REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE

UNIVERSITE MOULOUD MAMMERI DE TIZI-OUZOU
FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET DES SCIENCES DE GESTION

DEPARTEMENT DES SCIENCES COMMERCIALES

Mémoire de fin de cycle

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

Option : Finance et commerce international

L'impact des normes de certifications internationales sur l'entreprise exportatrice ECCBC

Présenté par :

- **Mlle.** AIT AMMAR Amélia Sofie.
- **Mlle.** BABOU Zahra.

Encadré par :

Mr. HABBAS Boubekeur

Soutenue le 03/07/2025 devant les membres du jury :

Président : Mr. REDJAOUNI Yacine.	MCA, UMMTO.
Examinateur : Mr. CHALLAL Salim	Doctorant, UMMTO.
Rapporteur : Mr. HABBAS Boubekeur	MAA, UMMTO.

Promotion 2025

Remerciements

Ce travail est le résultat de tant d'efforts de beaucoup de personne

On remercie en premier lieu le dieu tout puissant de nous avoir donné la santé, le courage la volonté et la patience mener ce travail.

A cet effet, nous tenons à exprimer notre sincère reconnaissance et nos remerciements à tous ce qui ont contribué de près ou de loin à l'élaboration de ce modeste travail.

Pour cela, on remercie notre prometteur Mr HABBAS BOUBKEUR pour son aide et le temps qu'il a bien voulu nous consacrer, et son soutien indéfectible.

Nos remerciements s'adressant à Mr MOUMEN SAID DAHBANI directeur de l'entreprise ECCBC, de nous avoir bien accueilli. Ainsi que a notre promotrice ***Mme AMEUR Hind*** *de nous avoir donnée du temps pour la réalisation de ce travail.*

Nous remercions les membres du jury qui ont l'amabilité d'accepter ce travail.

Dédicaces

Je tiens à dédier ce mémoire à mes parents, piliers essentiels de ma vie, qui m'ont soutenue avec un amour inconditionnel, une patience infinie et une confiance sans faille. Sans leur encouragement constant, leur sagesse et leurs sacrifices, je n'aurais pas pu mener ce projet à bien, leur présence à chaque étape de mon parcours a été pour moi une source de force et de motivation.

À ma famille, je souhaite exprimer toute ma gratitude pour leur soutien moral et leur compréhension, surtout lors des moments difficiles où le doute s'installait, leur bienveillance et leurs encouragements ont été indispensables pour avancer et persévérer.

Je dédie également ce mémoire à mes ami(e)s, compagnons précieux qui ont su m'apporter réconfort, bonne humeur et inspiration tout au long de ce chemin, leurs conseils, leurs échanges et leurs encouragements ont été d'un grand secours.

Un remerciement tout particulier est adressé à Monsieur HABBAS boubekeur mon encadrant, pour sa disponibilité, sa patience et ses conseils éclairés, son accompagnement rigoureux et bienveillant a permis d'orienter mes recherches avec précision et profondeur, sa confiance et ses encouragements ont joué un rôle majeur dans la réussite de ce travail.

Enfin, je remercie toutes les personnes qui, de près ou de loin, ont contribué à l'aboutissement de ce mémoire, que ce soit par leurs connaissances, leur soutien ou simplement leur présence, chacune et chacun a participé à cette aventure académique que je suis fière de partager aujourd'hui.

Amélia Sofie

Dédicaces

A la mémoire de mes grands-parents

Ce travail est dédié à ma grand-mère et à mon grand-père, qui m'ont transmis leurs valeurs, leur amour et leur sagesse. Grâce à eux, je suis devenue la femme que je suis aujourd'hui. Que Dieu les couvre de Sa miséricorde et les accueille dans Son paradis.

Je vous aime très fort.

Je dédie ce travail à mon père, BABOU NASSER, en signe de profonde gratitude. Grâce à toi, j'ai appris la responsabilité, le travail et la vérité. Tes conseils m'ont guidé vers la réussite. Je te dois ce que je suis aujourd'hui et ce que je deviendrai demain. J'espère toujours être ta fierté. Que Dieu te bénisse d'une longue vie et d'une bonne santé pour assister à mes futurs succès.

