

UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA BEJAIA



Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion

Département des Sciences Commerciales

MEMOIRE

En vue de l'obtention du diplôme de

MASTER EN SCIENCES COMMERCIALES

Option : Logistique Distribution

L'INTITULE DU MEMOIRE

**Etude de la fonction logistique et distribution dans le secteur
agroalimentaire. Cas CEVITAL**

Préparé par :

MEDJAT MOHAMED AMINE

KHALFI TAREK

Dirigé par :

Mr. MERIDJA AZEDDINE

Jury :

Examineur : Mme. ZIADI ZAKIA

Présidente : Mme. KHEBBACHE NAWAL

Année universitaire : 2024/2025

Remerciement

Dieu merci pour la santé, le courage et la volonté qui nous a accompagnés durant le cursus universitaire afin de réaliser ce modeste travail.

Nous adressons nos vifs remerciements avec une profonde reconnaissance et gratitude à notre encadreur Mr. MERIDJA AZEDDINE d'avoir accepté de diriger ce travail ; ses conseils, ses remarques si pertinentes, et l'extrême richesse de son enseignement nous ont guidés dans l'élaboration de cette contribution.

Nous tenons à exprimer nos sincères remerciements à nos deux maîtres de stage au sein de l'entreprise CEVITAL, CHIKHI MOHAMED et KERNANE SAMY pour leur encadrement précieux, leur disponibilité et leurs conseils tout au long de notre stage. leur accompagnement a grandement contribué à l'enrichissement de notre expérience professionnelle.

Nous remercions également l'ensemble de l'équipe de CEVITAL pour leur accueil chaleureux, leur coopération et leur esprit d'équipe, qui ont facilité notre intégration et nous ont permis d'évoluer dans un cadre stimulant et enrichissant.

Nous remercions également tous les enseignants qui nous ont accompagnés lors de notre formation, ainsi que nos camarades du master « Logistique et Distribution ».

Enfin, que tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à l'élaboration de ce travail, trouvent ici l'expression de ma gratitude.

Dédicace

KHALFI TAREK

À mes chers parents, en témoignage de ma gratitude, si grande qu'elle puisse être, pour tous les sacrifices qu'ils ont consentis pour mon bien être et le soutien qu'ils m'ont prodigué tout le long de mon éducation. Que dieu, le tout puissant, les préserve et les procure santé et longue vie.

À mes frères et ma sœur, Pour leur encouragement et leur bonté qu'ils m'ont accordé, j'exprime ma profonde reconnaissance et mon grand respect.

À tous mes amis Qu'ils trouvent en ce travail, l'hommage de ma gratitude, qu'aucun mot ne saurait l'exprimer, pour leur attachement durant ces longues années.

À toute ma famille, mes amis et tous ceux que j'aime. Je dédie ce travail, expression de mon grand amour avec tous mes vœux de bonheur et de prospérité.

MEDJAT MOHAMED AMINE

À la mémoire de mon père, parti trop tôt, mais toujours vivant dans mon cœur, ton absence me pèse chaque jour, mais ta force, ton amour et tes valeurs continuent de me guider. Ce mémoire, fruit d'efforts et de persévérance, t'est dédié. Puisse-t-il être un humble hommage à tout ce que tu as été pour moi.

Repose en paix, Papa.

À ma chère mère, toi qui as toujours été mon premier soutien, mon refuge dans les moments de doute, et ma source inépuisable d'amour et de courage.

Ce mémoire est le fruit de ton éducation, de tes sacrifices et de ta confiance en moi. Je te le dédie avec toute ma gratitude et mon amour.

À mes chères sœurs et à mon cher frère, Merci pour votre amour constant, votre présence rassurante et votre soutien dans les moments difficiles comme dans les plus beaux. Votre confiance en moi a été une force précieuse qui m'a aidé à avancer avec courage et détermination.

Ce mémoire vous est dédié, en signe de mon affection profonde et de ma reconnaissance sincère.

À mes amis, à tous ceux qui ont été présents tout au long de ce parcours, merci pour votre soutien, votre bienveillance et vos encouragements.

Plus particulièrement à Massiouane et Hicham, vos paroles, vos sourires et votre amitié sincère ont été pour moi une source de motivation et de réconfort.

Ce mémoire vous est dédié, en témoignage de ma profonde gratitude.

Sommaire

Liste des figures

Liste des abréviations

Introduction générale

Chapitre I : Concepts fondamentaux de la logistique

Introduction

Section 01 : l'histoire et la définition de la logistique

Section 02 : Distribution dans l'industrie agroalimentaire

Section 03 : Enjeux spécifiques de la logistique et de la distribution dans l'industrie agroalimentaire

Conclusion

Chapitre II : Généralité sur la distribution

Introduction

Section 01 : l'histoire et la définition de la distribution

Section 02 : Les circuits, canaux et réseaux de distribution

Section 03 : le rôle et l'importance de la distribution

Conclusion

Chapitre III : Etude de cas : la logistique et la distribution chez CEVITAL

Introduction

Section 1 : Présentation du Groupe Cevital

Section 2 : Analyse de guide d'entretien

Conclusion

Conclusion générale

Bibliographie

Table des matières

Liste des figures

Figure n°	Titre	Page
Figure 1	Les canaux de distribution selon leur longueur (court, long, ultra-court)	21
Figure 2	Canal de distribution court	21
Figure 3	Canal de distribution ultra-court	22
Figure 4	Canal de distribution long	22
Figure 5	Organigramme du groupe CEVITAL	28

Liste des abréviations

Abréviation	Signification
BTB	Business To Business (Commerce interentreprises)
BTC	Business To Consumer (Commerce vers le consommateur final)
CLR	Centre de Logistique Régional
ERP	Enterprise Resource Planning (Progiciel de gestion intégré)
FSSC 22000	Food Safety System Certification 22000 (Système de certification de la sécurité des denrées alimentaires)
GMS	Grandes et Moyennes Surfaces
IA	Intelligence Artificielle
ISO	International Organization for Standardization
SCM	Supply Chain Management (Gestion de la chaîne logistique)
CO2	Dioxyde de carbone
EDI	Échange de Données Informatisé
PDP	Plan Directeur de Production
SI	Système d'Information
QR code	Quick Response Code
N/A	Non Applicable (ou Non Disponible)

Introduction générale

Introduction générale

En un demi-siècle, le concept de logistique a considérablement évolué. Limitée dans un premier temps à une recherche d'optimisations des stocks et de leurs mouvements (années 1970-80), la logistique, sous l'influence des contraintes marketing, a vu sa mission s'élargir à la coordination des différentes fonctions participant à la circulation des flux au sein de l'entreprise (années 1980-90). A compter des années 1990, elle est reconnue comme un véritable levier concurrentiel, permettant de piloter les flux trans-fonctionnels et trans-organisationnels physiques, d'informations et financiers, dans les meilleures conditions de coût et de qualité de service.

De nos jours, la logistique est devenue une fonction essentielle de l'activité économique et constitue une nouvelle forme de l'activité industrielle et de services. Elle est un élément de distinction par le service (respect des délais, conformité des commandes, capacité à gérer les retours clients et le service après-vente...) et offre une gamme d'activités de plus en plus large. Elle est indissociable des systèmes de production et de consommation car elle est très imbriquée avec toutes les fonctions de l'entreprise (fonctions commerciales, achats, recherche et développement, marketing ...). Cette dernière ne se limite pas seulement à l'organisation des transports, des matières premières et des marchandises, mais elle regroupe l'ensemble des techniques de contrôle de gestion des flux de matières premières et des produits depuis leurs sources d'approvisionnement jusqu'au point de consommation.¹

Le portrait du secteur de la distribution alimentaire s'est radicalement transformé au cours du dernier siècle et ce, à la grandeur de l'Amérique du Nord. En effet, il y a eu l'arrivée en force des supermarchés au milieu du XXe siècle et, au tournant des années 2000, le développement d'une offre alimentaire chez les détaillants non spécialisés (pharmacies et grandes surfaces de type Wal-Mart, Canadian Tire et Dollar) ainsi que la multiplication de magasins-entrepôts. Ces phénomènes ont fait en sorte que les chiffres d'affaires combinés des commerces appartenant à de grandes chaînes commerciales et aux magasins affiliés représentent aujourd'hui plus de 96 % des ventes alimentaires au détail¹. Parallèlement à cette situation, le rôle du producteur agricole s'est restreint à produire de la nourriture sur des surfaces cultivables de plus en plus grandes ; aujourd'hui, le plus souvent, il ne s'implique plus dans la mise en marché de ses produits. Le nombre de fermes est en forte diminution tandis que la taille moyenne de celles-ci est en constante augmentation. Plus encore, force est

¹ Gozé-Bardin, Isabelle. « Les défis de la logistique de distribution à l'horizon 2035 », *Management & Avenir*, vol. 24, no. 4, 2009, pp. 217-236.

de constater que le chemin menant de la fourche à la fourchette s'est prolongé année après année, multipliant les intermédiaires.

La distribution consiste à remplir les fonctions qui font passer le produit de son état de production à son état de consommation. La distribution est l'ensemble des activités réalisées par le fabricant avec ou sans le recours à d'autres institutions, à partir du moment où les produits sont finis et attendant d'être écouler jusqu'à où ils sont en possession du consommateur final et prêt à être consommés. Au lieu, au moment, sous les formes et dans les quantités correspondantes aux besoins des utilisateurs. Si pendant de nombreuses années la distribution et le choix des canaux, font l'objet des décisions qui occupent une place importante en marketing et constituent un élément fondamental du mix-marketing, car la distribution, permet au producteur et au consommateur, un certain nombre d'avantages et cela à travers les différentes fonctions qu'elle accomplit, que ce soit des fonctions commerciales ou logistiques.²

Dans un environnement économique en perpétuelle évolution, la performance logistique et la maîtrise de la distribution constituent des leviers stratégiques majeurs pour la compétitivité des entreprises, en particulier dans le secteur agroalimentaire où la qualité et la rapidité de livraison sont des éléments déterminants. En effet, la logistique et la distribution ne se limitent plus aujourd'hui à de simples opérations de transport ou de stockage ; elles s'intègrent désormais comme des fonctions stratégiques, capables de créer de la valeur ajoutée et d'améliorer la satisfaction client. Le secteur agroalimentaire, en raison de la spécificité de ses produits (périssabilité, exigences de conservation, réglementation stricte), impose des contraintes logistiques et distributives complexes. Une gestion efficace de ces fonctions devient alors primordiale pour garantir la disponibilité des produits dans les meilleures conditions et dans les délais impartis. C'est dans ce contexte que s'inscrit notre travail de recherche, qui vise à étudier les fonctions logistique et distribution au sein d'une entreprise du secteur agroalimentaire, en l'occurrence le groupe CEVITAL, un acteur majeur en Algérie.

