences légales et réglementaires applicables.

b) vise à accroître la satisfaction de ses clients par l'application efficace du système, y compris les processus pour l'amélioration du système et l'assurance de la conformité aux exigences des clients et aux exigences légales et réglementaires applicables.

Toutes les exigences de la présente Norme internationale sont génériques et prévues pour s'appliquer à tout organisme, quels que soient son type ou sa taille, ou les produits et services qu'il fournit.

- **Références normatives:**

Tous les documents, dans leur intégralité ou non, sont des références normatives indispensables

³¹ Extraire de la norme ISO 9001:2015, diffuser par AFNOR, 15 octobre 2015.

Chapitre(2) la qualité et le système de management de la qualité

à l'application du présent document. Pour les références datées, seule l'édition citée s'applique. Pour les références non datées, la dernière édition du document de référence s'applique (y compris aussi les éventuels amendements).

- Termes et définitions:

Pour les besoins du présent document, les termes et définitions donnés dans ISO 9000:2015 s'appliquent.

- Contexte de l'organisme:

Ce chapitre basé sur 4 points essentiels est :

- Compréhension de l'organisme et son contexte : L'organisme doit surveiller et revoir les informations relatives à ces enjeux externes et internes.
- Compréhension des besoins et attentes des parties intéressées : L'organisme doit surveiller et revoir les informations relatives à ces parties intéressées et à leurs exigences pertinentes.
- Détermination du domaine d'application du SMQ : L'organisme doit appliquer toutes les exigences de la présente Norme internationale si elles sont applicables dans le cadre du domaine d'application déterminé de son système de management de la qualité.
- SMQ et ses processus : L'organisme doit déterminer les processus nécessaires au système de management de la qualité et leur application dans tout l'organisme.

- Leadership :

Dans ce contexte, l'organisation devrait se concentrer sur trois points :

- Leadership et engagement : La direction doit démontrer son leadership et son engagement vis-à-vis du système de management de la qualité en plusieurs manières, y compris, assumant la responsabilité de l'efficacité du SMQ, s'assurant que la politique et les objectifs qualité sont établis pour le SMQ, s'assurant que le SMQ atteigne les résultats attendus, ... etc.
- Politique : La direction doit établir une politique qualité qui, fournit un cadre pour l'établissement d'objectifs qualité, inclut l'engagement de satisfaire aux exigences applicables, et inclut l'engagement pour l'amélioration continue du système de management de la qualité. La politique qualité, doit être disponible et tenue à jour sous la forme d'une information documentée, être communiquée, comprise et appliquée au sein de l'organisme, et être mise à la disposition des parties intéressées

Chapitre(2) la qualité et le système de management de la qualité

pertinentes, le cas échéant.

- Rôle, responsabilité et autorité au sien de l'organisme : La direction doit attribuer le rôle, la responsabilité et l'autorité pour s'assurer que SMQ est conforme aux exigences de la présente Norme internationale, s'assurer que les processus délivrent les résultats attendus, et s'assurer de la promotion de l'orientation client à tous les niveaux de l'organisme.

- Planification:

Dans le cadre de la planification, l'organisme doit tenir compte à trois éléments qui sont :

- Actions à mettre en œuvre face aux risques et opportunités : L'organisme doit planifier les actions à mettre en œuvre face aux risques et opportunités; et soit par l'intégrer et mettre en œuvre ces actions au sein des processus du SMQ, soit par l'évaluation de l'efficacité de ces actions. Pour donner l'assurance que le SMQ peut atteindre le ou les résultats escomptés, accroître les effets souhaitables, prévenir ou réduire les effets indésirables, et s'améliorer.
- Objectifs qualité et planification des actions pour les atteindre. L'organisme doit établir des objectifs qualité, aux fonctions, niveaux et processus concernés, nécessaires au SMQ. Les objectifs qualité doivent: être en cohérence avec la politique qualité, être mesurables, tenir compte des exigences applicables, être pertinents pour la conformité des produits et des services et l'amélioration de la satisfaction du client, être surveillés, être communiqués et être mis à jour en tant que de besoin.
- Planification des modifications : Lorsque l'organisme détermine le besoin de modifier le système de management de la qualité, les modifications doivent être réalisées de façon planifiée. L'organisme doit prendre en compte: l'objectif des modifications et leurs conséquences possibles, l'intégrité du système de management de la qualité, la disponibilité des ressources et l'attribution ou la réattribution des responsabilités et autorités.

- Support:

Dans ce contexte, il regroupe cinq points suivants :

- Ressource : L'organisme doit identifier et fournir les ressources nécessaires à l'établissement, la mise en œuvre, la mise à jour et l'amélioration du système de management de la qualité. L'organisme doit prendre en compte: les capacités et les contraintes des ressources internes existantes (Ressources humaines, Infrastructure, Environnement pour la mise en œuvre des processus, Ressources pour la surveillance et la mesure,). Et ce qu'il est nécessaire de se procurer auprès de prestataires externes

Chapitre(2) la qualité et le système de management de la qualité

(Connaissances organisationnelles).

- Compétences : L'organisme doit déterminer les compétences nécessaires de la ou des personnes effectuant, et s'assurer que ces personnes sont compétentes sur la base d'une formation initiale ou professionnelle, ou d'une expérience appropriées et dans le cas échéant, mener des actions pour acquérir les compétences nécessaires et évaluer l'efficacité de ces actions et à la fin conserver des informations documentées appropriées comme preuves desdites compétences.
- Sensibilisation : L'organisme doit s'assurer que les personnes effectuant un travail sous le contrôle de l'organisme sont sensibilisées à la politique qualité, aux objectifs qualité pertinents, à l'importance de leur contribution à l'efficacité du SMQ y compris aux effets bénéfiques d'une amélioration des performances et aux répercussions d'un non-respect des exigences du système de management de la qualité.
- Communication : L'organisme doit déterminer les besoins de communication interne et externe pertinents pour le SMQ, y compris: sur quels sujets communiquer, à quels moments communiquer, avec qui communiquer et comment communiquer.
- Informations documentées : Le SMQ de l'organisme doit inclure, les informations documentées exigées par la présente Norme internationale et les informations documentées que l'organisme juge nécessaires à l'efficacité du SMQ.
- Réalisation des activités opérationnelle:

Dans ce chapitre l'entreprise doit mettre en considération les sept sections suivantes :

- Planification et maîtrise opérationnelles
- Exigences relatives aux produits et services
- Conception et développement de produits et services
- Maîtrise des processus, produits et services fournis par des prestataires externes
- Production et prestation de service
- Libération des produits et services
- Maîtrise des éléments de sortie non conformes
- Évaluation des performances :

Ce chapitre représente trois sections :

- Surveillance, mesure, analyse et évaluation : L'organisme doit déterminer ce qu'il est nécessaire de surveiller et mesurer, les méthodes de surveillance, de mesure,

Chapitre(2) la qualité et le système de management de la qualité

d'analyse et d'évaluation nécessaires pour assurer la validité des résultats, quand la surveillance et la mesure doivent être effectuées; et quand les résultats de la surveillance et de la mesure doivent être analysés et évalués. L'organisme doit évaluer la performance ainsi que l'efficacité du système de management de la qualité. Il doit conserver des informations documentées pertinentes comme preuves des résultats.

- **Audit interne :** L'organisme doit réaliser des audits internes à des intervalles planifiés pour fournir des informations permettant de déterminer si le SMQ est conforme aux propres exigences de l'organisme concernant son système de management de la qualité, et les exigences de la présente norme internationale est mis en œuvre de manière efficace et tenu à jour.

- **Revue de direction :**

A des intervalles planifiés, la direction doit procéder à la revue du système de management de la qualité mis en place par l'organisme, afin de s'assurer qu'il est toujours approprié, adapté, efficace et en accord avec l'orientation stratégique de l'organisme.

- **Amélioration:**

L'organisme doit déterminer et sélectionner les opportunités d'amélioration et entreprendre toutes les actions nécessaires pour satisfaire aux exigences du client et accroître la satisfaction du client. Cela doit inclure l'amélioration des produits et services afin de satisfaire aux exigences et de prendre en compte les besoins et attentes futurs, la correction, la prévention ou la réduction des effets indésirables et l'amélioration de la performance et de l'efficacité du système de management de la qualité.

4. La mise en place de système de management de la qualité

Pour la mise en place de système de management de la qualité, il faut suivre les étapes suivant :

1. Définir les objectifs cohérent et mesurable de l'organisme.
2. Déterminer les processus et les activités, ainsi que les responsabilités et la documentation de chaque processus de système.
3. Définir les activités de surveillance et de contrôle pour mesurer l'efficacité des processus.
4. Amélioration continue des performances du système de management de la qualité.

Section3 : l'interaction entre le système d'information et la qualité d'entreprise

Le client demeure important fait partie de cycle de qualité de tout entreprise, c'est pour cette raison que cette dernière adopte un système d'information pour recueillir et traiter efficacement les informations afin de mieux connaître ses clients.

En effet, la norme iso mentionne le client à trois niveaux différents, au premier niveau, l'écoute client futur, il s'agit d'identifier les besoins et les attentes des clients avant de commencer la réalisation des produits pour être conforme aux exigences des clients.

Le deuxième niveau l'écoute, opérationnel des besoins et les exigences qui fait parties de l'ensemble des exigences opérationnelles concernant les achats, la conception et la réalisation des activités (métiers).

Le troisième niveau c'est la satisfaction client, il s'agit d'évaluer le niveau de retour d'information auprès des clients après l'utilisation des produits.

Si l'entreprise a bien géré ces trois niveaux, sera plus performante et mieux positionnée sur le marché, ses client seront parfaitement satisfaits.

Donc, dans cette section, nous parlerons ou expliquerons en premier lieu sur l'écoute des clients et ensuite nous verrons comment atteindre la satisfaction client.

1. Définitions de l'écoute client

- Définition de client

Selon ISO, le client « est une personne ou un organisme qui est susceptible de recevoir ou qui reçoit un produit ou un service destinée à, ou demandé par, cette personne ou cet organisme »³².

Ce sont ceux qui achètent et utilisent, qui payent, qui bénéficient, qui influencent et qui décident sans être diriger toute entreprise dépendant de leur client, elles essaient de recueillir et échangé un maximum d'information de la part de ces clients afin de comprendre ses

³² <http://www.iso.org>.

besoins et ses attentes³³.

On peut distinguer deux types de client :

- client externe c'est un client qui achètent des produits et consomment des services, ils se situent en dehors de l'entreprise, il englobe tout individu qui a une incidence sur le devenir, l'existence ou le développement de l'entreprise.

- client interne, c'est le personnel qui se situent au sein de l'entreprise , et qui devra être toujours aux dispositions des clients interne, en répondant à leur besoins, aussi chaque service (service demandeur) est un client des autres services (service fournisseurs), le service fournisseur formule un besoin avec des exigences et est en attente d'une réponse satisfaisante.

- L'écoute client

Ensemble de dispositifs permettant de recueillir les informations relatifs aux besoins et aux attentes (présent et futur) des clients et d'anticiper l'évolution de l'environnement technologique et concurrentiel de l'entreprise³⁴

L'entreprise assure que les attentes et les besoins de ces clients sont déterminés et convertis en exigences respectés afin de les satisfaire, elle doit³⁵:

- Etre attentive à ce que dit le client et d'enregistrer ses paroles s'assurer que les attentes et les besoins de ces client sont déterminés et convertis en exigences respectées afin de les satisfaire.
- S'intéresse à la problématique rencontrée par le client.

L'entreprise doit focaliser toute son attention vers le client, l'écouter en permanence ainsi elle se rendra compte de l'évolution continue de ses besoins.

Cette vigilance constante introduit une boucle de rétroaction pour améliorer ce qui est fait.

L'orientation client implique de faire pénétrer la voix du client dans l'entreprise pour influencer la façon de travailler, mais aussi la définition même de chacun des services.

Cette démarche stratégique doit partir de la direction générale et se diffuser dans l'ensemble de l'entreprise.

³³ **Yvon Mouglin** « manager durablement dans l'efficacité » Afnor, 2004 .p. 190-191.

³⁴ <http://www.qualité performance.org>.

³⁵ **René colas** « comment, par l'écoute ; améliorer la compétitivité de votre entreprise », société des écrivains ,2013.p.23.

Chapitre(2) la qualité et le système de management de la qualité

Cette démarche a pour l'objectif :

- Fonder la démarche qualité de l'entreprise sur l'écoute client.
- Focaliser l'intention de tout le personnel sur les attentes des clients.
- Stimuler et orienter les actions d'amélioration.
- Repérer les points clés pour définir les engagements de service.
- Enrichir la réflexion sur la stratégie produit/services.
- Déceler des besoins émergents chez les clients.

2. Les phases de l'écoute client

Après avoir identifié les clients cibles, l'entreprise doit recueillir et déterminer leurs besoins et attentes. Le recueil de ces dernières nécessite d'utiliser toutes les sources d'informations, il convient de recueillir et de suivre ces sources d'informations au cours des trois phases suivantes³⁶ :

Tableau n° 02: les phases de l'écoute client.

Phase	Modalités /action
Ecoute préalable	Collecte des informations (brutes) en provenance des différents capteurs internes et externes (prospects, clients, utilisateurs, clients interne, etc).
En cours de réalisation	Transposition de l'écoute en situant le client dans son contexte et en tenant compte de son ressenti et son vécu.
En finalité	La réaction par rapport aux résultats de divers indicateurs liés aux diverses enquêtes, par apport aux visites, réclamations

3. Une typologie des dispositifs d'écoute client

La typologie suivante des dispositifs d'écoute suit l'enquête de satisfaction comme l'unique moyen d'écoute active et directe.

³⁶ <http://www.qualiteenline.com>

Chapitre(2) la qualité et le système de management de la qualité

- Ecoute active directe : elle consiste à recueillir et à analyser les messages en provenance directe des clients, sur la base d'une enquête, un organisme met en place une démarche délibérée de questionnement de l'ensemble de ses clients ou d'un échantillon représentatif.
- Ecoute active indirecte : elle s'appuie sur des enquêtes auprès du personnel ou réalisées par des enquêteurs chargés d'observer la qualité à partir d'une grille construite par l'organisme.
- Ecoute passive direct : elle porte sur l'analyse des messages émis spontanément par les clients. Ce type de dispositif est forcément partiel.

Tableau n⁰ 03 : La typologie des dispositifs d'écoute

Dispositifs d'écoute des Clients	Ecoute directe	Ecoute indirect
Ecoute active	Enquête de satisfaction auprès des clients.	Enquête auprès du personnel et enquête mystère.
Ecoute passive	Réclamation et retours, avoirs et remboursements.	Indicateurs de fidélité commerciaux, de qualité internes, et rapports des commerciaux.

Sources : Sophie Millot, «L'enquête de satisfaction», AFNOR, 2001- 2^{émé} tirage, 2003, France, p09.

4. Définition de satisfaction client

Selon Kotler et Dubois, « la satisfaction client est le jugement d'un client vis-à-vis d'une expérience de consommation ou d'utilisation résultant d'une comparaison entre attente à l'égard du produit et ses performance perçues »³⁷.

Selon ISO 9000, « la satisfaction c'est l'opinion du client sur le niveau de réponse d'une transaction à ses besoins et attentes »³⁸.

³⁷ Kotler et Dubois, « marketing management », 11eme édition, paris, 2003, p 40

³⁸ Jean-Michel, « la satisfaction qualité dans les services, outil de performance et d'orientation client », éditionAFNOR, Paris, 2001, p 108

Chapitre(2) la qualité et le système de management de la qualité

Donc, la satisfaction client est le résultat ou la relation entre les attentes initiales des clients et leurs perceptions de la performance par rapport aux résultats réels.