Problématique de recherche Comment les fonctions de logistique et de distribution sont-elles organisées et optimisées au sein du groupe CEVITAL pour répondre aux exigences spécifiques du secteur agroalimentaire ?

Question de recherche Quelle est l'importance de la logistique et de la distribution dans la performance globale du groupe CEVITAL ? Quelles sont les pratiques et stratégies mises en œuvre pour surmonter les contraintes logistiques dans

² <https://ose.esg.ugam.ca/wp-content/uploads/sites/65/RapportMMAA2015.compressed.pdf>

l'agroalimentaire ? Comment la gestion logistique impacte-t-elle la qualité et la disponibilité des produits alimentaires chez CEVITAL?

Hypothèses de recherche

- Une logistique performante contribue significativement à l'amélioration de la compétitivité et de la satisfaction client dans le secteur agroalimentaire.
- Le groupe CIVITAL a mis en place des stratégies logistiques et distributives spécifiques permettant de répondre efficacement aux défis du secteur agroalimentaire.

Plan du mémoire Afin de répondre à notre problématique, nous avons structuré notre mémoire en trois chapitres : Le premier chapitre sera consacré aux concepts fondamentaux de la logistique, en présentant ses définitions, ses objectifs et ses principales fonctions. Le second chapitre traitera des généralités sur la distribution, en abordant les différents canaux, modes de distribution et les enjeux associés. Enfin, le troisième chapitre sera dédié à une étude de cas portant sur la fonction logistique et la distribution au sein du groupe CEVITAL, en mettant en lumière son organisation, ses pratiques et ses performances.

Les objectifs de recherche, La méthodologie de recherche. Objectifs de la recherche L'objectif principal de notre mémoire est d'analyser et de comprendre l'organisation et l'impact des fonctions logistique et distribution dans une entreprise agroalimentaire, en prenant pour étude de cas le groupe CIVITAL. De manière plus spécifique, nos objectifs sont : Identifier les rôles et l'importance de la logistique dans la performance des entreprises agroalimentaires. Analyser les méthodes et les stratégies de distribution adoptées dans le secteur. Étudier l'organisation logistique et distributive spécifique du groupe CIVITAL. Évaluer l'efficacité des pratiques mises en place et proposer des pistes d'amélioration. Méthodologie de recherche Afin d'atteindre ces objectifs, nous avons adopté une démarche méthodologique basée sur deux approches principales :

Approche théorique (documentaire) : dans un premier temps, nous avons effectué une revue de littérature portant sur les concepts de base de la logistique et de la distribution. Cette étape nous a permis de comprendre les fondements théoriques et d'établir un cadre conceptuel solide pour notre étude. Les sources utilisées comprennent des ouvrages spécialisés, des articles académiques, ainsi que des rapports professionnels relatifs au secteur agroalimentaire. Approche pratique (étude de cas) : dans un second temps, nous avons réalisé une étude de cas appliquée à l'entreprise CEVITAL. Cette étude s'est appuyée sur : La collecte de données

internes de l'entreprise (rapports d'activités, schémas logistiques, processus de distribution, etc.), Des entretiens avec des responsables logistiques et commerciaux de CEVITAL,

L'observation des pratiques opérationnelles sur le terrain (flux logistiques, gestion des entrepôts, circuits de distribution). Cette méthodologie combinée nous a permis de croiser les données théoriques et pratiques, afin de donner une analyse pertinente et complète de notre problématique.

Chapitre I

Concepts fondamentaux de la logistique

Introduction

L'industrie agroalimentaire est un secteur complexe et en constante évolution, où la logistique et la distribution jouent un rôle crucial.

La logistique et la distribution en commerce est un sujet clé pour les entreprises cherchant à atteindre leurs clients de manière efficace et rentable. Elles représentent l'ensemble des activités qui permettent de faire circuler les biens et les services depuis les producteurs jusqu'aux consommateurs finaux.

La logistique et la distribution jouent un rôle crucial dans la réussite de l'industrie agroalimentaire. Elles permettent de garantir la sécurité alimentaire, la qualité des produits et la satisfaction des clients. La logistique est l'ensemble des activités qui vise à planifier, organiser, piloter et contrôler les flux physiques et d'information d'un produit, depuis sa production jusqu'à sa consommation finale. La distribution est le dernier maillon de la chaîne d'approvisionnement et consiste à acheminer les produits finis vers les consommateurs.

Ce chapitre vise à fournir une compréhension approfondie des concepts clés de la logistique et de la distribution dans l'industrie agroalimentaire, ainsi que des défis et des enjeux spécifiques auxquels ce secteur est confronté.

Section 01 : l'historique et la définition de la logistique

La logistique est un maillon essentiel de la réussite d'une entreprise. Elle joue un rôle clé dans la performance opérationnelle, la satisfaction des clients et la compétitivité sur le marché.

Définitions et objectifs de la logistique**1.1.1 Historique de la logistique**

Le terme de « logistique » vient d'un mot grec Logistikos ou Logisteuo qui signifie l'art du raisonnement et du calcul, la logistique dans le contexte militaire, c'est tout ce qui est nécessaire (physiquement) pour permettre l'application sur le terrain des décisions stratégiques et tactiques (transports, stocks, fabrication, achats, manutention) (Pons, 1996).

La logistique d'entreprise est apparue après la fin de la Seconde Guerre mondiale, notamment avec la reconversion dans les entreprises des spécialistes militaires en logistique. A l'époque, la logistique concernait les activités opérationnelles de transport, de manutention et de stockage des matières et des produits.

Le concept de logistique a évolué depuis, avec les évolutions des marchés et des systèmes industriels, c'est pourquoi le terme de « logistique » recouvre aujourd'hui des interprétations très diverses selon les industriels auxquels on s'adresse.

Dans son acception la plus simple, la logistique reste synonyme de transport et de manutention. Dans son acception la plus large, la logistique est devenue une science interdisciplinaire combinant ingénierie, micro-économie et théories des organisations et dont le champ d'application couvre les achats, la planification, la production et la commercialisation.

Dans les faits, il s'avère que le regard porté sur la logistique dépend étroitement du contexte industriel dans lequel on se place, et plus spécifiquement des facteurs environnementaux de l'entreprise : type de relation avec les clients, rapport de force avec la concurrence, étendue des marchés, cadres réglementaires, etc.³

1.1.2 Définition de la logistique

La logistique est un processus de conception et de gestion de la chaîne d'approvisionnement dans le sens le plus large. Cette chaîne peut comprendre la fourniture de matières premières nécessaires à la fabrication, en passant par la gestion des matériaux sur le lieu de fabrication, la livraison aux entrepôts et aux centres de distribution, le tri, la manutention et la distribution finale au lieu de consommation.⁴

Selon différents économistes

- **Selon l'American Marketing Association** : « La logistique regroupe les différentes activités réalisées par une entreprise, y compris les activités de service, durant le transfert d'un produit du site de production jusqu'au site de consommation »⁵
- **Selon Yves Pimor**, ancien directeur de la stratégie et des études de la logistique à France Télécom : La logistique recouvre toujours des fonctions de transport, stockage, et manutention, et dans les entreprises de production, elle tend à étendre son domaine en amont vers l'achat et l'approvisionnement, en aval vers la gestion commerciale et la distribution. On cite souvent la définition d'origine militaire : "la logistique consiste à apporter ce qu'il faut, là où il faut et quand il faut".⁶

³ Ridha Derrouiche et Valérie Fernandes, *Revue Française de Gestion Industrielle* - Vol 21, N°3

⁴ La logistique tour d'horizon édition 2016, CEE/ONU et Forum international des transports (ex-CEMT)

⁵ Rémy le Moigne, *Supply Chain management*, Dunod, Paris, 2013, P.4

⁶ Yves Pimor, *logistique, production, distribution, soutien*, 4ème édition, Paris, 2005, P.3.

1.1.3 Objectifs de la logistique

La logistique est importante pour tous les acteurs de l'entreprise car elle influence son activité.

C'est dans la plupart des entreprises une fonction transversale qui concerne l'ensemble des services et permet de les lier le plus efficacement possible, afin que garantir :⁷

- Le bon objet (produits, matières).
- Dans la bonne quantité et la bonne qualité.
- En bonne condition.
- Au bon endroit.
- Au bon moment.
- Au bon prix.

Dans une entreprise, la fonction logistique se rattache traditionnellement à l'organisation des opérations de:

- Emission et/ou traitement des commandes relatives aux besoins en ressources logistique.
- Gestion des livraisons dont les activités d'emballage, manutention et transport.
- Gestion de ressources physiques (parc automobile, magasins, plates-formes d'éclatement...).
- Gestion des mouvements des personnes (plannings de rotation, plannings d'activités...).

Dans l'industrie, la fonction logistique regroupe toutes les activités précédentes, auxquelles s'ajoutent les opérations de :

- Gestion des données techniques de la production.
- Planification des besoins en composants.

Dans les administrations enfin, la fonction logistique regroupe généralement l'ensemble des activités de gestion des ressources physiques (bâtiments, engins divers de travaux et manutention, véhicules de transport...). A ces dernières, s'ajoutent les « services généraux » (petites maintenances, entretiens, sécurité...).

Des observations effectuées dans la plupart des organisations révèlent une séparation des activités liées à la logistique en trois groupes :

⁷ <https://www.lecoindesentrepreneurs.fr/logistique-entreprise>

- Les activités directement rattachées à la production interne des biens et des services (approvisionnement, fabrication distribution, retours).
- Les activités de gestion des moyens de transport des personnes ou des biens vers l'extérieur de l'entreprise (souvent séparées des précédentes car elles incluent en partie la gestion de la maintenance).
- Les activités indirectes ou activités de soutien (sans un lien direct avec la production, mais nécessaires pour le déploiement des opérations).

1.2 Principes de base de la gestion des flux

Pour rester compétitif sur le marché, il est essentiel de comprendre les meilleures pratiques en matière de gestion des flux logistiques et les tendances actuelles qui façonnent l'industrie.

1.2.1 Définition de la gestion des flux

La gestion des flux logistiques, ou simplement la gestion d'une chaîne logistique, consiste à organiser les flux de matières et d'informations au sein de chaque installation et entre les différentes composantes de la chaîne, fait référence à l'ensemble des activités pour la circulation efficace des matières premières, des produits finis et des informations tout au long de la chaîne d'approvisionnement ou de distribution.⁸

1.2.2 Gestion des flux logistiques (Approvisionnement, distribution et transport)

Elle concerne :

- Création des fichiers « tiers » et classification des prestataires logistiques suivant les critères et les besoins de l'entreprise .
- Développement des modèles de prévision des consommations ou des ventes des articles, préparation des commandes clients .
- Contribution à la mise en place des comptes d'exploitation analytiques des véhicules de transport ou de manutention .
- Etude des coûts d'exploitation des véhicules de transport commercial et établissement des tarifs, contribution au calcul prévisionnel des budgets d'exploitation des véhicules de transport.

⁸ <https://www.erplain.com/fr/blog/gestion-des-flux-logistiques>

- Etude et organisation logistique des réseaux de distribution des produits (choix des moyens de transport, des points de stockage, des prestataires. Mise sur pieds de plannings et des procédures) .
- Analyse de consommations / ventes et optimisation des stocks sur la chaîne de distribution des produits .
- Organisation des procédures de gestion interne de traitement des commandes d'approvisionnement et de distribution, gestion du transit et des dossiers import et export (mise en place de procédure de suivi, gestion des régimes douaniers, des termes de vente« incoterm», des contrats d'assurance et des contrats de transport).

1.3 Importance de la logistique dans l'industrie agroalimentaire

La logistique dans le secteur agroalimentaire n'est pas seulement la question de transport et de stockage, elle est au cœur de la performance globale de l'entreprise.

Une logistique efficace assure une livraison rapide et fiable, une réduction des coûts, est considérée comme un outil de compétitivité qui permet d'améliorer la satisfaction client.⁹

Ainsi que :

- Gérer les flux et les stocks qui vont ainsi permettre à la production de recevoir les matières premières liées à l'activité agroalimentaire. Ainsi que réguler les flux de marchandises dans et en dehors du site de production.
- Mettre en place et suivre des indicateurs de performances pour faire face aux dysfonctionnements.
- maîtrise de la gestion des déchets, ou en proposant la mutualisation d'entrepôts, ou encore en proposant des solutions de livraison.
- la Logistique pilote également des prestataires comme les transporteurs pour la prise en charge des marchandises.

Section 02 : Distribution dans l'industrie agroalimentaire

La distribution est la fonction qui permet de rendre l'offre d'une entreprise accessible sur le marché, c'est pour cette raison que le choix d'une politique de distribution et la mise en place d'un système de distribution sont des décisions stratégiques et essentielles.

⁹ <https://www.manageria.fr/la-supply-chain-et-la-logistique-dans-lagroalimentaire>

La gestion de la chaîne logistique de distribution permet de mettre en œuvre l'ensemble des éléments contribuant à la distribution des produits, le flux et les stocks, les retours, l'emballage, les équipements, les services de transport, de manutention, les systèmes d'informations.

2.1 Rôle et défis de la distribution dans le secteur agroalimentaire

La distribution occupe une place stratégique dans le secteur agroalimentaire, en assurant le lien essentiel entre les producteurs et les consommateurs. Elle ne se limite pas au simple transport des denrées ; elle englobe aussi la logistique, le stockage, la gestion de la chaîne du froid et le respect des normes sanitaires. Dans un contexte de mondialisation, d'évolution des habitudes de consommation et de pressions environnementales croissantes, la distribution agroalimentaire doit relever de nombreux défis.

2.2 Rôle de la distribution dans le secteur agroalimentaire

La distribution joue un rôle crucial dans le secteur agroalimentaire, assurant le lien entre les producteurs et les consommateurs. Elle s'occupe de l'ensemble des opérations nécessaires pour acheminer les produits alimentaires depuis leur lieu de production jusqu'au lieu de consommation finale.

Fonctions principales de la distribution :

A. Approvisionnement

- **Collecte et stockage des produits:** La distribution s'approvisionne en produits auprès des producteurs, les stocke dans des entrepôts et les achemine vers les points de vente.
- **Gestion des stocks:** La distribution gère les stocks de produits en fonction de la demande et des dates de péremption.

B. Logistique

- **Transport des produits:** La distribution achemine les produits vers les points de vente en utilisant différents moyens de transport (camions, trains, etc.).
- **Préparation des commandes:** La distribution prépare les commandes pour les clients, en fonction de leurs besoins.

C. Commercialisation

- **Mise en valeur des produits:** La distribution met en valeur les produits dans les points de vente (packaging, promotions, etc.).

- **Fixation des prix:** La distribution fixe les prix des produits en fonction de ses coûts et de la concurrence.

D. Service client

- **Accueil et conseil des clients:** La distribution accueille et conseille les clients dans les points de vente.
- **Gestion des réclamations:** La distribution gère les réclamations des clients en cas de problème avec un produit.

2.3 Enjeux de la distribution agroalimentaire

- **Lutte contre le gaspillage agroalimentaire:** La distribution a un rôle important à jouer dans la lutte contre le gaspillage agroalimentaire en optimisant ses stocks et en proposant des produits invendus à prix réduits.
- **Développement durable:** La distribution peut contribuer au développement durable en favorisant les produits locaux et biologiques, en réduisant son empreinte carbone et en s'engageant dans des démarches éco-responsables.
- **Satisfaction des consommateurs:** La distribution doit répondre aux attentes des consommateurs en proposant des produits de qualité, à des prix attractifs, dans des points de vente agréables et accessibles.

2.1.3 défis de la distribution dans le secteur agroalimentaire

Le secteur agroalimentaire est confronté à de nombreux défis en matière de distribution, dont voici quelques-uns :

A. Périssabilité des produits:

- Les produits agroalimentaires ont une durée de vie limitée, ce qui nécessite une gestion des stocks efficace et une rapidité de livraison.
- La chaîne du froid doit être respectée pour garantir la qualité et la sécurité des produits.

B. Variété des produits:

- Le secteur agroalimentaire propose une grande variété de produits, ce qui complexifie la gestion des stocks et la logistique.

- Les besoins des clients varient en fonction de leurs goûts, de leurs régimes alimentaires et de leurs budgets.

C. Fluctuations de la demande:

- La demande en produits agroalimentaires peut varier en fonction des saisons, des événements et des promotions.
- Les distributeurs doivent être capables de s'adapter rapidement à ces fluctuations pour éviter les ruptures de stock et les surplus.

D. Coûts élevés:

- Les coûts de transport, de stockage et de distribution des produits agroalimentaires sont élevés.
- Les distributeurs doivent trouver des moyens de réduire ces coûts pour rester compétitifs.

E. Réglementations strictes:

- Le secteur agroalimentaire est soumis à des réglementations strictes en matière de sécurité agroalimentaire et d'étiquetage.
- Les distributeurs doivent respecter ces réglementations pour éviter des sanctions.

F. Défis environnementaux:

- La distribution des produits agroalimentaires a un impact environnemental important.
- Les distributeurs doivent trouver des moyens de réduire leur impact environnemental en optimisant leurs itinéraires de livraison et en utilisant des emballages éco-responsables.

G. Nouvelles technologies:

- Les nouvelles technologies, telles que la block Chain et l'intelligence artificielle, peuvent aider les distributeurs à améliorer leur efficacité et leur performance.
- Il est important pour les distributeurs de rester à la pointe des nouvelles technologies pour rester compétitifs.

Section 03 : Enjeux spécifiques de la logistique et de la distribution dans l'industrie agroalimentaire

L'industrie agroalimentaire se caractérise par la nature périssable de ses produits, la nécessité de respecter des normes sanitaires strictes et la complexité croissante des chaînes

d'approvisionnement. Dans ce contexte, la logistique et la distribution jouent un rôle fondamental pour garantir la qualité, la sécurité et la disponibilité des denrées alimentaires.

3.1 Contraintes réglementaires et normatives

Les contraintes réglementaires et normatives dans l'industrie agroalimentaire peuvent varier selon les pays et les régions, mais voici quelques-unes des contraintes réglementaires et normatives courantes dans la logistique et la distribution :

- **Sécurité alimentaire** : les entreprises agroalimentaires sont souvent soumises à des réglementations strictes en matière de sécurité alimentaire pour garantir que les produits sont sûrs à la consommation. Cela inclut des normes de stockage, de transport et de manipulation des aliments.
- **Traçabilité** : les entreprises doivent être en mesure de retracer la provenance des produits tout au long de la chaîne d'approvisionnement. Des normes de traçabilité sont souvent en place pour assurer la qualité et la sécurité des produits.
- **Normes de qualité** : les produits agroalimentaires doivent souvent répondre à des normes de qualité spécifiques définies par les autorités réglementaires ou les organismes de normalisation. Cela peut inclure des normes de qualité pour les ingrédients, les processus de fabrication et les conditions de stockage.
- **Emballage** : les emballages utilisés pour les produits agroalimentaires doivent souvent respecter des réglementations spécifiques en matière de sécurité et d'hygiène. Cela peut inclure des exigences concernant les matériaux d'emballage, les étiquetages et les méthodes de scellage.
- **Transport et entreposage** : les entreprises agroalimentaires doivent se conformer à des réglementations spécifiques concernant le transport et l'entreposage des produits alimentaires. Cela peut inclure des normes de température pour le transport réfrigéré, des exigences en matière d'hygiène pour les entrepôts et des réglementations sur le transport des produits périssables.
- **Certifications** : de nombreuses entreprises agroalimentaires cherchent à obtenir des certifications de qualité ou de conformité, telles que les normes ISO, les certifications biologiques ou les labels de commerce équitable. Ces certifications peuvent être exigées par les clients ou les réglementations gouvernementales.
- **Réglementations douanières** : pour les entreprises impliquées dans le commerce international, les réglementations douanières peuvent imposer des contraintes supplémentaires en matière de logistique et de distribution. Cela peut inclure des

exigences en matière de documentation, de déclaration en douane et de conformité aux normes internationales.¹⁰

3.2 La gestion des stocks et de la chaîne du froid

- **Gestion des Stocks :** la gestion des stocks dans l'agroalimentaire est essentielle pour assurer la disponibilité des produits tout en évitant les ruptures. Des techniques de gestion des stocks appropriées, telles que la prévision et le suivi précis de la demande, sont mises en place pour optimiser la logistique alimentaire.