5. Caractéristique de la satisfaction

Nous avons identifié trois caractéristiques principales de la satisfaction client qui sont

La subjectivité:

Chaque client voit le produit : service différemment, la satisfaction du client dépend uniquement de ses propres attentes et non des avantages que le produit peut réellement apporter.

La relativité :

Puisqu'elle dépend de la perception du client la satisfaction varie selon les niveaux d'attentes, l'important n'est pas le fait d'offrir le meilleur produit ou service, mais d'offrir celui qui est le plus adapté aux attentes des clients.

L'évolutivité :

La satisfaction n'est pas un sentiment statique, figé dans le temps, elle évolue en fonction des attentes ainsi que du cycle de vie d'un produit, donc, le client est de plus en plus exigeant et connaisseur de nos jours une innovation a une durée de vie de plus en plus courte.

6. L'enquête de satisfaction client

- Les raisons de réaliser des enquêtes de satisfaction

- Un dispositif d'écoute idéal :

L'enquête de satisfaction est l'outil idéal pour suivre l'évolution des attentes clients et de leur niveau de satisfaction.

- Remontée des perceptions des clients par le personnel
- Etudes diverses sur le marché
- Analyse des offres concurrentes
- Indicateurs qualité c'est-à-dire l'écart entre qualité attendue et la qualité perçue
- Indicateurs commerciaux

Grâce à l'enquête, les clients ont la possibilité d'exprimer directement leur point de vue,

atteignant la qualité qu'ils attendent.

➤ Le client au centre de la politique qualité :

L'enquête de satisfaction est un outil essentiel du système d'information qualité, en amont d'une démarche qualité, ses résultats alimenteront la réflexion sur les orientations de politique qualité, dans une démarche qualité déjà engagée, elle permet les ajustements nécessaires pour prendre en compte les perceptions des clients.

- Les caractéristiques comparées des techniques d'enquête

Dans cette partie, nous distinguons le questionnaire de l'entretien, qui comme son nom l'indique relève plus de la conversation, même si elle est guidée.

Nous réservons les techniques de l'entretien au recueil d'information essentiellement qualitative et quantitative.

A. les techniques d'enquête qualitative :

La combinaison de plusieurs techniques peut être utilisée avec intérêt dans certains projets. Ainsi, pour des raisons économiques, les clients proches seront interrogés en face à face, tandis que le téléphone sera privilégié pour les clients éloignés. Pour hiérarchiser les priorités, des réunions de groupe compléteront les résultats d'une enquête par entretiens.

Donc, on a trois méthodes utilisées dans le cas où il y a une technique qualitative qui sont :

- Entretien face à face : il consiste à rencontrer une à trois personnes, au-delà d'un seul interlocuteur, la conduite de l'entretien et surtout la prise de notes deviennent un exercice redoutable. Les interlocuteurs peuvent avoir des avis contradictoires, se couper la parole ou encore adhérer contre leur gré à l'avis d'un leader, l'entretien se déroule sur la base d'un guide d'entretien plus ou moins directif.
- Entretien par téléphone : pour des raisons de coût, cette technique est parfois préférée aux entretiens face à face.
- La réunion de groupe : il s'agit de réunir de 5 à 15 personnes dans un lieu approprié, en fonction des objectifs, les invités peuvent constituer une catégorie homogène de client ou hétérogène.

B. les techniques d'enquête quantitative :

On a cinq méthodes pour utiliser l'enquête quantitative qui sont :

- Le questionnaire par téléphone : cette technique tend de plus en plus à remplacer le

Chapitre(2) la qualité et le système de management de la qualité

questionnaire adressé par courrier ou mise à disposition sur les lieux de vente, l'outillage informatique existant permet de saisir en direct les réponses de l'échantillon, de lancer des traitements intermédiaires.

- Le questionnaire par courrier ou mis à disposition : document imprimé ou reprographié, il est auto-administré car rempli par l'enquêté, sa taille est généralement limitée de 1 à 4 pages pour ne pas décourager les bonnes volontés, en plus d'envoi traditionnel par courrier, le questionnaire peut être mise à dispositions sur les lieux de vente ou joint au produit acheté.
- Le questionnaire face à face : cette technique est rarement utilisée pour les enquêtes de satisfaction de masse car elle est peu adaptée à des opérations de mesure de la satisfaction sur un échantillon important du point de vue des délais et des coûts. Néanmoins, il est utile de préciser que cette technique peut être pertinente dans certains cas :
 - Des clients professionnels d'une importance stratégique ou dont le statut s'accommoderait mal des techniques citées précédemment.
 - Un public dont il est difficile pour s'exprimer.
 - Des clients dont il est difficile d'obtenir les coordonnées.
- Le questionnaire par internet ou intranet : pour les clients externes, l'enquêté par internet reste encore peu développée. Elle est sans doute promise à un bel avenir, sous réserve toutefois que les adresses électroniques des clients soient effectivement mémorisées dans les fichiers clients. Intranet se développe pour les enquêtes auprès des clients internes ou pour les enquêtes de satisfactions auprès du personnel.
- Le temps que les clients consacreront à répondre : il est fonction du type de client et des relations plus ou moins régulières et profondes que l'on a avec eux. Nous distinguons habituellement les populations de particuliers, des populations de professionnelles.

7. La qualité source de satisfaction client

La satisfaction client considérée comme une mesure de la qualité, car le client mesure l'interaction entre ce qu'il attend (la qualité attendue), et ce que l'entreprise lui propose (qualité perçus).

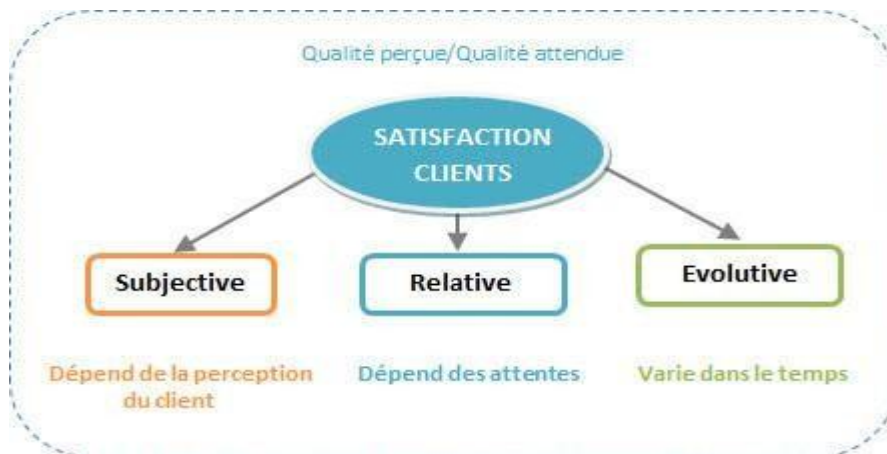
La qualité attendue : C'est la qualité que les clients attendent avant d'utiliser un produit/

Chapitre(2) la qualité et le système de management de la qualité

service.

La qualité perçue : c'est la qualité désigne le niveau de qualité d'un produit/service tel qu'il est perçu par le client.

Figure n° 04 : les caractéristiques de satisfactio



Source : Daniel Ray, mesurer et développer la satisfaction client, op. cit. p 24

Au cours de notre étude et après avoir analysé théoriquement les résultats de nos recherches sur le rôle du système d'information dans l'amélioration de la qualité de l'entreprise, nous avons résumé les résultats dans les points suivants :

- L'organisme doit surveiller la perception des clients sur le niveau de satisfaction de leurs besoins et attentes, l'organisme doit déterminer les méthodes permettant d'obtenir, de surveiller et de revoir ces informations.
- Le système de management de la qualité est un moyen d'obtenir la satisfaction du client.
- La mesure de la satisfaction client est l'une des activités centrales du système de management de la qualité, et prouve que l'entreprise dispose d'un système d'information efficace qui permet une amélioration continue de l'entreprise.
- Grâce au système d'information, l'entreprise doit garantir la satisfaction car il permet de collecter les informations auprès des clients de ses expériences, de ses satisfactions ou insatisfactions pour corriger les non conformités pour mieux s'adapter à ses besoins.
- L'écoute client est la première étape de la démarche d'amélioration continue de la qualité de l'entreprise. Elle consiste à avoir un feed back auprès des clients à-propos

Chapitre(2) la qualité et le système de management de la qualité

de ses besoins implicites et explicite afin d'orienter tous les services de l'entreprise à tous les niveaux dans le but d'améliorer la satisfaction des clients.

- les résultats montrent que le SMQ influe positivement sur la performance (efficacité, efficience, satisfaction des clients) des entreprises.

Conclusion

A travers ce chapitre qui portait sur la relation entre le système d'information et le système de management de la qualité, représenté dans la satisfaction client.

Dans premier section, nous avons introduit les concepts de base de SMQ ainsi que ses déterminants. Dans la deuxième section, nous avons parlé des clés de l'écoute des clients, puis nous avons vu comment atteindre la satisfaction client.

La qualité de l'entreprise est mesurée par le degré de satisfaction du client, où le client satisfait donne une bonne image de la qualité de l'entreprise, et cette satisfaction est assurée par l'écoute des besoins du client et la découverte des dysfonctionnements et des insatisfactions grâce à la bonne pratique du système d'information d'entreprise afin d'accompagner l'amélioration continue de la capacité à satisfaire les clients et l'amélioration continue de la qualité de l'entreprise.

Partie pratique

Etude le rôle du système d'information dans
l'amélioration de la qualité de l'entreprise Général
Emballage.

Introduction

Dans cette deuxième partie, nous avons consacré le troisième chapitre à la présentation de l'organisme d'accueil de l'entreprise, ainsi que toutes les informations recueillies durant notre stage au sein de l'entreprise «Général emballage». Par la suite, nous avons détaillé dans le quatrième chapitre la démarche méthodologique et l'analyse des résultats.

L'objet de cette partie est de faire la confrontation entre la partie théorique et la partie pratique qui nous conduit vers la validation ou l'invalidation des hypothèses émises dans l'introduction générale et d'apporter une réponse précise à notre question de recherche

Chapitre III

Chapitre (3) présentation de l'organisme d'accueil de l'entreprise

Chapitre (03) Présentation de l'organisme d'accueil de l'entreprise

Dans ce chapitre, nous essayons de présenter l'entreprise "Général Emballage" en deux parties, la première partie nous répondrons à la question Qui est l'entreprise de Général Emballage et ses différentes évolutions dans le temps?, Dans la deuxième partie, nous parlerons de son environnement interne et externe.

Section 1 : Présentation de l'entreprise d'accueil «Général Emballage»

1. La prise de connaissance de l'entreprise SPA «Général Emballage»

Général Emballage est une entreprise papetière algérienne spécialisée dans la fabrication et la transformation de carton ondulé. Créée en 2000, par Ramdane Batouche qui assure aujourd'hui la présidence du Conseil d'administration de la SPA (Société Par Action). Général Emballage est le plus grand producteur de carton ondulé en Afrique.

Général Emballage est le premier fabricant de carton ondulé en Algérie. Elle fabrique des panneaux double face (B, C, E, F) et duplex (BC et BE) sur commande, emballage et largeur. Et réalise des impressions hautes résolution jusqu'à 6 couleurs avec un vernis intégral ou sélectif. Leurs équipes maîtrisent l'ensemble des tâches de production : études, prototypage, mise en forme, impression de film, fabrication d'emballages, présentation et livraison.

Général Emballage est une société de capitaux au capital de 2.000.000.000 de dinars algériens opérant sur 3 sites industriels (Akbou, Oran et Sétif) avec plus de 1000 salariés et un chiffre d'affaires de 11 milliards de dinars algériens. Général Emballage est une entreprise certifiée ISO 9001:2008. Leurs siège social est la ZAC Taharacht, Akbou, dans la wilaya de Bejaia.

2. La situation géographique et la forme juridique de l'entreprise



Chapitre (3) présentation de l'organisme d'accueil de l'entreprise

Figure n° 05: situation géographique de la SPA GE

a) Situation juridique :

Général Emballage est une Société par action SPA ; son siège social est situé au niveau de La Zone industrielle d'Akbou06001«Tahracht» avec un capital de 2 milliards de dinars Algériens.

b) situation géographique :

- A 170 km à l'est de la capitale.
- A 60 Km du port de Bejaia.
- Sur la zone industrielle ZAC de Tahracht, BP63E Akbou 06001.
- A 2 Km d'une grande agglomération « Akbou »et a quelque mètres de la voie

3. Historique de l'entreprise «Général Emballage»

En 2002, l'entrée en production de l'usine avec un effectif de 83 employés.

En 2006, le capital est porté à 150 millions DZD avec un effectif de 318 employés et en 2007,l'entrée en production de l'unité de Sétif, le capital est porté à 1,23 milliard DZD avec un effectif de 425 employés.

En 2008, le début d'exportation vers la Tunisie et entrée en exploitation de l'unité d'Oran.

En 2009, une augmentation du capital à 2 milliards DZD et entrée de Maghreb Invest avec une participation de 40 %. L'effectif est de 597 employés. En 2010, son chiffre d'affaires et son résultat net sont respectivement de 38,053 millions de dollars et 2,071 millions de dollars, ce qui la place au 50e rang des entreprises algériennes.

En 2011, les trois usines de production d'Akbou, Oran et Sétif cumulaient une capacité de production de 130 000 tonnes équivalent à 80 % de la consommation algérienne. Toujours dans la même année, l'effectif de 699 employés.

En 2012, l'usine d'Oran est transférée à la Zone Industrielle de Hassi-Ameur. Signature d'une Convention cadre de partenariat avec l'Université de Béjaia.

En 2013, Général Emballage reçoit la certification ISO 9001:2008, et en 2014, début des exportations vers la Libye. En 2015, l'entreprise reçoit le Prix d'encouragement du trophée Export 2014 (World Trade Center).

En 2016, la sortie de Maghreb Private Equity Fund et entrée de Développement Partner International (DPI) à hauteur de 49 % du capital social.