La gestion des stocks dans l'agroalimentaire implique :

- Suivi précis des quantités de produits stockés.
- Rotation des stocks pour éviter la détérioration des produits.
- Contrôle des dates de péremption.
- Optimisation des niveaux de stock pour minimiser les coûts tout en répondant à la demande.
- **Chaîne du Froid :** la chaîne du froid, également appelée "chaîne frigorifique", consiste à maintenir des produits alimentaires à une température constante tout au long de la chaîne d'approvisionnement, y compris la production, le stockage, le transport et la distribution. Cela garantit la qualité et la sécurité des produits périssables en évitant la détérioration, la croissance bactérienne et les maladies d'origine alimentaire.

Enjeux et avantages de la chaîne du froid :

- **Réduction des pertes alimentaires :** une chaîne du froid fiable contribue à réduire les pertes de produits périssables, qui peuvent atteindre jusqu'à 25–30 % pour les produits d'origine animale et 40–50 % pour les racines, les tubercules et les fruits et légumes .
- **Conformité aux exigences de qualité et de sécurité du marché :** maintenir la température adéquate assure la qualité des produits.
- **Élargissement des marchés :** une chaîne du froid efficace favorise le développement de la production et l'accès à de nouveaux marchés .¹¹
- **Vision régionale :** Une approche régionale ou sous régionale du développement de la chaîne du froid est recommandée pour une économie d'échelle.

¹⁰ <https://www.logipolesm.org.ma/2021/08/18/logistique-de-distribution-enjeux-et-contraintes/>

¹¹ <https://www.bksystemes.fr/blog/stockage-frigorifique-236>

- **Organisations professionnelles :** les gouvernements et le secteur privé doivent encourager la création d'organisations professionnelles liées à la chaîne du froid.¹²

3.3 Sécurité alimentaire et traçabilité des produits

La traçabilité est un principe logistique que l'actualité et les médias ont mis ces dernières années sur le devant de la scène. Les parties prenantes de nombreuses supply chains, notamment de l'agroalimentaire, considèrent qu'il est désormais indispensable d'assurer une traçabilité totale des flux, seule jugée apte à garantir l'origine des produits et à attester de la qualité des processus industriels et logistiques. Mais qu'est-ce qu'un système de traçabilité ?

À quelles conditions est-il possible d'assurer la traçabilité totale d'une supply chain ?

Telles sont les questions auxquelles cet article apporte quelques éléments de réponse. Dans une¹³ première partie, nous définissons la traçabilité, présentons un idéaltype de traçabilité totale, puis précisons les enjeux qui y sont associés. Enfin nous proposons une démarche de diagnostic de la traçabilité totale d'une supply chain. Dans une seconde partie, nous confrontons notre idéal type de traçabilité totale et notre démarche de diagnostic à la réalité pratique d'une supply chain : la supply chain du fromage préemballé distribué en grandes et moyennes surfaces (GMS). Après avoir présenté et modélisé cette supply chain, nous exposons les principaux résultats du diagnostic de la traçabilité totale de cette chaîne. Précisons que ce diagnostic a été réalisé au cours de l'année 2000 dans le cadre d'une recherche-action avec une entreprise partie prenante de cette supply chain. En conclusion, nous résumons ce qui nous semble être les facteurs clés de la mise en place d'un projet de traçabilité totale.¹⁴

Conclusion

Le premier chapitre de ce mémoire a permis d'établir les fondements théoriques nécessaires à la compréhension du rôle crucial de la logistique et de la distribution dans l'industrie agroalimentaire. Nous avons défini la logistique comme un ensemble d'activités visant à gérer efficacement les flux physiques et informationnels tout au long de la chaîne d'approvisionnement, tandis que la distribution représente le lien final entre le producteur et le consommateur.

¹² <https://safetyculture.com/fr/themes/chaine-du-froid-alimentaire/>

¹⁴ Nathalie Fabbe-Costes, Christelle Lemaire. La traçabilité totale d'une supply chain : principes, obstacles et perspectives de mise en œuvre. Revue française de gestion industrielle, 2001, Vol.20 (N°3), pp.23-52.

Les spécificités du secteur agroalimentaire, notamment la périssabilité des produits, les exigences en matière de traçabilité, de sécurité alimentaire et de respect de la chaîne du froid, renforcent la nécessité d'une gestion logistique rigoureuse et réactive. Ce chapitre met en lumière l'importance stratégique de ces fonctions, non seulement pour assurer la disponibilité des produits mais aussi pour améliorer la satisfaction client, réduire les coûts et renforcer la compétitivité des entreprises. Ces éléments nous permettront d'aborder, dans le chapitre suivant, les aspects pratiques et organisationnels de la distribution à travers une étude de cas concrète.

Chapitre II

Généralité sur la distribution

Introduction

Dans le contexte économique actuel, caractérisé par une forte concurrence, une diversité croissante de l'offre et des consommateurs de plus en plus exigeants, le succès d'un produit ne repose plus uniquement sur sa qualité intrinsèque ou sur sa performance technique. Il devient indispensable pour le producteur non seulement de concevoir et de fabriquer des biens et services adaptés aux besoins du marché, mais aussi de les rendre disponibles dans des conditions optimales pour le consommateur. Autrement dit, un bon produit, s'il n'est pas accessible facilement, dans les bons délais, au bon endroit et à un prix acceptable, risque fort de passer inaperçu ou de ne pas rencontrer le succès commercial escompté.

L'histoire économique regorge d'exemples d'échecs d'entreprises qui, malgré une offre innovante ou de qualité, n'ont pas su maîtriser la dimension logistique et commerciale liée à la distribution. En effet, négliger cette fonction revient à affaiblir toute la chaîne de valeur, car c'est elle qui assure le lien entre la production et la consommation, entre l'entreprise et son marché.

C'est pourquoi la fonction de distribution occupe aujourd'hui une place stratégique dans la gestion de toute entreprise. Elle ne se limite pas à la simple livraison de produits : elle englobe l'ensemble des opérations permettant de mettre un bien ou un service à la disposition du consommateur final dans des conditions correspondant à ses attentes.

Section 01 : l'historique et la définition de la distribution

La distribution est l'ensemble des opérations qui permettent d'acheminer un produit du producteur jusqu'au consommateur final. Elle joue un rôle clé dans la chaîne économique en assurant la disponibilité des biens au bon moment, au bon endroit et en bonnes conditions. Plus qu'un simple transport, la distribution englobe également le stockage, la logistique et la gestion des points de vente.

1.1 l'historique de la distribution

Les évolutions d'avant la deuxième guerre mondiale illustrent bien le concept de « roue de la distribution ». Selon cette théorie, les formes de distribution se succèdent comme phases du cycle de vie des produits. Les nouvelles formes naissantes cherchent un avantage en termes de prix par rapport aux formes de distribution plus anciennes en rationalisant les installations, en limitant les assortiments, en offrant peu de services et de confort aux consommateurs. Le succès acquis, ce distributeur spartiate s'embourgeoise. Il élargit la gamme du produit offert.

Embellit le décor, créé des services de plus en plus nombreux et augmente ses prix de vente, favorisant l'apparition d'une nouvelle forme de commerce plus dépouillée et moins chère. C'est ainsi que les grands magasins, innovation majeure du siècle dernier, lancent les magasins populaires concurrencés ensuite par les grandes surfaces de vente.

Depuis la seconde guerre mondiale, et spécialement depuis 1960, l'évolution de la distribution s'accélère sous l'effet de changements sociologiques et techniques.

A la dispersion des consommateurs succèdent leur concentration dans les grandes villes et leur banlieue. Les distances s'amenuisent grâce aux moyens de transport individuel. Les achats peuvent être groupés et stockés grâce au développement des moyens de réfrigération et de congélation. Le commerce atomisé se concentre, les grandes surfaces apparaissent et ne cesseront de se développer. Leur apparition oblige le petit commerce traditionnel à se restructurer en se consentant sous les diverses formes d'association exposé précédemment ou à développer ses spécificités propres : commerce de proximité, commerce spécialisé offrant des services de qualités, commerce innovateur.

Cette révolution est également due au bouleversement des techniques de distribution. Par l'introduction du libre-service, le commerce devient une activité industrielle dont la productivité s'accroît grâce à la division du travail et aux économies d'échelle, le développement des techniques de distribution physique et l'information des points de vente contribuent également à l'industrialisation de la distribution.¹⁵

1.2 La définition de la distribution

La politique de distribution appartient au marketing mix. Les différents canaux de distribution utilisés ainsi que les actions marketing et commerciales forment la politique marketing. Elle représente l'organisation de la mise à disposition des produits ou service pour le consommateur.¹⁶

- Selon Kotler et Dubois, « la distribution est l'ensemble des activités qui s'exerce depuis le moment où le produit sous forme d'utilisation entre le magasin commercial du producteur ou du dernier transformateur, jusqu'au moment où le consommateur en prend possession¹⁷

¹⁵ KOTELER, P., Kevin Keller., MANCEAU, D, « Marketing Management », 14ème édition. Pearson éducation, France, 2012, P 480

¹⁶ Distribution lexicque de gestion 5eme, édition p 293.

¹⁷ KOTLER P. et DUBOIS B., Marketing Management, 10e édition, Publi Union, Paris, 2001, 524 Pages

- Selon Marc VENDERCAMMEN et Nelly Jospin-PERNET ont aussi défini: « la distribution est l'ensemble des activités réalisées par le fabricant avec ou sans le recours d'autres institutions, à partir du moment où les produits sont finis jusqu'à ce qu'ils soient en possession du consommateur final et prêt à être consommés, sous les formes et dans les quantités correspondantes aux besoins des utilisateurs »¹⁸
- Possible de définir la logistique de distribution stricto sensu comme « un ensemble d'activités interconnectées ayant pour mission le transfert physique des produits finis de l'industriel vers ses clients. L'objectif est de faire en sorte que le produit souhaité par le client soit au bon endroit, à l'heure convenue, dans la quantité attendue et au meilleur coût. Ces activités incluent le transport des produits (depuis les centres de production jusqu'aux points de stockage, de vente ou de consommation), l'entreposage, la manutention, l'emballage de protection, ou les contrôles de conformité. La logistique s'occupe aussi de toutes les activités liées aux flux d'information qui pilotent et contrôlent ces opérations physiques, comme les prévisions de la demande, les opérations de planification ou encore le traitement administratif des commandes et la tenue des stocks».¹⁹

Section 02 : Les circuits, canaux et réseaux de distribution

Les circuits, canaux et réseaux de distribution représentent les différents chemins empruntés par un produit pour passer du producteur au consommateur. Leur choix influence la rapidité, le coût et l'efficacité de la distribution.

Définition de canal, circuit, réseau de distribution

2.1.1 Le canal de distribution

Plusieurs définitions ont été données au canal de distribution parmi eux on distingue :

- **Selon DURAFOUR:** Un canal de distribution est « la voie d'acheminement des biens ou des services vendus, de même nature, entre le producteur et le consommateur ou l'utilisateur final, avec intervention éventuelle de commerçants et d'intermédiaires (ex :

¹⁸ VENDERCAMMEN(M) et PERNET (NJ), la distribution, 2em ED Edition BERTI, paris 2005, P 26.

¹⁹ GERARD(C), ANDRE(F) et GUY(B). « Management de la distribution ». P 287

fabricant/grossiste/demigrossiste/détaillant) »²⁰.

- **Selon YVES CHIROUZE** : Il est aussi défini comme suit : « Le canal est le chemin parcouru par un produit pour atteindre le consommateur final. Ce chemin est jalonné d'intermédiaires qui remplissent les diverses fonctions de distribution »²¹

2.1.2 Le circuit de distribution

C'est l'ensemble des intervenants qui prennent en charge les activités de distribution, c'est-à-dire, les activités qui font passer un produit de son état de production à son état de consommation.

2.1.3 Le réseau de distribution

On appelle réseau, un système de partenariats et alliances créé par une entreprise pour approvisionner, enrichir et distribuer son offre.³⁴

De ces définitions, nous pouvons dire que le canal est le chemin parcouru par un produit pour atteindre le consommateur final, tandis que le circuit est l'ensemble des canaux par lesquels les produits s'écoulent. Un producteur distribue ses produits en empruntant plusieurs canaux et circuits à la fois, ces derniers forment un réseau de distribution dont l'objectif principal est de mettre à disposition du consommateur le produit, au bon moment et au bon endroit.

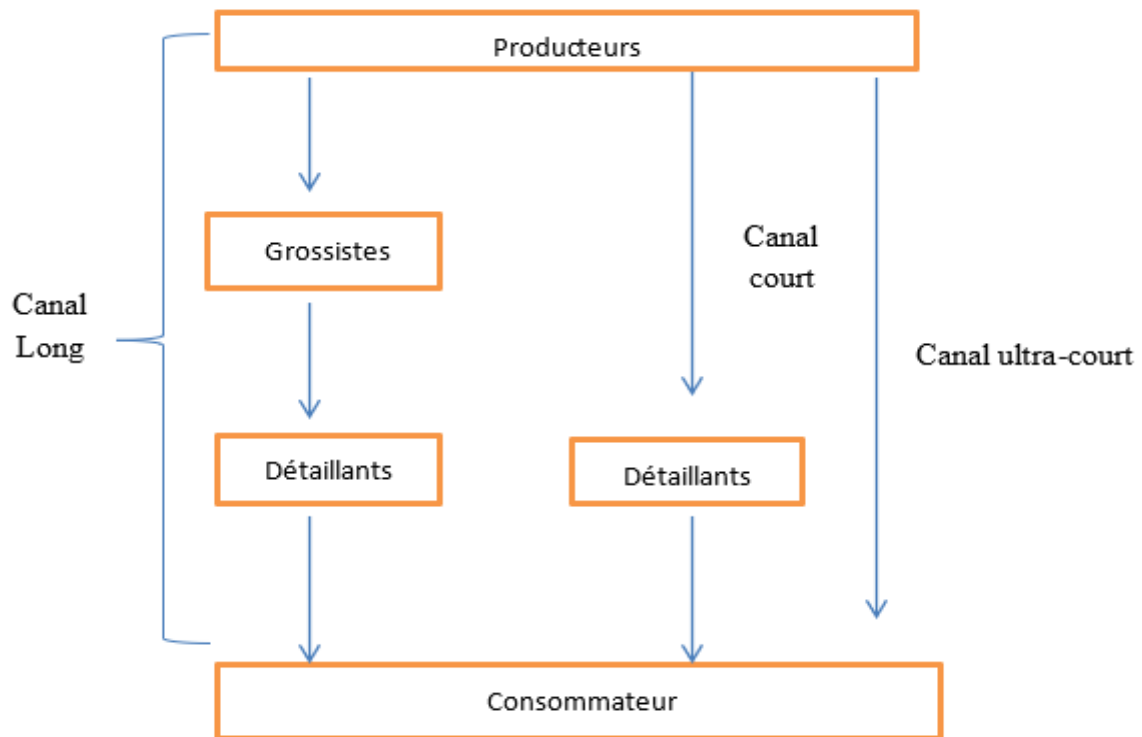
Les types de circuit de distribution

Le circuit de distribution est un maillon indispensable pour l'acheminement d'un produit ou un service, allant du stade de production au stade de consommation, on distingue trois types: court, ultra –court, long.

La suivante figure, ci-dessous, offre une vision sur les différents canaux de distribution selon leur longueur, ainsi que le nombre d'intermédiaire existant (grossiste ou détaillant) par le quelle les produits transitent pour arriver au consommateur final. En ce qui concerne le canal de distribution long, on remarque l'intervention de deux acteurs dans la chaîne de distribution, pour le canal court un seul intervenant apparaît (détaillant) en revanche, le canal Ultra-court est caractérisé par l'absence d'intermédiaires.

²⁰ DURAFOUR, « Marketing », (4^{ème} Ed) Dunod, Paris, 2005, Page124.

²¹ YVES CHIROUZE, « le marketing : étude et stratégies », édition ellipses, Paris, 2007, Page58.

Figure N 01 : les canaux de distribution suivant leur longueur

Source : Cliquet & A.Fady & G.Basse, « Management de la distribution », 2^{ème} Edition, Dunod, Paris, 2006, P103.

2.2.1 Circuit court

C'est un canal dans lequel il y a un seul intermédiaire entre le fabricant et le consommateur. la figure ci-dessous illustre le circuit court avec présence d'un seul acteur (intermédiaire) qui intervient dans la cheminement du produit avant d'atteindre le client final.

Figure N°02 : canal de distribution court

Source : Cliquet & A.Fady & G.Basse, « Management de la distribution », 2^{ème} Edition, Dunod, Paris, 2006, P103.

2.2.2 Circuit ultra-court

Lorsque le produit vient de producteur jusqu' au consommateur final sans intermédiaire, ce circuit est utilisé dans le secteur agricole ou artisanal.

Figure N°03 : canal de distribution ultra-court



Source : Cliquet &A.Fady &G.Basse, « Management de la distribution »,2ème Edition,Dunod, Paris, 2006, P103.

2.2.3 Circuit long

C'est un canal qui regroupe plusieurs intermédiaires.la figure N° traduit le circuit long avec la présentation des différents intervenants (qui comprend deux intermédiaire au plus) par lequel le produit acheminer passe pour arriver au point final.

Figure N°04 : canal de distribution long



Source : Cliquet &A.Fady &G.Basse, « Management de la distribution »,2ème Edition,Dunod, Paris, 2006, P103.

D'après ces figures et définitions on peut dire que le canal le plus utilisé pour un producteur est le canal de distribution long pour qu'il peut distribuer son produit jusqu'au point le plus éloigné sur un territoire donné car ce canal oblige le producteur à partager une marge avec ces intermédiaires.²²

Section 03 : le rôle et l'importance de la distribution

La distribution joue un rôle essentiel dans le processus économique en assurant le lien entre la production et la consommation. Elle permet aux produits d'atteindre les clients au bon moment, au bon endroit et en bonnes conditions. Par son efficacité, elle contribue à la

²² JOEL SOHIER, « la logistique », 3ème édition, VUIBERT, P39

satisfaction du consommateur, à la compétitivité des entreprises et au bon fonctionnement du marché.

3.1 Le rôle de la distribution

Parmi les rôles de la distribution :

- Transférer le produit du producteur au consommateur
- Assurer des opérations de manipulation
- Stocker la marchandise
- Entreposer, assortir les produits et les mettre à la disposition du public
- Fractionner les lots des producteurs en portions et tailles adaptées aux besoins des clients ;
- Négocier avec les fournisseurs et passer les commandes ;
- Informer et communiquer ;
- Informer sur modalités d'accès du point de vente (heure et jour d'ouverture) ;
- Communiquer sur la disponibilité des produits sur leur prix et sur leur promotion ;
- Echanger avec les fournisseurs sur l'évolution des besoins et des ventes ainsi que sur l'état des stocks grâce notamment à des outils électroniques comme l'EDI ou l'automatisation des commandes des facturations.

3.2 L'importance des fonctions de distribution

A. L'importance des fonctions de distribution en fonction des objectifs du producteur :

L'objectif financier du producteur est lié à des fonctions de distribution qui jouent un rôle important dans l'analyse des coûts de la distribution, c'est-à-dire la politique de prix retenue vis-à-vis de consommateur final.