Chapitre (3) présentation de l'organisme d'accueil de l'entreprise

En 2017, l'augmentation de l'effectif à 1200 et en Avril 19 : Notation COFACE

@@@

En 2018, Avril 09 la Certification ISO 9001 Version 2015 et en Juillet 29 : Notation COFACE @@@

En 2019, l'effectif est de 1201, en Janvier 16 : Distinguée comme entreprise « inspirante » pour l'Afrique dans le Rapport « Compagnies to inspire Africa 2019 »
En Avril 21 : Première expédition sur la Belgique, Juin 13 : Prix spécial du jury du Trophée Export 2018 (World Trade Center (WTCA), Juin 19 : Première exportation sur la France et
Juillet 25: Notation COFACE @@@

En 2020, l'effectif augmentera à 1222, Janvier 25 : Certifications ISO 14001 :2015 et ISO 45001 : 2018. Et en Juillet 23: Notation COFACE @@@

Tableau 04 : Évolution Des Effectifs

SPA GENARAL EMBALLAGE					
ANNEE	Unité AKBOU	Unité SETIF	Unité ORAN	Unité ALGER	TOTAL GE
2002	83	/	/	/	83
2003	165	/	/	/	165
2004	176	/	/	/	176
2005	185	/	/	/	185
2006	318	/	/	/	318
2007	439	/	/	/	439
2008	479	/	/	/	479
2009	489	56	40	/	585
2010	528	59	43	/	630
2011	589	54	56	/	699
2012	697	75	56	/	828
2013	812	87	61	/	960
2014	819	115	76	/	1010

Chapitre (3) présentation de l'organisme d'accueil de l'entreprise

2015	802	290	87	/	1179
2016	777	331	84	/	1192
2017	774	323	90	/	1187
2018	774	334	93	/	1201
2019	772	332	118	/	1222
2020	771	348	135	25	1 279

Source : Document interne de l'entreprise GE

Tableau n° 05 : Évolution des effectifs par catégorie socioprofessionnelle

UNITE	CADRE	MAITRISE	EXECUTIO N	TOTAL
GE DG	39	39	65	143
GE AKBOU	33	149	446	628
GE SETIF	19	71	258	348
GE RECUP/DECHET	3	2	20	25
GE ORAN	8	31	96	135
TOTAL	102	292	885	1279
Taux	7,97%	22,83%	69,19%	-

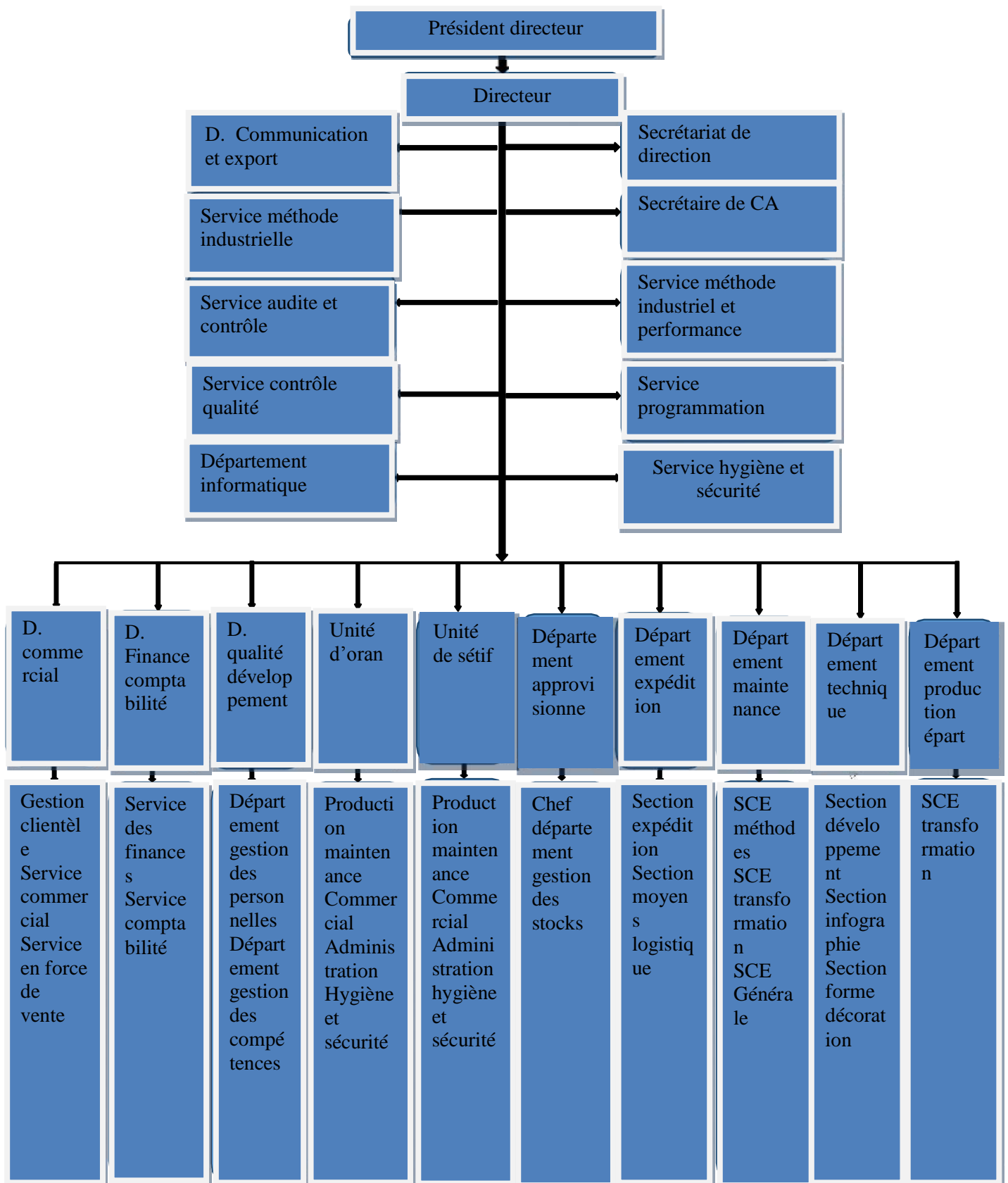
Source : Document interne de l'entreprise GE

4. Organigramme de Général Emballage

L'entreprise adopté une démarche marketing et commerciale focalisé sue la demande, c'est-à-dire la satisfaction et fidélisation de la clientèle en recherchant l'excellence de la qualité des produits. L'organisation de l'entreprise est présentée selon l'organigramme illustré par la figure suivant.

Chapitre (3) présentation de l'organisme d'accueil de l'entreprise

Figure n°06: Organigramme de Général Emballage.



Chapitre (3) présentation de l'organisme d'accueil de l'entreprise

Source : Document interne de l'entreprise GE

➤ **Description des tâches :**

- **La direction générale**

Elle veille à l'élaboration de la politique générale de la société elle est chargé de coordonner et contrôler les principale structures de la société, ainsi que le suivie des budgets et les plans de développement.

- **La direction finance et comptabilité**

La direction des finances et des comptabilités aide à définir les principaux objectifs de la société et veille à l'exécution de la politique financière de la société.

- **La direction qualité et développement RH**

La gestion des ressources humains est une fonction organisationnelle qui s'occupe du recrutement, de la gestion, de perfectionnement et de la motivation du personnel, y compris de fournir du soutien et des système fonctionnel et spécialisée pour favoriser le respect réglementaire des normes liées à l'emplois et aux droits de la personne.

- **Département approvisionnement**

Il assure la mission d'achat des matières premières nécessaires, il assure aussi la mission de la gestion des stocks des matières premières

- **Département maintenance**

Il s'occupe de l'entretien de la maintenance des onduleuses, il est chargé D'organiser de coordonner et de contrôler l'ensemble des actions liées à l'exploitation des machines.

- **Département technique**

Il assure le pilotage de la structure sous tous ses aspects : technique, production, maintenance, et il supervise l'activité de la maintenance.

- **Département finance et comptabilité**

Il a pour le rôle la tenue de la comptabilité de l'entreprise, la gestion de la trésorerie (les dépones, recette et placement), la tenue des inventaires, le contrôle de gestion (comptabilité analytique et le contrôle budgétaires).

Chapitre (3) présentation de l'organisme d'accueil de l'entreprise

- **Département production**

La gestion de production est la mise en application de méthode et technique dans le but d'accomplir la transformation de la matière en produit fini. Elle se résume en la combinaison de ressource, parmi lesquelles les moyens matériels (machines), les moyens humains (personnel par qualification) et les matières (matières premières, matière consommable) dans un planning avec, afin d'assurer la fabrication du produit de qualité et de quantité bien défini.

Section 02 : l'environnement l'entreprise général emballage

Dans cette partie, on va parler sur trois points essentiels, nous verrons l'environnement Interne et externe de l'entreprise Général Emballage

1. L'environnement interne

- **Les infrastructures de l'entreprise Général emballage :**

- a) **Les moyens humains de l'entreprise:**

Tableau n° 06 : Effectif de Général Emballage

Structure	Akb ou	Séti f	Ora n	Effectif globale
DEPARTEMENTTECHNIQUE	26	2	1	29
CONTROLEDEQUALITE	32	2		34
DEPARTEMENT APPROVISIONNEMENTS	63	5	3	71
DIRECTIONGENERALE	8	3	4	15
DIRECTIONFINANCES& COMPTABILITE	12	1	1	14
DIRECTIONRESSOURCES HUMAINES	10	2	1	13

Chapitre (3) présentation de l'organisme d'accueil de l'entreprise

CONTROLEDEGESTION	4			4
METHODES	2			2
SERVICEINFORMATIQUE	5	2		7
HYGIENEETSECURITE	73	17	10	100
DIRECTIONCOMMERCIALE	28	5	5	38
DIRECTIONLOGISTIQUE	59	5	3	67
DEPARTEMENTPRODUCTION	408	66	44	518
DIRECTIONMAINTENANCE	75	11	3	89
CHANTIER	9			9
EFFECTIFS	814	121	75	1010

Source : Document interne de l'entreprise GE

b) Equipement de production et de transformation de l'entreprise:

En 2008 général emballage a acquis deux nouvelles usines de transformation, le premier se situé à Sétif au mois de juin, le deuxième à Oran au mois d'avril.

Les équipements de l'entreprise sont:

- **2002:** une ligne onduleuse MEDESA et une de TECASA 2400 ;
- **2004:** une ligne de transformation TECASA ;
- **2005:** une ligne de transformation TECASA 2800 B et deux platines à porte feuilles ;
- **2006:** une ligne synchronisé (impression et découpe à plat CAVIFES/ TMS) ;
 - Une AUTO PLATINE BOBST.
 - Une AUTOPLATINE COBRA.
- **2007:**une POLIEUSE COLLEUSE ;
 - Une ligne MARTIN 924 MEDELINÉ au mois de juin.
 - Une ligne de transformation TECASA2400 à Sétif.
 - Deux lignes SPO de BOOST 3 couleurs fin 2007 l'une à Sétif et l'autre à Oran.
 - Martin Flexo Folder Gluer 924 Fine printing.
- **2011:** Martin Flexo Gluer 618 ;
 - Quatre Presse imprimeuse Master, Flex-L.

Presse Auto PlatineCut-2.1.
- **2012 :** Ligne Onduleuse Complete 2500 mm FOSBER.

Chapitre (3) présentation de l'organisme d'accueil de l'entreprise

➤ **Récapitulatif:**

- **Production:** Onduleuse FOSBER, Onduleuse MEDESA ;
- **Transformation**

Tableau n° 07 : Récapitulatif d'équipement de l'entreprise GE

Impression	Découpe	Impression et Découpe: rotation	Collage	Agrafage
Maste Flex	Master Cut	280B	Vision fold	SDME1
Cavifes	TMZ ,PT MZ, GT MZ	280A		SDME2
	COBRA BOBS	MARTIN618et924		

Source : Document interne de l'entreprise GE

c) **La gamme des produits de l'entreprise:**

Le but principal de l'entreprise est de satisfaire sa clientèle qui est de plus en plus exigeante en matière des produits d'emballage. L'entreprise propose des produits personnalisés à ses clients.

○ **Gamme produit semi fini : de la fabrication à la livraison**

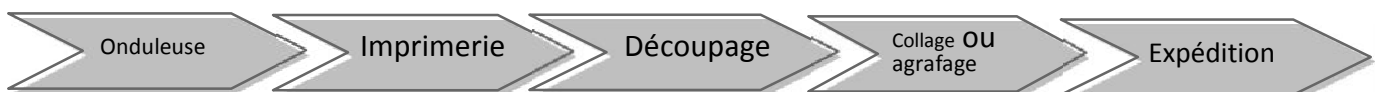
Afin de garder sa place de leader dans le marché et de faire face à la rude concurrence de la part : Tonic emballage, Maghreb.....GE suivi la politique de toujours fournir aux clients des produits de qualité ; pour ce faire elle utilise dans la fabrication du carton ondulé de la matière^{1^{ère}} du 1^{er} choix: papierkraft. Certifié ISO19000 :2008.

Général Emballage utilise des centaines de papiers pour la fabrication de

ces produits ; on peut classer les papiers en deux catégories :

Chapitre (3) présentation de l'organisme d'accueil de l'entreprise

- **Papiers Kraft**: à base de fibre vierge des tinées aux produits alimentaires, généralement utilisé à l'intérieur du produit tel que la boîte à pizza.
- **Papiers Recycler** : utilisé pour les produits non alimentaire tel que : les caisses américaines, afin de préserver l'environnement.
- = **Papiers couvertures**:
 - Kraft blanc KBK raft écrus KS
 - Simili Kraft
 - Teste linerécrus
 - Papier couchés
 - SaikaKraftblanc
 - Duosaika DS
- = **Papiers cannelures**:
 - Fluting FL
 - Duosaika DS
 - HydrosaikaHS
- **Gamme large produit fini: de la fabrication, transformation à la livraison.**



Parmi les différents produits finis que GE dispose sont comme suit :

- **Les caisses américaines** : elles sont économiques et faciles à monter, de plus on peut transporter des produits légers, lourds et peu fragiles. Ces caisses respectent les normes alimentaires.
- **La Barquette** : elle est née pour éviter aux fabricants la recherche permanente appropriée à leur produit. Général Emballage a donc développé par la conception de la barquette, une expertise grâce à la complémentarité des divisions permettant d'offrir aux différents produits des boîtes de qualité au design remarquable et dans

Chapitre (3) présentation de l'organisme d'accueil de l'entreprise

une large gamme des typés sophistiqués.




- Le box : fabriqué en double-double lourd avec une double cannelure. Il a une haute résistance eau gerbage, aux pliages à humidité, absorption des chocs, adapté aux conditions extrêmes. Il est également utilisé pour l'exportation.
- Les intercalaires : rigides, il maintient les produits parfaitement en place, les plaques intercalaires en carton sont fabriquées en papier Kraft et pressées avec des colles solubles à l'eau. C'est pourquoi, il s'agit d'un produit totalement recyclable et bio dégradable.
- Le carton paraffiné : GE fabrique désormais du carton paraffiné, une première en Algérie. Cartonnant-corrosion, anti-infiltration, barrière contre les coulées de graisses.
- Display: Emballage avec impression photo-réaliste, emballage prêt à vendre, publicité sur les lieux de vente.
- L'étui pharmaceutique : souvent perçu comme un ouvrage essentiellement réalisé en carton plat. L'industrie pharmaceutique convient de plus en plus de la pertinence du carton ondulé pour les étuis médicaments.
- Les boîtes à pizza modernes : sont fabriquées en carton ondulé dont la structure cannelée protège le produit et lui conserve la chaleur. La rigidité et la légèreté du carton ondulé confèrent à la boîte à pizza un décisif confort maniablement.
- Boîte d'archive.

Figure n°08 : Gamme des produits

Chapitre (3) présentation de l'organisme d'accueil de l'entreprise

Game produit	Exemple
Caisses américaines	
Barquettes	
Box	
Display	
Le carton paraffiné	
L'étui pharmaceutique	

Chapitre (3) présentation de l'organisme d'accueil de l'entreprise

Les boîtes à pizza modernes	
Cannelures E et F	
Boîtes d'archives	

Source : document interne de l'entreprise GE.

2. L'environnement externe

▪ Les clients de GE :

La SPA compte parmi ses clients de grands acteurs de la scène économique nationale comme : la SPA CEVITAL, SARL ALMAG, SOUMMAM, IFRI, ROUIBA, SOCOTHYD, LA BELLE, LAITERIE TREFLE, GROUPE OUCHERIF, HENKEL, SWALL TUBI, ENIEM, CONDOR, VITAJUS, RAMDY, la Tunisie et bien d'autres.

GE travaillent avec les différents secteurs d'activités et avec les différents types d'entreprises.

▪ Les fournisseurs de GE :

La SPAGE s'approvisionne sur le marché étranger à 93%. Les matières premières (bobines de papier de différents types) viennent de l'étranger et 07% viennent du marché national (ingrédients de colle, amidon...). Elle vise comme clientèle principale le marché national, comme elle exporte les déchets de fabrication vers l'étranger en destination de l'Espagne, des pays bas et d'Arabie saoudite. Elle a exporté depuis 2005 environ 1600 tonnes de déchets vers ces pays.

Chapitre (3) présentation de l'organisme d'accueil de l'entreprise

- Les concurrents de GE :

GE est leader de cartonnage en Algérie, parmi ces concurrents on site :

* Maghreb emballage

* IECO (industrie des cartons ondulé)

*TONIC EMBALLAGE

*SIFCO EMBALLAGE

*KADEA EMBALLAGE.

3. Les valeurs de l'entreprise

- Leadership : Nos politiques d'investissement, de recrutement et de formation reposent sur deux principes fondamentaux : satisfaire la demande et anticiper sur les besoins futurs du marché. Il en découle une mise à niveau continuelle des compétences humaines et des processus technologiques
- Proximité : Nous entretenons le rapprochement avec nos clients pour une meilleure compréhension de leurs besoins et pour réduire les coûts et les délais d'acheminement de nos produits et garantir le meilleur rapport qualité/prix.
- Citoyenneté : Général Emballage est une entreprise citoyenne qui inscrit son intérêt dans celui de la société et de l'humanité en général.
- Développement Durable : Général Emballage s'engage à : 1. Recycler l'ensemble de ses déchets de production et de ses rejets industriels 2. à ne se fournir qu'auprès d'industries respectant les principes du Développement durable et 3. à apporter sa contribution aux efforts visant la préservation de l'environnement et notamment aux actions de reforestation.

Conclusion

Nous concluons que l'entreprise Général Emballage occupe une position très importante parmi les différentes entreprises dans divers domaines du pays. Le principal avantage de General Emballage est qu'elle travaille avec d'autres entreprises, ce qui explique son développement rapide et l'augmentation de ses bénéfices.

Général Emballage se caractérise par une situation géographique importante et un environnement intérieur et extérieur efficace et pratique qui contribue à la développer.

Chapitre IV

Chapitre (04) Le rôle de système d'information dans l'amélioration de la qualité de l'entreprise GE

Après avoir présenté l'entreprise Général Emballage, nous montrerons, dans la première section, le service commercial où nous avons été accueillies, puis nous essaierons d'expliquer les différentes étapes de création d'un système d'information à travers ce service et nous mesurerons la qualité de l'entreprise à travers l'analyse de la satisfaction client.

Dans la deuxième section, nous présenterons l'analyse des résultats du questionnaire aux dirigeants de cette entreprise pour déterminer le rôle du système d'information dans la qualité de l'entreprise.

Sur la base de ces résultats présentés, nous validerons ou invaliderons finalement les hypothèses initiales.

Section 01 : la mise en place et le rôle du système d'information dans GE

Au premier lieu, on va présenter le service commerciale, et ses différents objectifs et missions, puis nous allons expliquer les différentes étapes de circulation de l'information de la procédure commerciale pour exposer ensuite le rôle du système d'information au sien de l'entreprise.

1. La présentation de service commerciale

Le service commercial est défini comme un groupe d'employés travaillant sous la direction d'un chef de service qui s'occupe de la mise en vente et de la publicité autour d'un produit donné, il est également considéré comme un pilier porteur.

Le commercial est le seul service exécutif des objectifs à atteindre, vue qu'il est en relation avec les différents services existants au sein de l'entreprise et avec les tierces personnes (clients, fournisseurs, commerciaux,...etc.).

Le service commercial est l'intermédiaire directe avec le client soit par la correspondance téléphonique et par e-mail ou au recours à des agents commerciaux extérieurs.

Souvent traité comme un parent pauvre, la qualité de service doit pourtant être considérée comme un enjeu majeur dans les entreprises car il permet de gérer son portefeuille client ainsi d'augmenter sa force de vente.

Chapitre (4) le rôle de système d'information dans l'amélioration de la qualité de l'entreprise GE

2. Les objectifs et les missions du service commercial:

➤ Les objectifs :

Les objectifs dans une entreprise sont fixé par la hiérarchie, dont on trouve les objectifs généraux de l'entreprise qui se cascaded jusqu'au service commercial qui sont des objectifs quantitatifs et qualitatifs.

- Augmenter le volume des ventes en quantités et en valeur par Mois/Année.
- Préserver et Accroître une part de marché importante sur le marché du carton ondulé.
- Elargir la clientèle.
- La fidélisation et la satisfaction des clients.
- Pratiquer une veille commerciale et concurrentielle.
- Maintenir une bonne image de l'entreprise.
- Un suivi rigoureux et journalier des commerciaux
- Accompagner les clients sur le volet technique.
- Pratiquer une veille stratégique.

➤ Les missions :

- La prospection et la prise en charge des clients.
- Suivi des commandes des clients.
- Assurer la commercialisation des produits ;
- Etablissement d'une politique commerciale ;
- Gérer les attentes des clients ;
- Détecter les besoins des clients ;
- Réaliser une répartition et une logistique organisée des camions ;
- La remontée d'information des commerciaux extérieurs ;
- La gestion des réclamations des clients ;
- Réalisation des plannings ;
- Le suivi des états de livraison ;

Chapitre (4) le rôle de système d'information dans l'amélioration de la qualité de l'entreprise GE

- Le suivi du bon déroulement de l'opération de commercialisation ;
- La gestion des réclamations et les clients difficiles ;
- La gestion des priorités par tout moyen de communication (courrier postal, mail, téléphone, rendez-vous physique).

3. La structure et les tâches effectuées par le personnel service commercial :

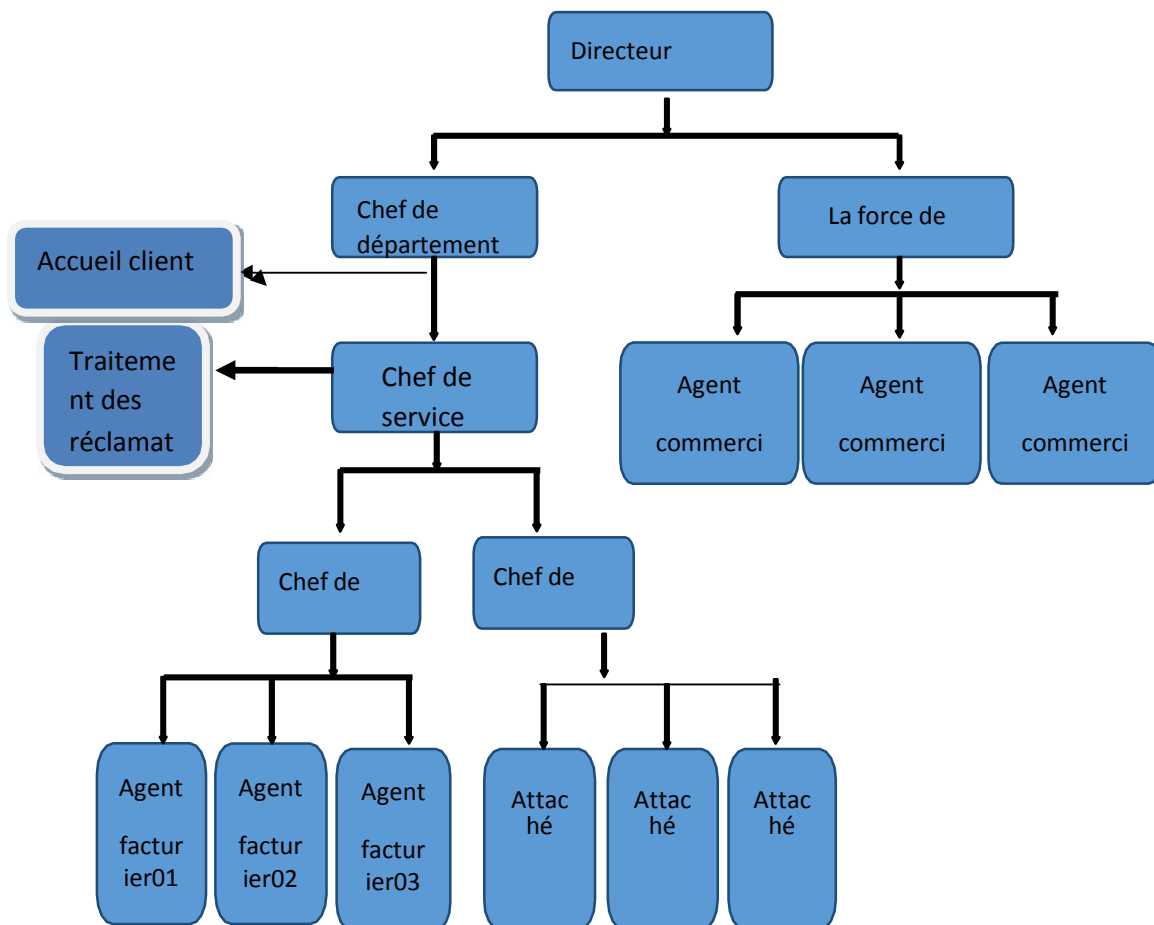


Figure n°08: Organigramme du service commercial de GE

- **Directeur commercial :** Il signe les commandes qu'il juge passable en prenant en considération:
 - Le montant de la créance client avec sa date d'échéance.
 - L'importance du client.
 - Il fait des observations sur les autres bons sur l'endroit du placement

Chapitre (4) le rôle de système d'information dans l'amélioration de la qualité de l'entreprise GE

(instance de règlement, pro-forma, instance développement... etc.).

- **Chef de service commercial:** Le directeur commercial définit une politique commerciale en vue d'accroître les ventes de l'entreprise et d'augmenter le chiffre d'affaires .Il doit manager l'équipe commercial pour qu'elle applique cette politique et atteigne les objectifs fixés :
 - Parmi ses diverses fonctions, le directeur commercial:
 - Analyse les composantes du marché ;
 - Définit des orientations stratégiques ;
 - Détermine les actions à mener ;
 - Consulte fréquemment ses collaborateurs et s'informe sur les tendances du marché ;
 - Met en place un réseau de distribution ;
 - Assure le suivi des transactions commerciales ;
 - Superviser la stratégie commerciale de l'entreprise ;
 - De surveiller et distribuer les tâches pour chaque attaché commercial ;
 - En relation directe avec les clients ;
 - De trouver des solutions adéquates pour les imprévus ;
 - Conclure la vente ;
 - Se déplace et contrôle les différents services (le suivi du produit sur le service développement et service forme et découpe, vérifier l'état de la marchandise dans le service production...etc.) ;
 - Suivis des plannings livraison sur PC TOPP et transmis aux agents commerciaux extérieurs par correspond et téléphonique ;
 - Réponds aux messages des clients par e-mail et leurs tiens en compte de suivi de leurs marchandises, de nouvelles offres etc.
- **Chef de section commercial:** Charger d'étude, son travail consiste à l'accueil des clients à faire une offre de prix d'un produit X (caisse, barquette, plaque, intercalaire) en tenant compte:

Chapitre (4) le rôle de système d'information dans l'amélioration de la qualité de l'entreprise GE

- De la qualité du papier et sa composition; grammage, épaisseur...etc.
 - L'importance de clients.
 - Le prix est calculé en m².
 - Il s'occupe aussi des négociations du prix attrait l'état de leurs paiement (versement bancaire, traite, billet à ordre...etc.).
 - **L'attaché commerciale 01** : L'activité de l'attaché commercial 01 consiste à s'occuper des commandes des clients par téléphone et e-mails, en suivant les étapes cités ci-dessous.
 - Impression du bon de commande.
 - Vérification de l'échéancier clients sur la base de données notée sur le bon de commande par la suite. Cette opération prend en compte les indications suivantes.
 - 00 jours: nouveau client il doit payer avant qu'on lui expédie la marchandise (on lui adresse une pro-forma).
 - 02jours:casoulepayementdesclientssefaitsurplace.
 - 10, 30, 45,60 jours : selon l'importance du client.
 - Enregistrements des commandes sur le dossier
- Gestion de courriers. On distingue deux cas :
- Les commandes qui passent; celles signées par le directeur du département commercial (par rapport à la solvabilité du client, l'importance de la créance...).
 - Les commandes mise de côté ; non signées par le directeur du département commercial (en vue de la non solvabilité des clients ou à l'importance des créances sur l'espace attente, instances payement...).
- Création de nouveaux profils pour les clients arrivants à la société sur le logiciel VOLU PACK et ce après que les concernés aient fourni un dossier contenant des informations relatives à ces derniers (Nom, prénom, adresse, numéro du registre de commerce...).
 - **L'attaché commercial 02**:Son travail consiste à enregistrer tous les bons de

Chapitre (4) le rôle de système d'information dans l'amélioration de la qualité de l'entreprise GE

commandes de l'unité d'Akbou en suivant quatre étapes principales :

1^{er} étape : relever le code de produit sur la liste des produits et l'état des commandes en introduisant les informations sur les dimensions du produit (Longueur, largeur, et rabat) sur la base de données ou directement paratouche F7 sur VOLUPACK.

2^{ème} étape : passer la commande sur le logiciel VOLU PACK en s'assurant de bien noter la qualité; la désignation ; la qualité du produit le numéro code client et le prix.

3^{ème} étape : planifier la commande en déterminant la date de fabrication et de livraison et par la suite la valider par le biais de la touche F10 ; et enfin la générer afin que tous les services de l'entreprise (développement, infographie, facturation, production...) aient accès à cette commande via PC TOPP.

4^{ème} étape : imprimer l'ordre de transmission et l'agrafer avec le bon de commande correspondant.

- Remarque:

- Dans le cas où un nouveau produit commandé n'existe pas encore dans la base de données, on doit impérativement le créer avec un devis.
- Le prix est calculé par rapport à la qualité du papier utilisé et l'importance du client sur une table Excel.
- **L'attaché commercial 03:** Il s'occupe de la vérification des commandes effectuées par l'attaché commercial n°02, de rédiger des factures pro-forma sur Excel avec un seuil de tolérance de 5% sur la quantité de la commande et de les envoyer aux clients sur un courrier électronique, après chaque facture envoyer il écrit ces références sur un livre pro-forma.
- Il fait un état de livraison: vérification entre la commande des clients et le stock.
- Il s'occupe des plannings de certains clients.
- Il vérifie les états de machines sur PC TOPP.
- Il joue le rôle d'agent commercial Extérieur, par exemple en donnant une demande de développement aux clients qui s'occupe de la remplir spécifiquement aux produits qu'ils souhaitent être créés pour eux

Chapitre (4) le rôle de système d'information dans l'amélioration de la qualité de l'entreprise GE

(dimension, composition du produit ...) le cas de Soummam par exemple, puis il la transmis au service développement qui s'occupent de faire un échantillon.

- Répondre aux clients.

- **L'Attaché commercial :** Son travail consiste à enregistrer tous les bons de commandes de l'unité de Sétif en suivant quatre étapes principales :

1^{er} étape : relever le code de produit sur la liste des produits et l'état des commandes en introduisant les informations sur les dimensions du produit (Longueur, largeur, et rabat) sur la base de données ou directement par la touche F7 sur VOLU PACK.

2^{ème} étape : passer la commande sur le logiciel VOLU PACK en s'assurant de bien noter la qualité; la désignation ; la qualité du produit ; le numéro code client et le prix.

3^{ème} étape : planifier la commande en déterminant la date de fabrication et de livraison et par la suite la valider par le biais de la touche F10 ; et enfin la générer afin que tous les services de l'entreprise (développement, infographie, facturation, production...) aient accès à cette commande via PC TOPP.

4^{ème} étape : imprimer l'ordre de transmission et l'agrafer avec le bon de commande correspondant.

- **Remarque:**

- Chaque bon de commande est gardé dans une chemise cartonnée de la même date et puis stocké dans les archives
- **Les agents commerciaux qui travaillent à l'extérieur de l'entreprise :** Ils sont en nombre de quarante « 40 », agissant pour le compte de l'entreprise. Les agents commerciaux sont répartis sur une zone géographique pour permettre le bon suivi des clients, c'est-à-dire connaître leurs comportements d'achat afin de faciliter la négociation et l'acte de vente. Leurs tâches sont.
 - Connaître leurs produits et leurs compositions.
 - Connaître les clients (ses moyens, sa solvabilité).
 - Prospection des nouveaux clients.