Les canaux courts qui comprennent seulement la fonction transport, sont ceux qui minimisent les coûts dans la plus part des cas. Mais ces derniers tendent parfois, à majorer les coûts de la distribution physique, par multiplication des transports de faible quantités et des stockages. Dans ce cas, le producteur doit analyser les structures de coût de chaque canal pour distinguer ceux qui minimisent les coûts.

B. L'importance des fonctions de distribution en fonction des caractéristiques des consommateurs :

Dans ce point nous expliquons que le producteur va prendre en compte l'importance des fonctions de distribution pour chaque caractéristique de la clientèle (nombre, répartition géographique et les habitudes d'achat) cela n'est pas pour faire son choix entre les différents types d'intermédiaires avec qui travailler, mais aussi pour sélectionner les fonctions nécessaires à la distribution.

Une fois le producteur définit les fonctions utiles à la distribution pour chaque type de clientèle, son choix en termes des canaux de distribution sera facile.²³

Conclusion

Ce deuxième chapitre a permis d'approfondir la compréhension des mécanismes de la distribution dans le secteur agroalimentaire, en mettant en évidence ses fonctions, ses canaux, et ses enjeux. Nous avons vu que la distribution ne se limite pas à la simple livraison des produits, mais qu'elle englobe un ensemble d'activités complexes, allant de la gestion des stocks à la satisfaction du client final, en passant par le choix stratégique des circuits et des partenaires.

²³ AZOULAY(D) Le marketing au quotidien « comprendre les marchés, concevoir des stratégies efficaces, piloter la relation client »; P146/147

L'étude des différents types de canaux – courts, longs, ultra-courts – a montré que chaque mode de distribution présente ses propres avantages et contraintes, et que leur choix dépend des objectifs du producteur, des caractéristiques du produit et des attentes du marché. La distribution apparaît ainsi comme un levier stratégique majeur, capable d'influencer directement la compétitivité, la rentabilité et la performance logistique des entreprises. Cette analyse théorique prépare le terrain pour l'étude de cas du chapitre suivant, consacrée à l'entreprise CEVITAL.

Chapitre III

**Etude de cas : la logistique et la distribution chez
CEVITAL**

Introduction

Après avoir exploré les fondements théoriques de la logistique et de la distribution dans les chapitres précédents, ce troisième chapitre est consacré à l'application pratique de ces concepts à travers une étude de cas sur le groupe CEVITAL, un acteur majeur du secteur agroalimentaire en Algérie.

Ce chapitre vise à analyser en profondeur l'organisation logistique et la stratégie de distribution mises en œuvre par CEVITAL. Nous présenterons tout d'abord l'entreprise, sa structure, ses activités principales et son importance économique. Ensuite, nous nous appuierons sur un guide d'entretien réalisé auprès des responsables logistiques de l'entreprise afin d'évaluer les pratiques actuelles, les outils technologiques utilisés, les canaux de distribution exploités, ainsi que les principaux défis rencontrés et les perspectives d'amélioration.

Section 1 : Présentation du Groupe Cevital

Les opérations commerciales de l'entreprise CEVITAL-AGRO ne cessent de se développer et de prendre de l'ampleur jour après jour, des milliers de produits sont vendus à l'échelle nationale. Ce qui nous a incités à étudier sa logistique de distribution pour mieux comprendre la manière dont ses produits sont acheminés.

Dans cette section, nous allons présenter l'organisme d'accueil, sa puissance, ses capacités et la gamme des produits que Cevital-agro offre, et finalement la structure organisationnelle et la gouvernance du groupe.

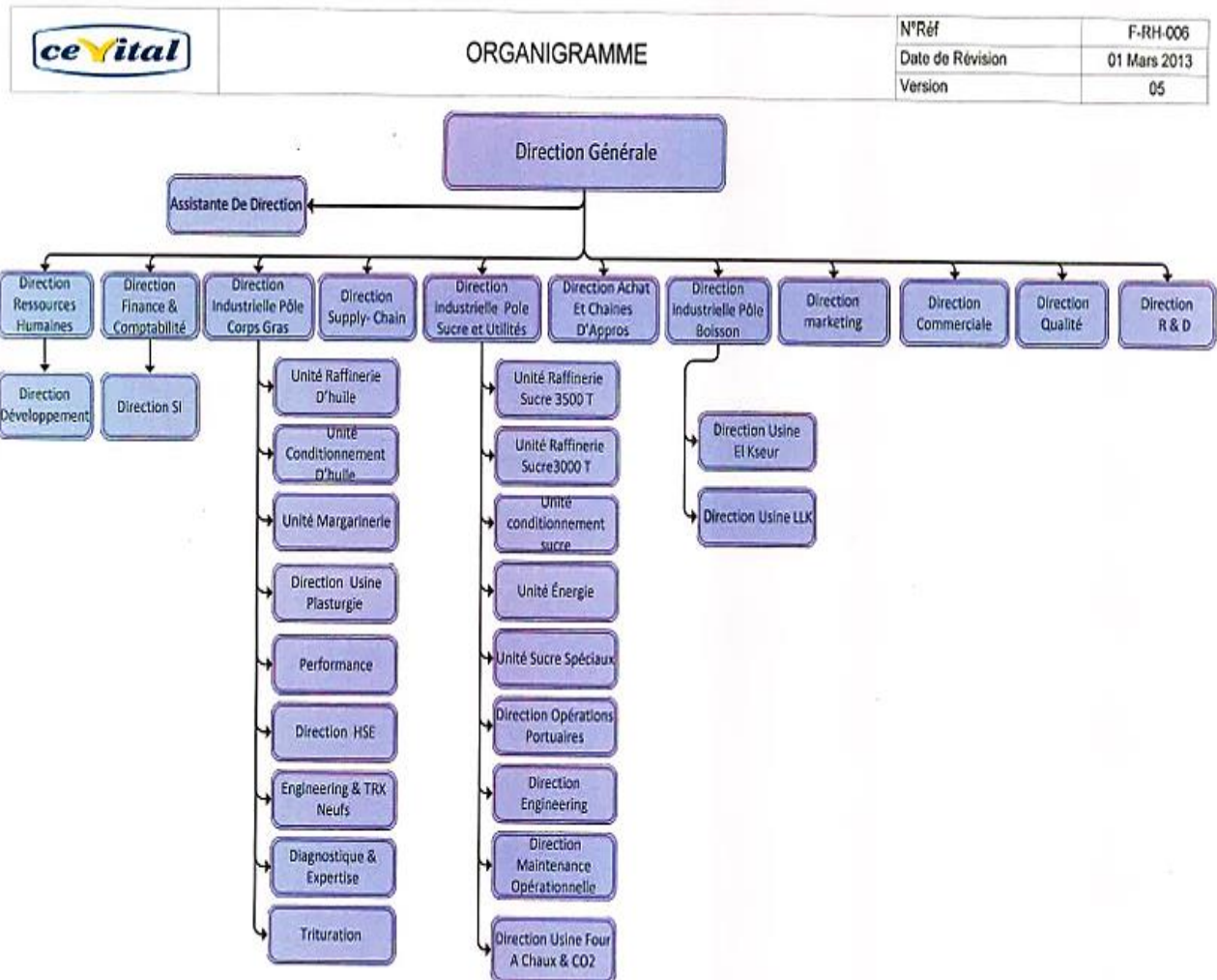
CEVITAL est une entreprise algérienne fondée en 1998 par Issad Rebrab. Elle est devenue un acteur majeur de l'économie du pays, avec une présence dans divers secteurs tels que l'agroalimentaire, la distribution, l'électronique, l'électroménager, la sidérurgie, le verre plat, la construction, l'automobile, les services et les médias. Basée à Bejaia, son complexe bénéficie d'une position stratégique près du port et de l'aéroport, ce qui lui confère un avantage concurrentiel. Avec 18 000 employés répartis sur trois continents, CEVITAL contribue à l'économie algérienne en créant des emplois et en générant de la richesse. L'entreprise se distingue par la qualité de ses produits, son engagement envers l'innovation et sa capacité à répondre aux besoins du marché. Guidée par des valeurs fondamentales et une base familiale solide, CEVITAL continue de croître et de relever de nouveaux défis dans le but de soutenir durablement l'économie du pays et de jouer un rôle essentiel dans son développement.



Un certificat ISO pour une entreprise comme Cevital est une attestation officielle délivrée par un organisme de certification indépendant, qui confirme que l'entreprise respecte les normes internationales ISO (International Organization for Standardization) dans un domaine spécifique.



Figure 05 : organigramme de CEVITAL



Section 2 : Analyse de guide d'entretien

2.1 Guide d'entretien

Université Abderrahmane Mira-Bejaia

Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion

Département des Sciences Commerciales

Spécialité : **Logistique et Distribution**

Guide d'entretien

Nous sommes étudiants en logistique et distribution au sein de l'université de Bejaia, nous souhaitons réaliser un mémoire de fin de cycle qui intitulé « *Etude de la fonction logistique et distribution dans le secteur agroalimentaire* » au sein de l'entreprise **CEVITAL**. Afin de mener à bien notre étude, nous vous prions de bien vouloir répondre à ce présent guide d'entretien.

Question 01. Pouvez-vous commencer par vous présenter et nous donner un aperçu de votre rôle au sein de l'entreprise CEVITAL ?

Réponse : je suis chef de service planification transport et contrôle de prestation, mon rôle au sein de cevital est de veillé a satisfaire le besoin en transport de l'ensemble des unités et directions demanderesse. et ce via nos prestataires de transport contractuels ainsi nos filiale du groupe spécialisé dans l'activité de transport .

Veillé au traitement et validation des factures des prestataire et procédé a leurs règlement,

Question 02. Pouvez-vous décrire brièvement l'entreprise CEVITAL et son activité principale dans le secteur agroalimentaire ?

Réponse : CEVITAL agro-industrie est une entreprise spécialisée dans la trituration des grains oléagineuse, raffinage des huiles brutes et conditionnement des huiles raffinées, production d'une large gamme de produits margarine et graisse végétal, raffinage de la canne à sucre et conditionnement de sucre raffiné, écrasement des fruits et production des eaux fruitées et eau minérale. Production d'une large gamme de sauces et mayonnaise, production des gaz alimentaire et chaux.