Chapitre (4) le rôle de système d'information dans l'amélioration de la qualité de l'entreprise GE

- Fidéliser leurs clients en risque de se tourner à la concurrence (cela revient moins cher à l'entreprise de fidéliser un client que de prospecter d'autres), par l'écoute et la réactivité.
- Pratiquer la veille stratégique ou concurrentielle (ramener des informations sur la concurrence, connaître le marché, les offres du prix, le taux de pénétration sur le marché...etc.
- **Service client:** Il permet de gérer les réclamations et protestation signalées par les clients mécontents et non satisfaits envers l'entreprise et ce par le biais d'appel téléphonique ou d'emails. Les réclamations peuvent avoir diverses causes :
 - La mauvaise qualité du produit.
 - La non-conformité des articles livrés.
 - Un accueil inadéquat.
 - Un retard de livraison.
 - Une erreur ou un écart.
 - La responsable des réclamations s'occupe : de gérer les plaintes reçues et de faire une étude statistique, afin de permettre à l'entreprise de gérer son portefeuille clients et d'améliorer leurs produits s'il le faut dans le but d'augmenter son chiffre d'affaire. La politique de GE est de satisfaire ses clients.

4. La procédure commerciale

Vu que général emballage est une entreprise certifiée, donc elle donne à ses clients une assurance sur la qualité de ses produits, et veille à ce que chaque service doit contenir une procédure à suivre sous forme de l'organigramme présentée ci-dessous .

Cette procédure elle spécifié la manière d'effectuer un ensemble de tâches, elle décrit étape par étape l'enchaînement de ces tâches à réaliser afin de les rendre réductible.

Cette procédure définit également les méthodes et les responsabilités, et alloué les ressources nécessaires à la maîtrise et la prise en charge des ventes de produits.

Tableau n°08: La procédure commerciale

Chapitre (4) le rôle de système d'information dans l'amélioration de la qualité de l'entreprise GE

Responsable	Eléments D'entrée	N° =	Activités	Eléments de Sortie	Ressources
Cadres et Force de vente	Contact du prospect	01	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Prospect les clients potentiels</div> <div style="text-align: center; margin: 5px 0;">↓</div>	Rapport de prospection	Email, fax, téléphone, courriers,
DC et CDFV	Rapports de prospection	02	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Etudier les rapports de prospection</div> <div style="text-align: center; margin: 5px 0;">↓</div>	Rapport de prospection analysé	
AC chargé de GC	Demande de devis courriers	03	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Recevoir la liste d'achat du prospect</div> <div style="text-align: center; margin: 5px 0;">↓</div>	Courriers Email client,	Courriers, fax, email, ...
AC chargé de GC	Courriers E-mail	04	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Transformer la liste d'achat pour le</div> <div style="text-align: center; margin: 5px 0;">↓</div>	Courriers e-mail avec orientations du CDC si nécessaire	
AC chargé de GC / Force de vente	Demande d'offre de prix	05	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Revue des exigences clients</div> <div style="text-align: center; margin: 5px 0;">↓</div>		Canevas technico commercial
AC chargé de GC/	Demande d'offre de prix	06	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Faisabilité</div> <div style="text-align: center; margin: 5px 0;">↓</div> <div style="display: flex; justify-content: center; gap: 20px;"> Oui Non </div>		Canevas technico commercial
AC chargé de GC/ force de vente		07	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Informé le client</div> <div style="text-align: center; margin: 5px 0;">↓</div>		
Chargé d'étude	Demande d'offre de prix	08	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Établir l'offre commerciale</div> <div style="text-align: center; margin: 5px 0;">↓</div>	Offre commerciale	Logiciel de calcul des prix
DC	Offre commerciale	09	<div style="text-align: center; margin-bottom: 10px;">Non</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Validation</div> <div style="text-align: center; margin: 5px 0;">↓</div>	Offre commerciale validée ou sujette à modification	
Chargé d'étude	Offre commerciale validée par le DC	10	<div style="text-align: center; margin-bottom: 10px;">Oui</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Enregistrer et classer l'offre</div> <div style="text-align: center; margin: 5px 0;">↓</div>	Suivi des offres commerciales	

Chapitre (4) le rôle de système d'information dans l'amélioration de la qualité de l'entreprise GE

AC chargé de la GC	Bon de commande	11	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Recevoir et enregistrer les commandes</div>	Fichier de suivi des commandes	Fichier Excel
AC	Bon de commande	12	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Recevoir et enregistrer les commandes</div>	Dossier produit et fichier de suivi des créances	Report server
DC et / ou CDC	Bon de commande	13	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Acceptatio</div>		
CDC et / ou CDFV	Courriers, fax E-mail	14	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Informé la force de vente ou le client</div>	Bon de commande avec instruction du DC ou CDC	
AC	Bon de commande	15	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Insérer les lignes de commande sur le</div>	Commandes insérer dans le système	
Chef de section commercial	Ordres de fabrication Bon de commande	16	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Vérifier les commandes passées sur le système</div>	Ordre de fabrication bon de commandes validées	
AC	Bon de commande validé	17	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Classer les bons de commande</div>	Classeurs des commandes	
Chef de département commercial	Commandes clients	18	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Suivre l'avancement de la commande</div>	Briefing journalier d'avancement des commandes clients	
Chef de département commercial		19	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Réaliser</div>		
Force de vente		20	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Aviser le client d'un éventuel retard</div>		
Facturier	Bon de livraison	21	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Livraison et facturation</div>	Facture	

Chapitre (4) le rôle de système d'information dans l'amélioration de la qualité de l'entreprise GE

Source : Document interne de l'entreprise GE

5. La description des activités

- **prospector les clients potentiels :** la prospection des clients potentiels c'est la première activité de processus commerciale afin de les transformer en client réel cette activité est assurée par les agents commerciaux, soit par contact direct, ou bien les visites, les moyens de communications (mail, téléphone.....etc.)
- **l'étude des rapports hebdomadaires :** un rapport qui doit se remettre chaque semaine aux cadres commerciaux, afin de le consulter et étudier.
- **La réception des expressions de besoins :** il s'agit d'écouter attentivement les exigences des clients en matière de produit/service et de s'intéresser à la spécificité de ses besoins.
- **L'orientation des expressions de besoins :** après avoir écouté les besoins de client, le commerciale procède au remplissage de la demande du développement de produit voulu, et amener au directeur commerciale et sera enregistrer et dispatcher afin de les prendre en charge.
- **La revue des exigences de client :** puisque GE fabrique et vend des produits personnalisés et spécifiques, réalisés selon les exigences des clients, pour se faire elle doit insérer la spécification des produit sur l'application canevas technico-commercial, afin de vérifier que ses exigences sont faisables et réalisables.

Si l'offre commerciale est faisable donc elle sera validée par le directeur commercial, par la suite le chargé d'étude il va établir un devis qui contient le prix des biens et des services et les conditions de l'offre.

En cas de non faisabilité, l'offre sera rejetée afin de le subir à des modifications, le client ou la force de vente doit être au courant.

- **L'élaboration ou modification de l'offre :** cette activité ayant pour l'objectif d'entourer ces conditions d'arguments justifiant la valeur de l'offre elle doit confirmer ou modifier ce qui a été négocié.
- **Valider l'offre commerciale :** si l'offre commerciale est réalisable il sera validé par le directeur commercial par l'apposition de son visa et par la force de vente en suite

Chapitre (4) le rôle de système d'information dans l'amélioration de la qualité de l'entreprise GE

cette offre sera transmise au client afin de la valider de sa part, un bon de commande ou dans le cas contraire de négociation.

➤ **La réception et négociation les commandes des clients :** l'attaché commercial reçoit la commande de la part du client par (mail, fax....), il doit l'enregistrer et transmettre au directeur commercial.

➤ **la vérification de la situation de la commande :** cette tâche est effectuée par l'attaché commercial qui est chargé de la commande il doit vérifier si la commande est (lisible, complète, numéroté, respect de la date de livraison.....).

➤ **Conformité de la commande :** le bon de commande sera vérifié par le directeur commercial si le bon est conforme au critère il va lancer la commande, s'il ne répond pas aux critères, il va informer le client ou l'agent commerciale.

➤ **Informé l'agent commercial :** le directeur commercial informe la force de vente pour prendre les mesures nécessaires, et de lever les références en question du bon de commande.

➤ **Insertion les commandes validées sur le système :** les commandes validées seront lancées sur le système (voulu pack) en les attribuant les références afin de les distinguer des autres.

➤ **Vérification des commandes passées sur le système :** il s'agit de vérifier les commandes saisies et les ordonner par ordre de fabrication, puis les transmettre au chef de section commerciale afin de vérifier le solde planifié dans le système.

➤ **Classification des ordres de fabrication et bons de commandes :** le bon de commande et l'ordre de fabrication sera enregistré en version papier, puis classer en ordre par l'attaché commerciale.

➤ **Suivre l'état d'avancement des commandes lancées :** il s'agit de suivre l'état d'avancement de la commande sur le système (voulu pack), et de signaler le retard de livraison.

1. Le rôle de système d'information dans l'entreprise général emballage :

Le système d'information est un élément central de l'entreprise général emballage car il permet de véhiculer l'information qui provient de l'environnement externe de l'entreprise aux différents services de l'entreprise pour prendre les bonnes décisions et améliorer la qualité de ses produits suivant la procédure indiquée ci-dessous :

Chapitre (4) le rôle de système d'information dans l'amélioration de la qualité de l'entreprise GE

La collecte et le stockage de l'information :

La collecte d'information dans l'entreprise général emballage se fait à deux niveaux :

La collecte d'information qui provient source externe est assurée par le commercial quidéniche toutes les informations nécessaires sur le prospect puis il va remplir la fiche client. Et aussi, le commercial va procéder à l'écoute du prospecta-propos de ses besoins et ses attentes.

La collecte d'information qui provient de source interne il s'agit de collecter l'information à l'intérieure de l'entreprise elle-même. Par exemple (le service de comptabilité peut demander la facture de service commerciale). Une fois l'information collectée sera inscrite sur les documents en version papiers, sous forme des fichiers, les archives) puis les informatisée et les codifiée sur le système informatique d'une manière stable et durable, parmi les technologies de l'information et de communication que GE possède pour procéder au stockage on trouve (voulu pack, pc top, report server).

○ Clients potentiels :

Dans le cas des clients potentiels, GE l'écoute client se fait par le commercial qui assure l'accompagnement des clients durant l'expression de ses besoins et ses attentes qui procède au remplissage de demande de développement en insérant toutes les informations à la réalisation du produit voulu, cette demande sera transmise au service technique afin de la traiter, de la prendre en charge si c'est faisable le service de conception va lancer la production d'échantillon. Si ce n'est pas faisable, il va rejeter la demande pour faire des modifications selon les besoins.

○ Les clients habituels :

L'écoute est un besoin élémentaire dans ses relations avec clients, elle traite ses client différemment elle personnalise avec chacun, leurs demande sera traite séparément, l'écoute et l'échange d'information client se fait par :

- la négociation sur les prix, sur les délais de paiement ;
- la procédure de livraison
- l'écoute par rapport aux réclamations

➤ Le traitement et la diffusion de l'information :

Chapitre (4) le rôle de système d'information dans l'amélioration de la qualité de l'entreprise GE

Après la collecte et le stockage de l'information vient l'étape de traitement qui consiste à produire des informations à partir des informations stockées dans le système informatique utilisé par l'entreprise afin de faciliter son traitement. Une fois l'information traitée, elle sera prête à être partagée que ce soit à l'intérieure de l'entreprise entre les différents services au bien à l'extérieure de l'entreprise, afin de prendre les bonnes décisions à la réalisation des objectifs de qualité et de compétitivité et d'accroître la satisfaction des clients pour mieux se positionner sur le marché.

- Pour la fiche client qui sera remplie par le commerciale elle sera intégrée dans le logiciel dans le but de créer un compte client afin de permettre d'avoir une base de données lisible à savoir l'activité, secteur, délais de paiement etc..
- Pour la demande de développement, elle permet au service technique de faire une lecture par rapport à la spécification et aux exigences du produit voulu afin de réaliser un produit conforme et de qualité.

Une fois que les données codifiées sur le système, les différents services concernés peuvent accéder à l'information comme suit :

- La création du produit sur le système par le technique et transmettre le dossier de produit ;
- La réception du bon de commande, qui sera enregistré et validé par le responsable hiérarchique, pour pouvoir saisir la commande sur le système ;
- La génération de la commande vers pc top, qui permet à la planification de la programmée selon la date communiquée ;
- Durant la production, l'équipe technique, qualité, production, étudieront attentivement les spécifications du produit afin de fabriquer un produit conforme aux exigences clients.
- Et au final, le produit sera réceptionné, facturé et livré chez le client.

Le système d'information occupe une place privilégiée dans l'entreprise car il permet de communiquer l'information en interne mais également en externe de l'entreprise.

Section 02 : Le système management qualité de Générale Emballage

1. Le système intégré de GE :

Générale Emballage possède un système de management intégrer certifiée par un organisme de certification Smg, qui regroupe 3 normes ISO qui sont :

- ISO 9001 ; 2015 Système de management qualité- exigences
- ISO 45001 ; 2018 Santé et sécurité de travail
- ISO 14001 ; 2015 L'environnement

Le système de management de l'entreprise Générale Emballage est basé sur une liste de 33 variables caractérisant les 10 chapitres exigences de la norme ISO 9001 : 2015 système de management de la qualité à savoir :

- Cotexte de l'organisme :

1. Compréhension l'organisme et de son contexte
2. Compréhension des besoins et des attentes des parties intéressées
3. Détermination des domaines du système de management de la qualité
4. Système de management et processus associés

- Leadership :

5. Responsabilité et engagement de la direction relatif au SMQ
6. Orientation clients
7. Politique qualité
8. Rôle, responsabilité et autorité au sien de l'organisme

- Planification :

9. Action à mettre en œuvre face aux risque et opportunités
10. Objectifs qualité et planification pour les teindre
11. Planification des modifications

- Support :

12. Ressources humaines

Chapitre (4) le rôle de système d'information dans l'amélioration de la qualité de l'entreprise GE

13. Infrastructure
14. Environnement pour la mise en œuvre des processus
15. Ressources pour le surveillance et la mesure
16. Gestion des connaissances
17. Compétence du personnel
18. Sensibilisation
19. Communication avec personnel
20. Informations documentées
- Réalisation des actions opérationnelles :
 21. planification et maîtrise opérationnelles
 22. détermination des exigences relative aux produits et services
 23. communication avec client
 24. conception et développement des produits et services
 25. maîtrise des produits et services fournis par des prestataires externes
 26. production et prestation de services
 27. libération des produits et services
 28. maîtrise des produits et services non conformes
- Evaluation des performances :
 29. Surveillance, mesure, analyse et évaluation
 30. Audit interne
 31. Revue de direction
- Amélioration :
 32. Non-conformité et actions correctives
 33. Amélioration continue

Chapitre (4) le rôle de système d'information dans l'amélioration de la qualité de l'entreprise GE

Général emballage, sa vocation est l'amélioration continue de la qualité et la performance générale de l'entreprise, et chaque norme a des objectifs que l'entreprise doit réaliser :

Pour la qualité ISO (9001), l'entreprise doit :

- satisfaire des exigences des clients grâce aux produit et aux services qui répondant aux attentes implicites et explicites des clients.
- réaliser des enquêtes satisfaction client.
- Réaliser audit de management pour vérifier l'efficacité d'un système.
- Planifier et mesurer l'efficacité de l'organisation.
- Gérer le processus PDCA.

➤ Pour la sécurité et la santé de travail ISO (45001) :

- Prévention des risques (traitement des actions correctives et préventives).
- Prévention des activités de pollution.
- Zéro accident de travail.
- Réaliser des audits de scénarii : capacité de personnel à réagir suite à un accident stimulé.

➤ Pour l'environnement ISO (14001) :

- Satisfaire les exigences des parties intéressées.
- L'identification et l'anticipation des dangers.
- Analyser les dysfonctionnements selon l'arbre des causes.

Cette démarche de système de management intégré permet à l'entreprise de faire une extension de management de la qualité existant à l'environnement, de sensibiliser et motiver l'ensemble de personnel à la vois de l'excellence et de mise en place des moyens de prévention des accidents de travail. Le but est zéro accident, elle vise aussi à :

- faire face à la concurrence et mieux se passionner sur le marché.
- résister à la passion de marché pour vivre et survivre sur le marché.
- fidéliser l'expérience client.
- bénéficier d'une image de marque.

Chapitre (4) le rôle de système d'information dans l'amélioration de la qualité de l'entreprise GE

- satisfaire les clients en matière de qualités.

2. Les objectifs et les indicateurs qualités de GE :

Dans l'entreprise général emballage les objectifs qualité à atteindre sont définis et établis par le service de management de la qualité et communiqués chaque service.

En effet, fixer les objectifs commerciaux est une condition préalable pour toute entreprise. Cependant le service commercial prend en considération et veille à la réalisation de ces objectifs en quantité et en qualité. Ces dernières peuvent être mensuelles et parfois annuelles.

Parmi ces indicateurs on trouve :

- Accroître le volume de vente qui est suivie d'une augmentation du chiffre d'affaire afin d'augmenter la rentabilité et réduisant les coûts tout en augmentant les bénéfices.
- Conquérir et démarcher des nouveaux clients afin de s'imposer face à la concurrence et développer son activité et améliorer son offre.
- Obtenir un taux de satisfaction très élevé puisqu'un indicateur est primordiale pour le développement de l'entreprise et de préserver son image de marque
- Réduire les délais de recouvrement auprès de ses clients à fin de ne pas impacter négativement son activité.
- Réduire le taux de réclamation des clients afin de renforcer et fidéliser durablement la relation avec ses clients.

3. L'évaluation de satisfaction clients de Général Emballage :

La qualité de Général Emballage s'aligne sur la satisfaction du client, et consiste à fournir un produit qui répond aux attentes des clients afin de les fidéliser et d'améliorer leurs parts de marché.

Les bénéficiaires d'une qualité d'entreprise générale d'emballage sont les clients de l'entreprise.

Ce type de démarche nécessite donc une écoute des clients, mais elle doit aussi permettre de prendre en compte des besoins implicites, qui ne sont pas exprimés par les bénéficiaires.

Chapitre (4) le rôle de système d'information dans l'amélioration de la qualité de l'entreprise GE

Afin d'évaluer la qualité de Général Emballage, elle réalise une enquête de satisfaction client à la fin de chaque année.

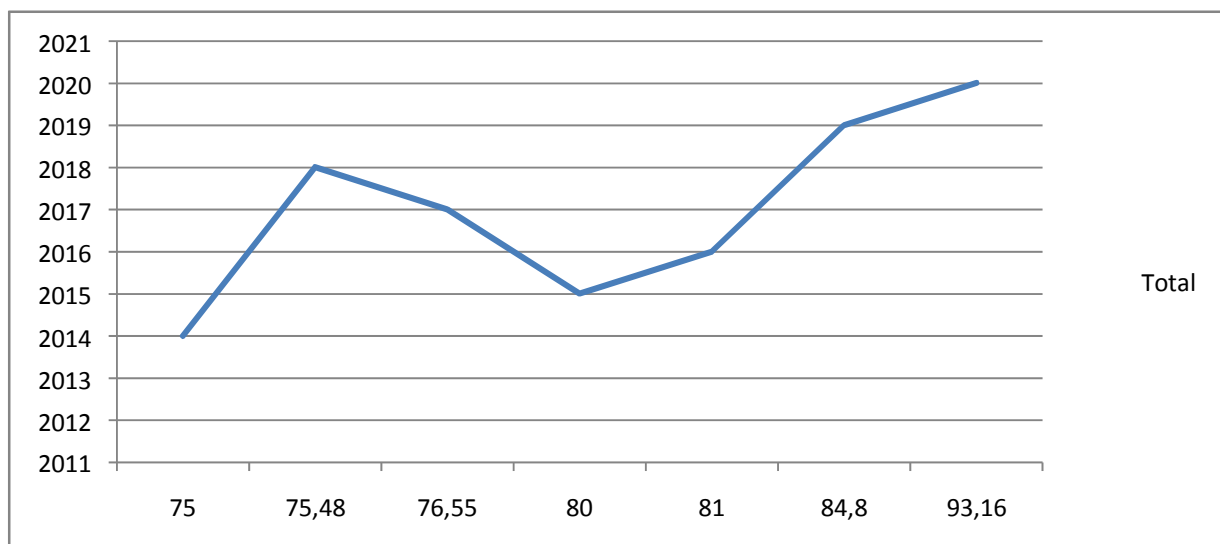
Ainsi, dans cette partie, nous allons traiter et analyser le tableau ci-dessous, qui présente la note de satisfaction client, pour nous permettre de mesurer la qualité de l'entreprise Générale Emballage.

Tableau n° 09 : L'évaluation le taux de satisfaction des clients de GE

Années	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Taux de satisfaction %	75	80	81	76,55	75,48	84,80	93,16

Source : Document interne de l'entreprise GE

Figure n°09 : Graphe de taux de satisfaction des clients de GE



D'après le résultat de cette enquête on peut constater trois phases :

- ❖ La phase de croissance [2014, 2015, 2016] avec un taux de satisfaction successive 75% ,80%, 81% ce qui explique que les clients interrogés sont satisfaits, du coup cette croissance c'est le fruit d'engagement de l'entreprise dans la démarche qualité en 2013 puisque elle a donné l'importance à ses clients.

Chapitre (4) le rôle de système d'information dans l'amélioration de la qualité de l'entreprise GE

❖ La phase de décroissance en 2016 représente un taux de 76,5 %, et en 2018, 75,48%, Cette diminution revient à plusieurs raisons :

- l'arrivée des nouveaux concurrents sur le marché avec un prix attractif et inférieur à celui de GE.
- les réclamations sur le prix suivent à une augmentation des prix subite par l'entreprise.
- la non-respect de délais de livraison qui est dû à la charge de la machine.

❖ La phase de croissance elle a passé d'un taux de 84,80% jusqu' au 93,16% en 2019 et en 2020, les clients sont très satisfaits. L'entreprise général emballage veille à l'écoute de son client, elle a étudié les facteurs d'insatisfaction et repérer les dysfonctionnements et améliorer la qualité de son offre.

Général emballage fait l'enquête satisfaction client pour évaluer la qualité de ses produits et ses services et de les mesurer dans le temps.

Section 3 : Méthodologie et interprétation des résultats

Cette section est consacrée à la description de la démarche méthodologique utilisée ainsi que l'analyse et l'interprétation des résultats de l'enquête.

1. La description de la démarche méthodologique de l'enquête

- **Objectif de l'enquête :**

Nous avons réalisé cette enquête par questionnaire visant à analyser l'impact d'un système d'information sur la qualité de l'entreprise de général emballage.

Nous avons interrogées 10 cadres de différents département de l'entreprise général Emballage afin d'obtenir le retour d'information sur leurs connaissances et expériences.

- **La conception du questionnaire**

Le questionnaire est une technique indispensable au recueil d'information claire et précise auprès des personnes interrogées. Cette technique est délicate pour vérifier statistiquement les hypothèses préétablies.

- a) **La forme des questions**

Nous avons utilisé deux types de questions dans ce questionnaire :

- **Questions ouvertes**

Chapitre (4) le rôle de système d'information dans l'amélioration de la qualité de l'entreprise GE

Ce sont des questions pour lesquelles la personne interrogée doit se servir de ces connaissances et ses impressions pour y répondre aux questions. Ce type de question permet aux répondants d'utiliser leur propre terme et d'orienter leur réponse selon leurs convenances.

- **Questions fermés**

Une question dite fermée lorsqu'elle comporte des réponses limitées à des choix soit unique par oui ou non, ou bien des choix multiple dans ce cas plusieurs réponses sont possibles, donc la personne interrogée va choisir une ou plusieurs réponses parmi celles proposées. Ce type de question se distingue par la simplicité et la rapidité de réponse et la faciliter de dépouillement.

- b) Traitement et analyse des résultats**

Dans cette étape, nous allons faire une analyse les informations recueillies, après nous allons interpréter les données et les résultats à partir d'outil statistique. Cette interprétation se fera question par questions afin de confirmer ou d'infirmer les hypothèses préétablies.

2. Analyse des résultats du questionnaire

Question 01 : la répartition de l'échantillon selon catégorie socioprofessionnel

- **Commentaire :**

D'après notre enquête la totalité des personnes interrogées, sont des cadre qui occupent des postes de responsabilités et effectuent des tâches de valeur importante dans différents départements (commerciale, finance, technique, marketing).

Question 02: L'expérience au sein de l'entreprise

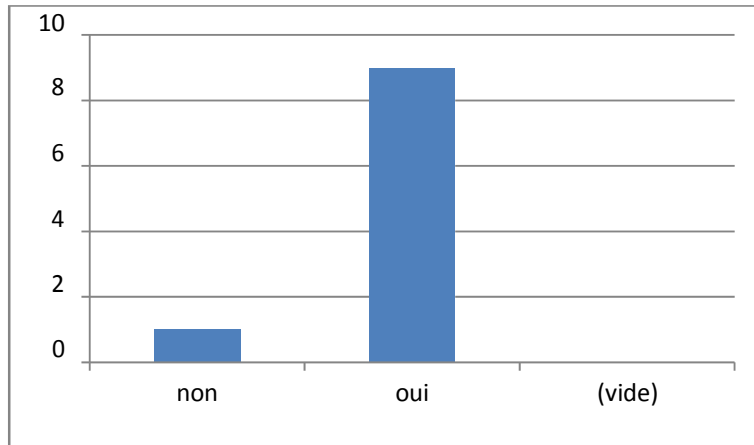
- **Commentaire :**

Nous avons constaté que la moyenne de notre échantillon est de 7ans, donc ont une grande expérience. On déduit que cette ancienneté est assez convaincante pour un cadre dans une entreprise, car avec son expérience peut faire face à des situations délicate.

Question 03 :

Chapitre (4) le rôle de système d'information dans l'amélioration de la qualité de l'entreprise GE

Figure n°10 : Disposition d'un processus d'écoute client ?



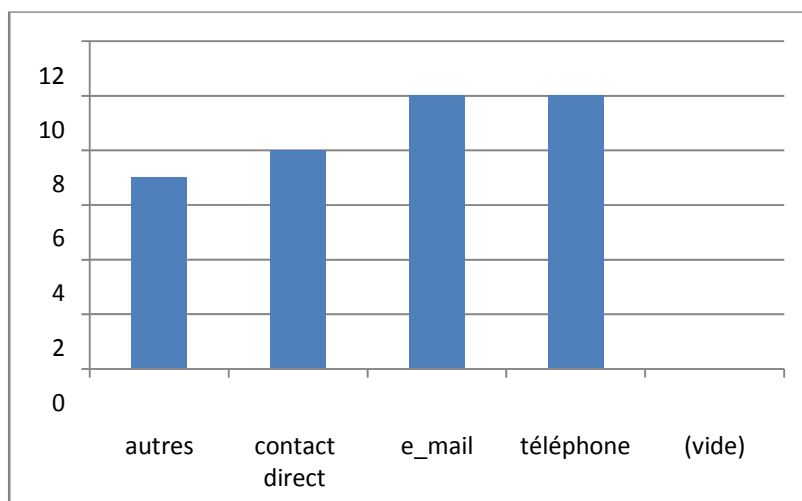
Source : Donnée de l'enquête présentée par logiciel Excel

Commentaire :

Nous avons remarqué que 85% des personnes enquêtées affirment que l'entreprise GE possède un processus d'écoute client, ce qui signifie que GE veille en permanence à l'écoute de ses clients.

Question 04 :

Figure n° 11: les moyennes de communication avec les clients ?



Source : Donnée de l'enquête présentée par logiciel Excel

Commentaire

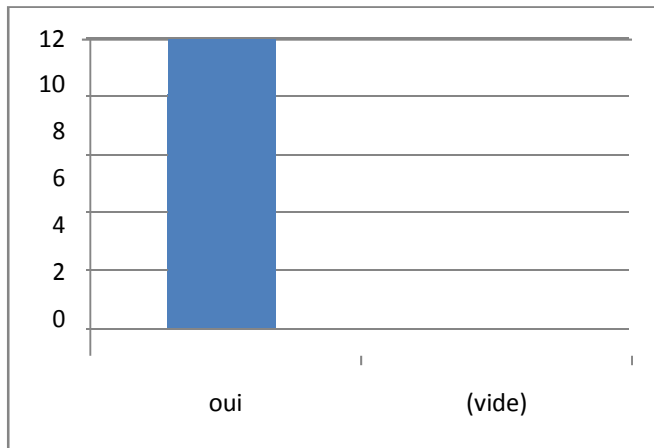
D'après les résultats de l'enquête, on peut constater que l'email et le téléphone est le moyen

Chapitre (4) le rôle de système d'information dans l'amélioration de la qualité de l'entreprise GE

plus utilisé dans la communication avec les clients. Du coup, on peut conclure que général emballage utilise tous les moyennes de communication afin de s'assurer que l'information est arrivée au bon moment et au bon destinataire.

Question 05 :

Figure n ° 12: l'entreprise dispose t'elle d'un système d'information ?



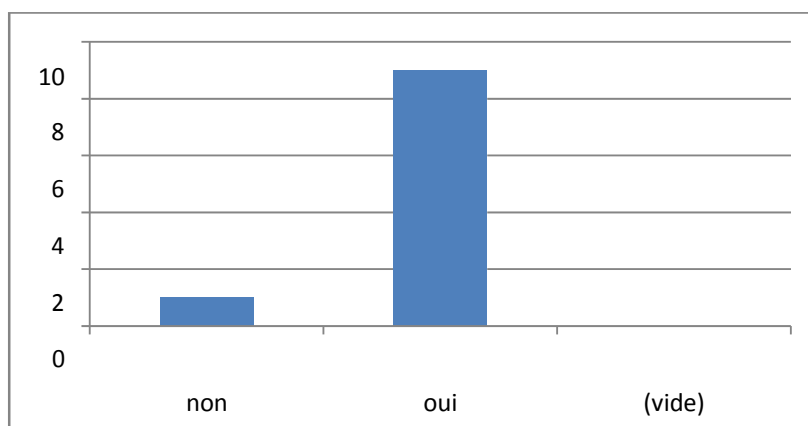
Source : Donnée de l'enquête présentée par logiciel Excel

Commentaire

Nous avons observé que la totalité (100%) de l'échantillon interrogé confirmait avoir un système d'information au sein de l'entreprise et il n'imagine pas l'entreprise sans lui. En effet, général emballage dispose d'un ensemble de personnel, matérielle, logiciel qui permette de faciliter la collecte et le traitement de l'information.

Question 06 :

Figure n ° 13 : le système est-il un moyen d'atteindre les objectifs de l'entreprise ?