Question 03. Quels sont les principaux produits ou catégories de produits que CEVITAL fabrique ou distribue dans le domaine agroalimentaire ?

Réponse :

Huile de table

Sucre blanc

Margarine et graisse végétal

Eaux minérale et fruitées

Mayonnaises et sauces

Gaz alimentaire (CO₂).

Question 04. Quelle est l'importance de la logistique et de la distribution dans le fonctionnement global de CEVITAL ?

Réponse :

La logistique joue un rôle indispensable dans le fonctionnement de l'entreprise, c'est un support pour l'ensemble des directions et elle joue le rôle de coordinations entre elles,

Le logistique assure le stockage et l'acheminement des matières premières pour alimenter les unités de productions, et assure évacuation des produits finis pour stockage ou livrés aux commandes clients.

Question 05. Comment CEVITAL gère-t-elle le stockage et l'entreposage des produits agroalimentaires avant leur distribution ?

Réponse : Cevital fait appel à une filiale spécialisée dans l'entreposage des produits finis cette dernière dispose de plateformes logistiques situées sur les 03 coins du pays, à savoir l'ouest, le centre et l'Est. Comme elle fait appel à des fournisseurs externes pour la location des dépôts de stockage temporaire durant la période de haute saison (eau minérale).

Question 06. Quels sont les canaux de distribution privilégiés par CEVITAL pour atteindre ses clients dans l'industrie agroalimentaire ?

Réponse :

Les principaux canaux de distribution de Cevital sont les suivants : le canal BTB et BTC , pour le BTC il est séparé en deux réseaux de distribution à savoir le réseau CLR et le réseau HCLR .

Question 07. Quelles sont les principales technologies ou systèmes utilisés par CEVITAL pour optimiser ses opérations logistiques ?

Réponse :

En matière de transport une application est mise en place, SYNERGIE un ERP qui permet d'organiser et gérer les flux camions sur l'ensemble des sites de chargement ceci nous a permis de réduire la facture d'immobilisations des camions.

En matière de stockage, des ERP sont mis en place pour optimiser les espaces de stockage au niveau des plateformes logistiques

Question 08. Quels défis CEVITAL rencontre-t-elle en matière de transport des produits agroalimentaires et comment les surmonte-t-elle ?

Réponse : assurer de la disponibilité en terme de camions pour couvrir le besoin journalier que ça soit en amont ou en aval qui est d'environ 400 camions /jr diversifier en différents types de transport à savoir, les maraichers, les cellules frigorifiques, les camion plateau, les camions à benne, les portes conteneur, les portes-char, les citernes alimentaires,

Pour faire face à tous ces besoins, et hormis ces deux filiales spécialisées dans le transport, CEVITAL a élargi la liste de ses fournisseurs et a mis en place des avantages pour attirer et fidéliser le maximum de transporteurs, elle a recruté des partenaires solides et capable d'assurer une prestation de qualité.

Question 09. Quelles sont les principales préoccupations en termes de gestion des risques liés à la logistique et à la distribution des produits agroalimentaires chez CEVITAL ?

Réponse :

Perturbation des conflits internationaux qui impacte l'approvisionnement en matières premières.
Fluctuation des prix de matières premières sur le marché international.
Hausse des prix de transport terrestre maritime et le manque des ressources.
Blocage des exportations (instabilité économique).

Question 10. Comment CEVITAL assure-t-elle la qualité et la sécurité des produits tout au long de la chaîne logistique et de distribution ?

Réponse :

CEVITAL est certifiée en FSSAI 22000, la sécurité des d'entrée alimentaire est une priorité absolue.
Nous veillons quotidiennement sur la propreté et la conformité des camions avant chaque chargement.
Les produits sensibles et les clients BTB sont souvent chargés avec des camions maraichers pour garantir la livraison dans les meilleures conditions.

Question 11. Quelles mesures CEVITAL prend-elle pour garantir la traçabilité des produits agroalimentaires depuis leur origine jusqu'au consommateur final ?

Réponse :

Chaque palettes expédié dans chacun de nos sites (usine ,/ plateforme / CLR) est scanner sur un système de traçabilité qui permis d'identifier la ligne dont elle est produite , numéro de lots , date et heure , origine et destination

Pour les produits transporté sous température dirigé , les cellules frigorifique sont doté des système de traçabilité qui permis de suivre la température de la cellule au cours du trajet .

Question 12. Selon vous, quels sont les principaux défis auxquels CEVITAL est confrontée en matière de logistique et de distribution dans le secteur agroalimentaire ?

Réponse :

Disponibilité en matière de transport,

Délais de livraison.

Minimisé les temps de chargement et déchargement camions

Disponibilité des produits au niveau des CLR et plateforme,

Satisfaction clients

Optimisation et réduction des coûts logistiques.

Question 13. Quelles sont les opportunités d'amélioration ou d'innovation que CEVITAL pourrait exploiter dans ses activités logistiques et de distribution ?

Réponse :

Digitalisation des processus , lancement du projet IA

Nous tenons à vous remercier sincèrement d'avoir pris le temps de répondre à nos questions.

Votre contribution est extrêmement précieuse pour notre recherche

2.2 Analyse de guide d'entretien

Voici une analyse structurée de guide d'entretien, utile pour mémoire :

1. Présentation du répondant :

Le chef de service planification transport et contrôle de prestation occupe un rôle stratégique : il assure la disponibilité des moyens de transport, le suivi des prestations logistiques et la gestion financière des factures transporteurs. Cela reflète une gestion centralisée et rigoureuse de la chaîne de transport.

-Ce poste illustre une approche **centralisée** de la chaîne de transport, permettant un pilotage optimisé, essentiel dans un environnement multi-produits et à forte exigence de coordination.

2. Présentation de CEVITAL dans le secteur agroalimentaire :

CEVITAL Agro-industrie est un acteur majeur en Algérie. L'entreprise couvre un large éventail d'activités agroalimentaires : trituration, raffinage, conditionnement, boissons, sauces, gaz alimentaires, etc. Cette diversification implique une logistique complexe et multi-produits.

-Une telle diversification impose une logistique à la fois flexible et robuste, capable de gérer simultanément des flux variés, des produits secs aux produits sous température dirigée.

3. Produits distribués :

Les principales catégories sont : Produits de base : huile, sucre, margarine Boissons : eaux minérales et fruitées Condiments : sauces et mayonnaise Gaz alimentaire Cette variété exige des systèmes de transport et stockage différenciés (température, sécurité, etc.).

Chaque catégorie de produit implique des contraintes spécifiques :

- Conservation (ex : chaîne du froid pour certaines boissons),
- Sécurité (ex : transport de gaz),
- Emballage et manutention différenciés.

4. Rôle de la logistique :

La logistique est un pilier transversal, agissant comme support et coordinateur interservices. Elle garantit l'acheminement des matières premières et la distribution des produits finis. Sa contribution est vitale pour la performance industrielle et commerciale.

-Ce positionnement montre que la logistique chez CEVITAL n'est pas simplement opérationnelle, mais stratégiquement intégrée à la performance industrielle et commerciale.

5. Stockage et entreposage :

CEVITAL combine solutions internes (filiale spécialisée) et solutions externes (loueurs d'entrepôts) pour gérer les pics saisonniers. Cette flexibilité optimise la gestion des stocks en période de forte demande.

-Cette flexibilité reflète une gestion agile et proactive des stocks, limitant les coûts fixes tout en répondant aux pics saisonniers.

6. Canaux de distribution :

L'entreprise utilise deux grands circuits : BTB (Business to Business) BTC (Business to Consumer) avec deux réseaux : CLR et HCLR Cette organisation permet de répondre à différents segments de marché (gros, détail, grande distribution...).

-Une telle structure permet une segmentation efficace du marché, adaptée aux spécificités de chaque canal.

7. Technologies utilisées :

Les outils numériques jouent un rôle important : SYNERGIE ERP pour la gestion du transport ERP logistiques pour l'optimisation du stockage Cela montre une volonté d'intégration digitale pour améliorer l'efficacité et la traçabilité.

-L'usage d'ERP révèle une volonté de digitalisation avancée, visant à améliorer :

- La traçabilité,
- L'efficacité des flux,
- Et la réduction des délais.

8.Défis en transport :

Le principal défi : mobiliser quotidiennement ~400 camions diversifiés. Pour cela, CEVITAL : Mobilise ses filiales Élargit son réseau de transporteurs Fidélise par des avantages attractifs C'est un modèle d'externalisation partielle maîtrisée.

- Il s'agit d'un modèle d'externalisation partielle maîtrisée, qui permet de concilier souplesse et contrôle.

9. Gestion des risques logistiques :

Les risques sont à la fois :

Externes : conflits internationaux, fluctuations des prix, blocages à l'export

Internes : hausses des coûts et manque de ressources L'entreprise doit donc faire preuve de résilience et de réactivité stratégique.

-La gestion du risque repose sur une veille stratégique permanente et une capacité d'adaptation rapide, caractéristiques d'une supply chain résiliente.

10. Qualité et sécurité :

La certification FSSC 22000 garantit une maîtrise des risques sanitaires. Des pratiques rigoureuses sont appliquées (contrôle des camions, transport adapté, hygiène). La logistique est ici un vecteur de sécurité alimentaire.

-La logistique joue ici un rôle de garant de la conformité sanitaire, en lien avec les standards internationaux.

11. Traçabilité :

Chaque palette est suivie avec un système de scan qui renseigne sur : la ligne, le lot, l'origine, la date et la destination. Pour les produits sous température dirigée, un suivi thermique en temps réel est disponible. Cela confirme une traçabilité numérique avancée.

-Cela traduit une maîtrise technologique avancée, indispensable dans un secteur où la traçabilité est un impératif réglementaire et commercial.

12.Principaux défis :

Disponibilité de transport Réduction des temps logistiques Disponibilité des produits
Satisfaction client Réduction des coûts Ces défis sont classiques mais cruciaux dans un environnement aussi exigeant.