Source : Donnée de l'enquête présentée par logiciel Excel

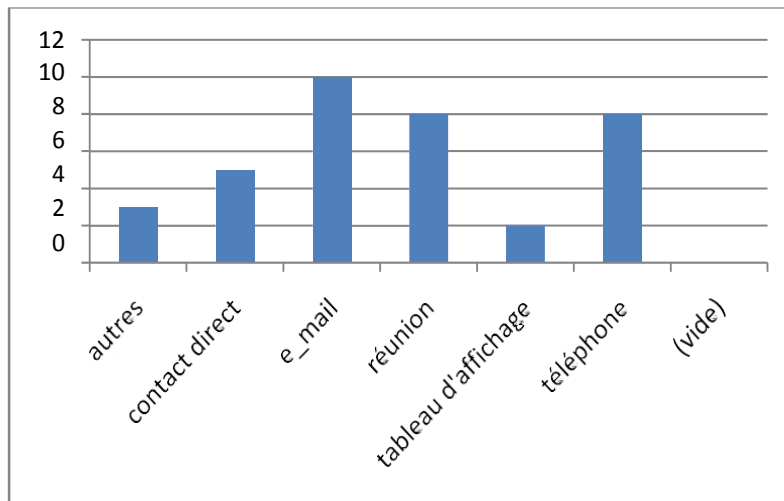
Chapitre (4) le rôle de système d'information dans l'amélioration de la qualité de l'entreprise GE

Commentaire

Ce diagramme montre que 90% des personnes enquêtées rendent compte que le système d'information est un moyen d'atteindre les objectifs de l'entreprise, et 10% voit que SI n'est pas un moyen d'atteindre les objectifs. Cependant cet échantillon montre que le système d'information est un moyen efficace pour atteindre les objectifs de l'entreprise car il permet de suivre son état d'évolution, connaître ses clients pour prendre les actions nécessaires afin de mieux se passionner sur le marché.

Question 07 :

Figure n° 14 : les méthodes d'échange de l'information entre les services



Source : Donnée de l'enquête présentée par logiciel Excel

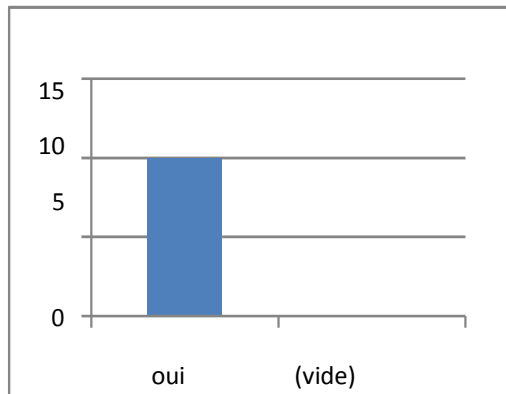
Commentaire

GE utilise tous les moyens de communications afin de s'assurer que l'information soit communiquée et partagée avec les services dont elle a besoins.

Chapitre (4) le rôle de système d'information dans l'amélioration de la qualité de l'entreprise GE

Question 08 :

Figure n°15: le système d'information aide à améliorer la qualité des produits



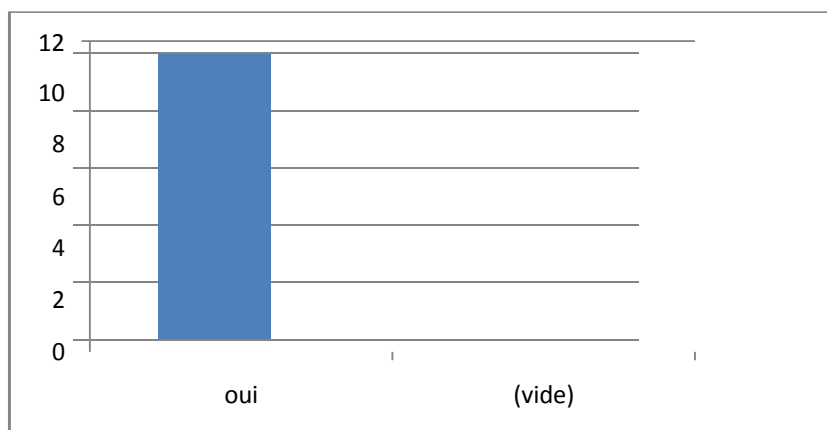
Source : Donnée de l'enquête présentée par logiciel Excel

Commentaire

La totalité de l'échantillon suppose que le système d'information aide à améliorer la qualité des produits et services de l'entreprise, et contribue à l'amélioration continue de ces derniers.

Question 09 :

Figure n ° 16: l'entreprise s'engage-t-elle dans une démarche qualité ?



Source : Donnée de l'enquête présentée par logiciel Excel

Commentaire

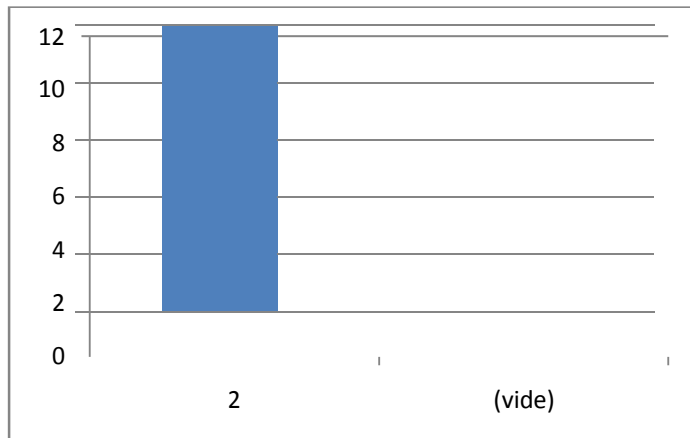
On remarque que l'échantillon interrogé, confirme que l'entreprise est engagée dans la

Chapitre (4) le rôle de système d'information dans l'amélioration de la qualité de l'entreprise GE

démarche de système de management de la qualité, ISO 9001 ce qui explique qu'elle a l'intention d'améliorer sans cesse ses produits pour s'adapter aux besoins de ses clients et faire face à la concurrence.

Question10 :

Figure n° 17 : Quelle version de norme iso utilisée ?



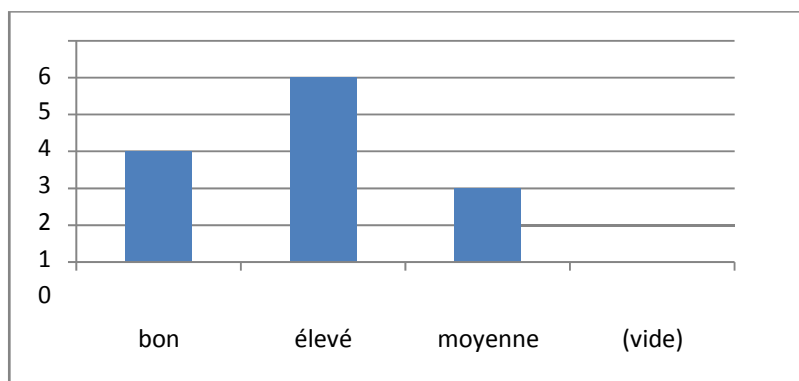
Source : Donnée de l'enquête présentée par logiciel Excel

Commentaire

L'entreprise est certifiée selon la norme iso 9001 version 2015 dans le souci d'être compétitive.

Question 11 :

Figure n°18: Que pensez-vous de la qualité de vos produits ?



Source : Donnée de l'enquête présentée par logiciel Excel

Chapitre (4) le rôle de système d'information dans l'amélioration de la qualité de l'entreprise GE

Commentaire

On constate que 50% des personnes enquêtées pense que leurs produits est de qualité élevé, alors qu'il y a 30% ayant mentionné que les produits est de bonne qualité, tandis que 20% des cadres voit que leurs produit est de qualité moyenne.

Question 12 :

Tableau n° 10 : grâce au système de management de la qualité l'accès à l'information est devenu facile ?

Étiquettes de lignes	Nombre de Q12
Non	20,00%
Oui	80,00%
(vide)	0,00%
Total général	100,00%

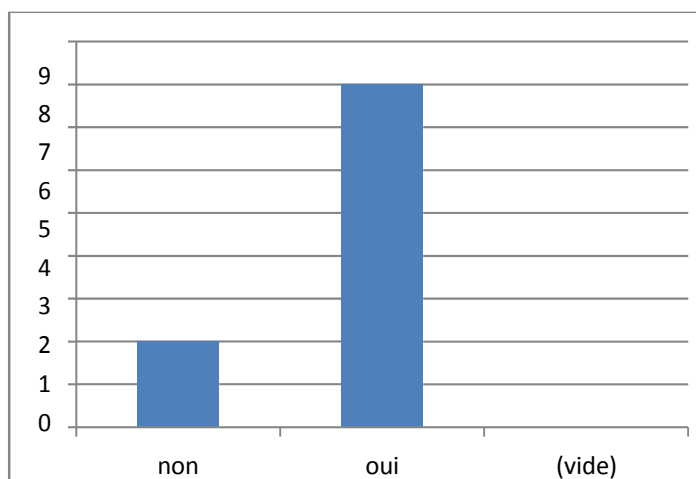
Source : Donnée de l'enquête présentée par logiciel Excel

Commentaire

Nous constatons que 80% ont répondu par oui, tandis que 20% ont répondu par non, du coup ces réponses montrent que le système de management de la qualité rend plus facile l'accès à l'information.

Question 13 :

Figure n° 19 : y-a-t-il une amélioration de l'information entre les services après la mise en place du système de management de la qualité ?



Source : Donnée de l'enquête présentée par logiciel Excel

Chapitre (4) le rôle de système d'information dans l'amélioration de la qualité de l'entreprise GE

Commentaire

On observe que 80% des personnes interrogées pensent que il y'a une amélioration de l'information entre les services, alors que 20% ont répondu par non.

Question 14 :

Tableau n°11 : quelle est le délai de traitement de la réclamation ?

Étiquettes de lignes	Nombre de Q14
Pendant 24 H	30,00%
pendant de 48 H	20,00%
Pendant de 72 H	10,00%
Plus de 72 H	40,00%
(vide)	0,00%
Total général	100,00%

Source : Donnée de l'enquête présentée par logiciel Excel

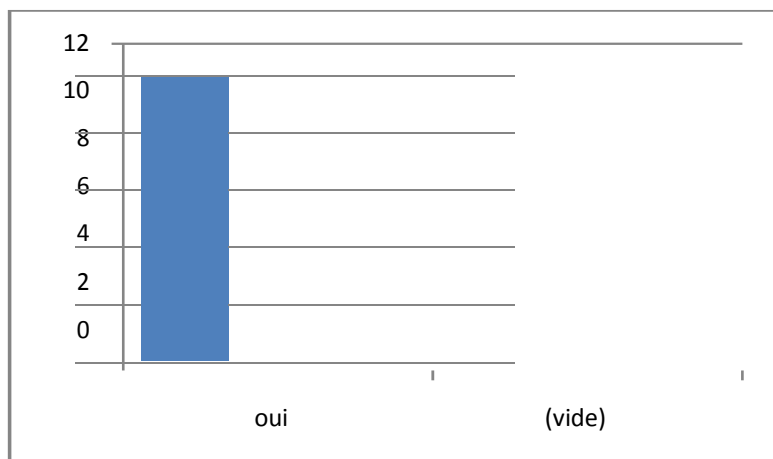
Commentaire

On observe que :

- 40% des réclamations sont traitées pendant plus de 72h
- 20% dans un délai de traitement pendant 48h.
- 30% pendant 24h,
- Et seulement 10% des réclamations sont traité pendant 72h.

Question 15 :

Figure n° 20 :l'information est-elle important pour l'efficacité de l'entreprise



Chapitre (4) le rôle de système d'information dans l'amélioration de la qualité de l'entreprise GE

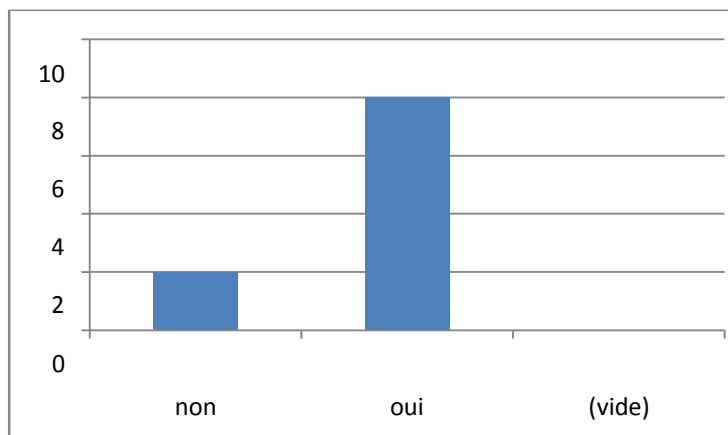
Source : Donnée de l'enquête présentée par logiciel Excel

Commentaire

On remarque que la totalité des personnes interrogées ont répondu par oui, ce qui montre que le système d'information est un élément important pour l'efficacité de l'entreprise

Question 16 :

Figure n° 21 : les objectifs en matière de qualité sont-ils atteints ?



Source : Donnée de l'enquête présentée par logiciel Excel

Commentaire

D'après ce diagramme la majorité des interrogées ont répondu par oui, et jute 20% répondant par non, ce qui confirme que les objectifs de l'entreprise sont atteint, ce qui explique que l'entreprise adopte une démarche qualité qui favorise l'amélioration continue de ses produitset services.

- **Analyse et interprétation des résultats:**

A travers notre enquête que nous avons menée au sein de l'entreprise général emballage nous remarquons que :

- Elle dispose d'un processus écoute client puisque le client représente la raison de son existence. Cette procédure permet d'écouter le client et collecter les informations, afin d'identifie, de comprendre et d'orienter leurs clients et aller au-delà de leurs attentes qui limite le risque des écarts de qualité.
- En ce qui concerne la communication avec ses clients elle utilise tous les

Chapitre (4) le rôle de système d'information dans l'amélioration de la qualité de l'entreprise GE

moyens dont elle dispose (téléphone, email, ...) pour s'assurer que l'information soit communiquée et diffusée pour la prise de décision et piloter la stratégie de l'entreprise vers les objectifs de qualité. Ainsi de contribuer à améliorer la qualité des produits et des services tout en s'adaptant aux besoins de leurs clients.

- Le système d'information de GE est composé de l'ensemble de logiciel, de matériel (les machines de production) de compétences de savoir-faire qui veille à la collecte, traitement de l'information qui provienne de l'environnement interne entre les différents services et l'environnement externe auprès des clients.
- Accompagne le client de la phase de l'expression du besoin jusqu'à la fabrication du produit conforme à ses exigences.
- Il Assure l'amélioration continue de la qualité des produits et des services et renforce la relation avec ses clients.
- Il analyse les données et les informations qui alimentent la prise de décision, afin de réduire l'incertitude et la perturbation de l'environnement de l'entreprise
- La communication interne est devenue plus facile grâce au système documentaire qui est partagé avec les différents services concernés.
- L'information dans GE est une évidence elle donne la valeur ajoutée à son fonctionnement. Elle est importante aux choix rationnels d'objectifs visés, aux décisions qui engagent son avenir. Elle contribue à améliorer la qualité de ses produits et effectivement aux développements de l'entreprise dans son ensemble.

Conclusion générale

Conclusion générale

Le rôle du système d'information dans l'amélioration de la qualité de l'entreprise, joue un rôle capital dans le succès du système de management de la qualité de l'entreprise. En effet, les systèmes d'information à juste titre fournissent l'information dont l'entreprise a besoin pour une exploitation efficiente, une gestion efficace, et pour obtenir ou maintenir son avantage sur les concurrents, ainsi une bonne maîtrise du système d'information et son adaptation aux objectifs stratégiques de l'entreprise aide à coup sûr les entreprises à prospérer dans une économie.