-Ces enjeux traduisent un environnement logistique fortement concurrentiel, où la performance repose sur la capacité d'anticipation et d'optimisation.

13.Opportunités innovation :

Digitalisation accrue Projet d'IA Cela ouvre la voie à des innovations telles que : Prédiction des besoins en transport Optimisation des flux logistiques Automatisation du suivi et de la performance.

-L'innovation apparaît ici comme un levier de compétitivité et une réponse aux contraintes croissantes du marché.

Le guide d'entretien met en lumière une logistique robuste, en évolution constante, avec une orientation stratégique vers l'innovation digitale. Le secteur agroalimentaire, par sa nature périssable et réglementée, exige une grande rigueur. CEVITAL semble avoir mis en place des outils, partenariats et structures pour relever ces défis avec efficacité.

Conclusion

Ce troisième chapitre a permis d'examiner en profondeur la manière dont le groupe CEVITAL gère ses fonctions logistiques et de distribution dans le secteur agroalimentaire. L'étude de cas réalisée, à travers l'analyse du guide d'entretien, a mis en lumière une organisation logistique structurée, technologiquement avancée et orientée vers la performance.

Il ressort que CEVITAL adopte une stratégie logistique centralisée, s'appuyant sur des ERP performants pour la gestion des flux, des entrepôts, et des opérations de transport. L'entreprise fait preuve d'agilité en combinant solutions internes (filiales spécialisées) et recours à des partenaires extérieurs pour répondre à une demande nationale élevée et variée.

Les défis identifiés, tels que la disponibilité des moyens de transport, la traçabilité, la satisfaction client et la gestion des pics saisonniers, sont gérés par des initiatives concrètes, allant de la digitalisation des processus à la fidélisation des transporteurs.

Ainsi, CEVITAL illustre comment une entreprise algérienne peut intégrer les meilleures pratiques logistiques pour rester compétitive dans un environnement complexe et

exigeant. Cette étude renforce l'idée que la logistique et la distribution ne sont plus des fonctions secondaires, mais bien des leviers stratégiques de performance globale.

Conclusion générale

Conclusion générale

La logistique et la distribution jouent un rôle central dans le secteur agroalimentaire, garantissant une circulation efficace des produits depuis les producteurs jusqu'aux consommateurs. Ces fonctions sont d'autant plus critiques qu'elles impactent directement la qualité, la fraîcheur et la sécurité des denrées périssables, tout en influençant les coûts et la compétitivité des entreprises. Les défis majeurs incluent la gestion des délais, la maîtrise de la chaîne du froid, la réduction des gaspillages et l'adaptation aux fluctuations de la demande. Les acteurs du secteur doivent ainsi adopter des technologies avancées (traçabilité numérique, block Chain) pour optimiser leurs processus et répondre aux exigences réglementaires et environnementales. Par ailleurs, l'essor du e-commerce et des attentes des consommateurs en matière de durabilité pousse les entreprises à repenser leurs modèles logistiques, notamment via des circuits courts ou des emballages écologiques.

Pendant notre stage pratique au sein du groupe Cevital, nous avons remarqué que l'entreprise Cevital, avec ses multiples activités industrielles et commerciales, repose sur une logistique intégrée et une gestion optimisée des transports pour assurer l'efficacité de sa supply chain.

Cevital adopte une logistique centralisée pour ses différentes filiales (agroalimentaire, électroménager, sidérurgie, etc.), avec une plateforme logistique stratégique à Béjaïa, près du port et de l'aéroport, facilitant les flux d'import/export des entrepôts régionaux pour une distribution rapide sur le marché national (Algérie) et international (Afrique, Europe) et une gestion des stocks en temps réel via des systèmes informatiques pour éviter les ruptures ou surstocks.

En conclusion, une logistique et une distribution bien organisées sont essentielles pour assurer la pérennité des entreprises agroalimentaires. L'innovation, la collaboration entre maillons de la supply chain et une approche responsable sont les clés pour relever les défis futurs et satisfaire un marché en constante évolution.

Bibliographie

Bibliographie

OUVRAGE

1. Articles de revues scientifiques ou professionnelles :

- Gozé-Bardin, Isabelle. « Les défis de la logistique de distribution à l'horizon 2035 », Management & Avenir, vol. 24, no. 4, 2009, pp. 217-236.
- Ridha Derrouiche et Valérie Fernandes. Revue Française de Gestion Industrielle, Vol. 21, N°3.
- Nathalie Fabbe-Costes, Christelle Lemaire. La traçabilité totale d'une supply chain : principes, obstacles et perspectives de mise en œuvre. Revue française de gestion industrielle, 2001, Vol. 20 (N°3), pp. 23-52.

2. Livres :

- Rémy Le Moigne. Supply Chain Management, Dunod, Paris, 2013, p.4.
- Yves Pimor. Logistique, production, distribution, soutien, 4^e édition, Paris, 2005, p.3.
- KOTLER, P., Kevin Keller, MANCEAU, D. Marketing Management, 14^e édition, Pearson Éducation, France, 2012, p.480.
- KOTLER P. et DUBOIS B. Marketing Management, 10^e édition, Publi Union, Paris, 2001, 524 pages.
- VENDERCAMMEN (M) et PERNET (NJ). La distribution, 2^e éd., Édition BERTI, Paris, 2005, p.26.
- GERARD (C), ANDRE (F) et GUY (B). Management de la distribution, p.287.
- DURAFOR. Marketing, 4^e édition, Dunod, Paris, 2005, p.124.
- YVES CHIROUZE. Le marketing : étude et stratégies, Éditions Ellipses, Paris, 2007, p.58.
- JOEL SOHIER. La logistique, 3^e édition, Vuibert, p.39.
- AZOULAY (D). Le marketing au quotidien : comprendre les marchés, concevoir des stratégies efficaces, piloter la relation client, pp.146-147.
- Distribution. Lexique de gestion, 5^e édition, p.293.

3. Rapports / Publications institutionnelles :

- CEE/ONU et Forum international des transports (ex-CEMT). La logistique : tour d'horizon, édition 2016.

SITE INTERNET

<https://ose.esg.uqam.ca/wp-content/uploads/sites/65/RapportMMAA2015.compressed.pdf>

<https://www.lecoindesentrepreneurs.fr/logistique-entreprise>

<https://www.erplain.com/fr/blog/gestion-des-flux-logistiques>

<https://www.manageria.fr/la-supply-chain-et-la-logistique-dans-lagroalimentaire>

<https://www.logipolesm.org.ma/2021/08/18/logistique-de-distribution-enjeux-et-contraintes/>

<https://www.bksystemes.fr/blog/stockage-frigorifique-236>

<https://safetyculture.com/fr/themes/chaine-du-froid-alimentaire/>

Table des matières

Table des matières

Introduction générale.....	1
Chapitre I.....	5
Introduction	5
Section 01 : l’historique et la définition de la logistique	5
Définitions et objectifs de la logistique	5
1.2 Principes de base de la gestion des flux	8
1.3 Importance de la logistique dans l'industrie agroalimentaire.....	9
Section 02 : Distribution dans l'industrie agroalimentaire.....	9
2.1 Rôle et défis de la distribution dans le secteur agroalimentaire.....	10
2.2 Rôle de la distribution dans le secteur agroalimentaire.....	10
2.3 Enjeux de la distribution agroalimentaire	11
Section 03 : Enjeux spécifiques de la logistique et de la distribution dans l’industrie agroalimentaire.....	12
3.1 Contraintes réglementaires et normatives	13
3.2 La gestion des stocks et de la chaîne du froid	14
3.3 Sécurité alimentaire et traçabilité des produits	15
Conclusion.....	15
Chapitre II	17
Généralité sur la distribution	17
Introduction	17
Section 01 : l’historique et la définition de la distribution.....	17
1.1 l’historique de la distribution	17
1.2 La définition de la distribution.....	18
Section 02 : Les circuits, canaux et réseaux de distribution	19
Définition de canal, circuit, réseau de distribution	19
Les types de circuit de distribution	20
Section 03 : le rôle et l’importance de la distribution	22
3.1 Le rôle de la distribution.....	23
3.2 L’importance des fonctions de distribution	23
Conclusion.....	24
Chapitre III.....	17
Introduction	26
Section 1 : Présentation du Groupe Cevital	26
Section 2 : Analyse de guide d’entretien.....	28

2.1 Guide d'entretien.....	28
2.2 Analyse de guide d'entretien	34
13.Opportunités innovation :.....	37
Conclusion.....	37
Conclusion générale	37
Bibliographie.....	38

Résumé

Ce mémoire traite du rôle stratégique de la logistique et de la distribution dans le secteur agroalimentaire, avec un focus sur l'entreprise algérienne CEVITAL. Il explore les concepts fondamentaux de la logistique et de la distribution, leurs enjeux spécifiques dans l'industrie agroalimentaire (périssabilité, chaîne du froid, réglementation), et leur impact sur la performance globale des entreprises. Une étude de cas sur CEVITAL met en lumière ses pratiques logistiques, ses canaux de distribution, les technologies utilisées, ainsi que les défis rencontrés et les solutions apportées.

Abstract

This thesis explores the strategic role of logistics and distribution in the agri-food sector, focusing on the Algerian company CEVITAL. It presents the theoretical foundations of logistics and distribution, the specific challenges of the agri-food industry (perishability, cold chain, regulations), and their impact on overall business performance. A case study on CEVITAL highlights its logistics organization, distribution channels, technologies, encountered challenges, and implemented solutions.

ملخص

يتناول هذا البحث الدور الاستراتيجي للوجستيك والتوزيع في قطاع الصناعات الغذائية، مع دراسة حالة عن الشركة الجزائرية "سيفيتال". يعرض المفاهيم الأساسية للوجستيك والتوزيع، والتحديات الخاصة بهذا القطاع مثل قابلية المنتجات للتلف وسلسلة التبريد والتنظيمات القانونية، وتأثير ذلك على أداء الشركات. وتُظهر دراسة الحالة كيفية تنظيم "سيفيتال" للعمليات اللوجستية، وقنوات التوزيع، والتقنيات المستعملة، والتحديات والحلول المعتمدة.