Concernant la première hypothèse liée au système d'information est d'une grande importance pour atteindre les objectifs de l'entreprise, il s'agit d'une hypothèse validée car le système d'information dans l'entreprise intègre tous les moyens humains, matériels et logiciels qui interagissent les uns avec les autres, pour réaliser ses buts. C'est ce qui l'a rendu si important au travail qu'aucune entreprise ne peut être imaginée sans lui.

La seconde hypothèse liée à l'existence d'une relation entre l'utilisation du système d'information et le système de management de la qualité est une hypothèse confirmée, à travers ce que le système de management de la qualité considère comme un système d'information, tous deux étant des systèmes.

- Le système d'information collecte, traite, enregistre et diffuse des informations au sein de l'entreprise pour faciliter la prise de décision et finalement atteindre un client satisfait.
- Un système de management de la qualité combine le traitement des exigences des clients et le respect de certains principes de normes pour finalement atteindre la satisfaction du client.

Quant à la troisième hypothèse liée à la nécessité d'écouter les clients pour avoir une bonne image de la qualité de l'entreprise, c'est une hypothèse que l'écoute des clients est le premier principe dans les principes de gestion de la qualité, elle est donc très importante et c'est la clé de l'image de qualité de l'entreprise.

La qualité est une tendance dans le domaine du système d'information, elle travaille à améliorer la qualité de ces services de la meilleure façon pour répondre aux exigences des clients et les satisfaire afin de créer un avantage. L'entreprise Générale Emballage s'efforce de réaliser le système de management de la qualité, et cela se voit à travers les normes

Conclusion générale

particulières qu'il suit, mais il n'a pas encore atteint le niveau requis, car il souffre de certains obstacles qui doivent être corrigés et des solutions appropriées.

Le client potentiel de l'entreprise a des attentes et des besoins et c'est grâce à son système d'information que l'entreprise permet d'identifier les processus d'écouter afin d'assurer que ses besoin sont transformés en qualité voulu.

Bibliographie

1. Alain cappy traitement neuro-inspiré de l'information, édition ltd, London,2020.
2. AFNOR édition, « le guide de la normalisation », première approche, 2011.
3. Christian volant, « management de l'information dans l'entreprise vers l'approche systémique », édition paris, 2002.
4. Christian Ernst, « Les systèmes experts de gestion », Ed : Eyrolles paris 1988.
1. CANARD Frédéric, « management de la qualité », l'extenso éd, paris.2009.
2. Christian volant, « management de l'information dans l'entreprise vers l'approche systémique », édition paris, 2002.
3. Christian Ernst, « Les systèmes experts de gestion », Ed : Eyrolles paris 1988.
4. De Rosnay,« le microscope vers une vision globale », éd, seuil, paris, 1975.
5. Daniel Ray, « mesurer et développer la satisfaction client », op. cit.
6. Diemer Arnaud, « économie d'entreprise » Québec, Canada, février 2005.
7. Éric Brunelle,(l'élaboration d'un système de management intégré : qualité et environnement) par Essai présenté au université de sherbrooke , Québec, Canada, février 2005,
8. .Forrester,j, «principe des systèmes »,presses universitaires de Lyon.
9. Frédéric canard « management de la qualité », gaulira éditeur, l'extenso édition. Paris, 2009.
10. GUY Laudoyer, « la certification ISO 9000 un moteur pour la qualité », troisième édition, 2000.
11. .Gilbert bron, et al, « l'entreprise horticole ;approche globale et environnementale », educagri édition ;2^{ème} édition ,2004.
12. Georges Leuret, « approche systémique et production de savoir », édition l'harmattan, cité, 1993,
13. Kotler et Dubois, « marketing management », 11eme édition, paris, 2003, p 40
14. Hugues angot, « système d'information de l'entreprise ; des flux d'information, au système de gestionautomatisé », Bruxelles 5ème Edition de Boeck, 2008.
15. ISO CH-1214, « choisir et appliquer les normes de la famille ISO 9000 », vernier,

Genève suisse. ISO, 2016.

16. Jacque Sornet, Nathalie le gallo, hangoat, « système d'information de gestion », édition dunod, paris,2016.
17. Jean-Michel, « la satisfaction qualité dans les services, outil de performance et d'orientation client », édition AFNOR, Paris, 2001.
18. Jean-Marie GOGUE « management de la qualité », 4^{émé} édition. ECONOMICA, Paris, 2005.
19. j-L charmant S.sépari, organisation et gestion de l'entreprise, éditions dunod paris, 2001.
20. Michelle Gillet, Patrick gul, « Système d'information des ressources humains », édition dunod, paris 2010.
21. Mevel O, Abrugll, « management de l'information dans l'organisation »,vol1, n°1, janvier-juin, 2009.
22. Le Moigne j, « Modélisation des systèmes complexe » A. systéma édition dunod, paris,1990.
23. M.bigand, J-P.bourey, H.camus, D.corbeel, « conception des systèmes d'information, modélisation desdonnées », étude de cas, édition technip, paris 2006.
24. Norme ISO 9000, « systèmes de management de la qualité- principes essentiels et vocabulaire », 2^{émé} édition ,2000 /12/15 ,
25. Pierre-Emmanuel arduin, et al, « système d'information et de la connaissance », édition Lts, london, 2015.
26. Pierre veronneau, « technologie de l'information avancée pour expert comptables », canada, 2004.
27. REY Alain (1995) information. Dictionnaire historique de la longue française. dictionnaire le robert. Paris, 1995.
28. René colas « comment, par l'écoute ; améliorer la compétitivité de votre entreprise », société des écrivains, paris, 2013.
29. Suzanne Ricard jean Talbot, « le développement de système d'information, une méthode intégré à latransformation,3 éme édition,édition presses de l'université Québec, 2004.
30. Yvon Mougín « manager durablement dans l'efficacité » Afnor, 2004.

Thèses :

1. Laila zemmouchi-ghomari, « l'introduction des systèmes d'information au monde de système d'information », ouvrage pédagogique.
2. OUYAHIA siham, RAMIDANI yasmina, « l'impact du système de management de la qualité sur la satisfaction de la clientèle cas de Danone Djurdjura algérie », mémoire de fin de cycle de master en management des organisations, université de Bejaia, juin 2015.
3. LAIB Ludia, MAOUCHE Hafodha, « La satisfaction des clients, cas de NAFTAL district DPL Bejaia », mémoire de fin de cycle de master en management des organisations, université de Bejaia, 2017.

Sites web :

1. Extraire de la norme ISO 9001:2015, diffuser par AFNOR, 15 octobre 2015.
2. <http://www.Qualitéenline.com>
3. <http://www.qualitéperformance.org>.
4. <http://www.iso.org>.

Les annexes

Annexe 01 : Fiche client

Fiche client

Numéro	
Code comptable	
Nom du client ou raison sociale	
Forme juridique	
Prénom	
Adresse mail	
Adresse de déchargement	
N° tel fixe	
N° tel mobile	
Adresse mail	
Date et lieu de naissance	
Numéro de la pièce d'identité	
R.C.N°	
Numéro d'identification fiscale	
Numéro d'article	
Date début d'activité	

CADRE RESERVE A GENERAL EMBALLAGE

Client affecté au portefeuille de l'argent commercial N°	
secteur d'activité	
Mode de paiement accordé	

N.B : le signataire doit mettre le cachet et la griffe

Le

Visa

Annexe 02 : Demande de développement

DEMANDE DE DEVELOPEMENT

CADRE RESERVE Commercial :

Tracé Echantillon Maquette Etude Reproduction modèle
Modification

Raison social client:

Secteur d'activité: E-mail :

Adresse:

Téléphone – FAX:

Désignation du produit:

Produit: Caisse Barquettes Collée Plaque Intercalaire Agrafe
Aplat

Dimension : Intérieure : Extérieure :

Exigence RCV: Gerbage: Point brute caisse: Nbre de couche:

Humidité: Faible Importante

Chambre froides: Oui Non

Remplissage: Automatique Manuel

Fermeture: Automatique Manuel

Nombre de couleurs: Quantité: Fréquence de commun

Composition:

Cannelure:

Modèle – pièce jointe :

Observation :

Le commercial (Date et visa) :

CADRE RESERVE Technique

Faisabilité:

Oui

Non

Si Non (Motif de la non faisabilité):

.....

Confirmation du développement:

Composition:

Cannelure:

Dimension:

A remplir en cas de modification des données initiales transmises par le commercial, ou en cas de non définition préalable de ses données, remettre au commercial.

Observation :

Le technique (Date et visa) :

Annexe 03: Questionnaire

Université Abderrahmane mira

Faculté des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion

Département : science de gestion

Option : Management

Mesdames et messieurs,

Dans le cadre de l'élaboration de notre travail de recherche, qui porte sur la thématique de **Le rôle de système d'information dans la qualité de l'entreprise**, dans l'intention de l'obtention d'un diplôme de master en management.

Nous avons élaboré ce modeste questionnaire comme un instrument d'analyse au niveau de l'entreprise (**Générale Emballage**), nous vous prions de bien vouloir répondre à ce questionnaire qui sera exploité dans un contexte purement académique.

Merci pour votre coopération.

1. Poste occupé :

.....

2. Expérience au sein de l'entreprise :

.....

3. Avez-vous un processus d'écoute client ?

Oui

Non

4. Quels sont vos moyens de communication avec vos clients ?

Contact direct

Téléphone

E-mail

Autre

5. L'entreprise dispose-t-elle d'un système d'information ?

Oui

Non

6. Est-ce que concrètement votre système d'information est un moyen d'atteindre vos objectifs ?

Oui

Non

Si oui, commenter ?

7. Comment échangez-vous les informations entre les différents services de l'entreprise ?

Réunion	<input type="checkbox"/>	Tableau d'affichage des informations	<input type="checkbox"/>
Contact directe	<input type="checkbox"/>	Téléphone	<input type="checkbox"/>
E-mail	<input type="checkbox"/>	Autres	<input type="checkbox"/>

8. trouvez-vous que le système d'information vous aide à améliorer la qualité de vos produits ?

Oui Non

Si oui, commenter ?

9. Votre entreprise est-elle engagée dans la démarche de management de la qualité ?

Oui Non

Si oui, préciser :

Système de management de la qualité ISO 9001

La démarche qualité sans certification

10. Quelle version de la norme ISO 9001 que vous utilisez ?

Version 2000 Version 2008

Version 2015 Version 2018

11. Que pensez-vous de la qualité de vos produits ?

Elevé Faible

Moyenne Bon

12. Grâce au système de management de la qualité l'accès à l'information est devenu plus facile ?

Oui Non

Si oui, commenter ?

13. Y-a-t-il une amélioration de l'information entre les services après la mise en place du SMQ ?

Oui Non

Si oui, indiquez- vous parmi ces services, ceux qui sont plus touchés par cette amélioration :

Services informatique	<input type="checkbox"/>	Service commerciale	<input type="checkbox"/>
Services technique	<input type="checkbox"/>	Service production	<input type="checkbox"/>
Service logistique	<input type="checkbox"/>	Autres	<input type="checkbox"/>

14. Le délai de traitement de la réclamation, se fait :

Pendant de 24	<input type="checkbox"/>	Pendant de 48 H	<input type="checkbox"/>
Pendant de 72 H	<input type="checkbox"/>	Plus de 72 H	<input type="checkbox"/>

15. Trouvez- vous que l'information est importante dans l'efficacité de votre entreprise ?

Oui	<input type="checkbox"/>	Non	<input type="checkbox"/>
-----	--------------------------	-----	--------------------------

16. Les objectifs en matière de qualité sont t'il atteint ?

Oui	<input type="checkbox"/>	Non	<input type="checkbox"/>
-----	--------------------------	-----	--------------------------

Table des matières

Introduction générale.....	1
Première partie	3
Introduction	3
Chapitre(1) L’information et le système d’information dans l’entreprise	4
Section 1 : L’information dans l’entreprise	4
1. Définitions	4
2. Source d’information.....	5
3. Types d’information	5
4. Les caractéristiques de l’information.....	6
5. La valeur de l’information	8
6. Traitement de l’information.....	8
Section 2 : Système d’information dans l’entreprise	9
1. Typologies d’un système	10
2. L’entreprise en tant que système	11
3. Typologies d’un système d’information	11
4. Le rôle et les fonctions de système d’information dans l’entreprise	14
5. les fonctions de système d’information dans l’entreprise	15
6. La circulation de l’information dans l’entreprise	16
Conclusion	17
Chapitre II.....	18
Chapitre (02) la qualité et le système de management de la qualité.....	18
Séction1 : la qualité et les concepts fondamentaux.....	18
1. Définitions de la qualité.....	18
2. Bref historique de la qualité et ses différentes évolutions	19
3. La normalisation et la certification	23
Section 2 : Système de management de la qualité (SMQ) dans l’entreprise	25
1. Définition de système management de la qualité.....	25
2. Les principes de système de management de la qualité (selon ISO 9000 : 2000)	26
3. Les principales exigences du système de management de la qualité (ISO 9001)	31
4. La mise en place de système de management de la qualité.....	35
Section3 : l’interaction entre le système d’information et la qualité d’entreprise	36
1. Définitions de l’écoute client.....	36
2. Les phases de l’écoute client	38
3. Une typologie des dispositifs d’écoute client.....	38
4. Définition de satisfaction client	39
5. Caractéristique de la satisfaction	40
6. L’enquête de satisfaction client	40
7. La qualité source de satisfaction client	42
Conclusion	45
Partie pratique	46

Introduction.....	46
Chapitre III.....	47
Chapitre (03) Présentation de l'organisme d'accueil de l'entreprise	47
Section1 : Présentation de l'entreprise d'accueil «Général Emballage»	47
1. La prise de connaissance de l'entreprise SPA «Général Emballage».....	47
2. La situation géographique et la forme juridique de l'entreprise	47
3. Historique de l'entreprise «Général Emballage»	48
4. Organigramme de Général Emballage	50
Section 02 : l'environnement l'entreprise général emballage	53
1. L'environnement interne	53
2. L'environnement externe.....	59
3. Les valeurs de l'entreprise	60
Conclusion	61
Chapitre IV.....	62
Chapitre (04) Le rôle de système d'information dans la qualité de l'entreprise GE	62
Section 01 : la mise en place et le rôle du système d'information dans GE.....	62
1. La présentation de service commerciale	62
2. Les objectifs et les missions du service commercial:	63
3. La structure et les tâches effectuées par le personnel service commercial :	64
4. La procédure commerciale	69
5. La description des activités.....	72
Section 02 : Le système management qualité de Générale Emballage	76
1. Le système intégré de GE :.....	76
2. Les objectifs et les indicateurs qualités de GE :	79
3. L'évaluation de satisfaction clients de Général Emballage :	79
Section 3 : Méthodologie et interprétation des résultats	81
1. La description de la démarche méthodologique de l'enquête	81
2. Analyse des résultats du questionnaire	82
Conclusion générale	92
Bibliographie.....	95

Résumé

Le système d'information est l'un des sous-systèmes les plus importants pour chaque entreprise, et compte tenu de son importance, cette étude permet de savoir dans quelle mesure le système d'information contribue à l'écoute client dans le cadre des exigences de management de la qualité. Nous avons conclu qu'il existe une relation entre le système d'information et l'écoute client au niveau de l'entreprise générale d'emballage, car les moyens matériels, humains et logiciels contribuent à l'amélioration de la qualité.

Mots clés : Système d'information, Sous système, les exigences de management de la qualité, La qualité.

Abstract

The information system is one of the most important subsystems for each company, and given its importance, this study makes it possible to know to what extent the information system contributes to listening to customers within the framework of quality management requirements. We concluded that there is a relationship between the information system and listening to the customer at the level of the general packaging company. Because the material, human, and software resources contribute to improving quality.

Key-words: Information system, Subsystems, Quality management requirements, Quality.