Je t'aime de tout mon cœur papa.

À ma chère mère, ce travail est un modeste témoignage de mon amour et de ma profonde reconnaissance. Ta tendresse et tes sacrifices ont été essentiels à mon parcours. Que Dieu te préserve longtemps pour que je puisse continuer à te rendre fière.

Je t'aime de tout mon cœur maman.

A mes grands frères Mohand et Menouar qui n'ont jamais cessé de me conseiller, de m'orienter et de me guider vers le chemin et la réussite. Je vous remercie du plus profond de mon être.

Je vous aime très fort.

A mes petits frères Yanis et Salim qui savent toujours comment procurer la joie et le bonheur pour toute la famille, que ce travail soit pour vous un exemple à suivre et vous incite à mieux faire.

Je vous aime très fort.

A mon oncle RABIA BOUALEM, qui m'a toujours encouragé a aller de l'avant, merci de m'avoir soutenue tout au long de mes études, de m'apporter force et courage, merci pour ton amour qui me soutiens et qui m'encourage jour après jour.

A ma tante et son mari et leurs enfants, merci pour votre aide et votre amour inconditionnel qui me motive de devenir ce que je suis aujourd'hui.

A mes ami(e)s une pensé très spécial à vous, merci pour votre soutien moral et pour votre esprit, merci pour tous ces moments simple qui sont devenu inoubliables grâce à vous. Merci d'être là dans les moments difficiles et me motiver lorsque j'en ai besoin.

Je dédie ce modeste travail a toute ma famille sans exception (mes tantes, oncles cousins, cousines) merci pour votre amour et pour votre encouragement.

Zahra

Liste des abréviations :

ECCBC : Equatorial Coca-Cola Bottling Company

AFNOR : Association Française de Normalisation

LANOR : L'institut Algérien de Normalisation

ISO : Organisation international de Normalisation

ISO 9001(**SMQ**) : Système de Management de qualité

ISO 14001 (**SME**) : Système de Management environnemental

ISO 22000 : Système de Management de la Sécurité des denrées Alimentaires

ISO 45001 (**SST**) : Système de Management de la Santé et la Sécurité au travail

ISO 27001 (**SMSI**) : Système de Management de système d'information

HACCP : Hazard Analysis Critical Point

FSSC : Food Safety system Certification

HSE : Hygiéne Sécurité Environnement

CEN : Comité Européen de Normalisation

CRNELEC : Comité européen de Normalisation Electronique

IEC : Commission électrotechnique internationale

Codex Alimentirus : Code Alimentaire.

Liste des tableaux

Tableau n°1 : Les différents types de certification. 18

Tableau n° 02 : Le rôle des certifications dans l'accès aux marches internationales..... 30

Tableau n°3: Extrait des facteurs d'influence sur la détermination des exigences des clients selon Ebert..... 63

Tableau n°04 : le volume de boissons exportées entre 2017 et 2018 par destination. Unité : litre 100

Tableau n° 05 : les quantités exportées par marques par les années 2017 et 2018 101

Tableau n° 06 : Les améliorations considérées par l'entreprise ECCBC..... 102

Tableau n° 07 : tableau qui représente les principales raisons. 103

Tableau n° 08 : répartition selon la tranche d'âge. 110

Tableau n°09 : la réparation selon le sexe. 111

Tableau n°10 : la consommation des boissons. 112

Tableau n°11 : les fréquences de consommations. 113

Tableau n°12 : la répartition de la consommation des boissons 114

Tableau n°13 : les critères les plus importants pour le choix d'une boisson. 115

Tableau n°14 : la répartition de la confiance aux boissons certifiées en % 117

Tableau n°15 : représente des % des avis sur la qualité..... 118

Tableau n°16 : avis des consommateurs sur les boissons exportées. 119

Tableau N° 17 : l'avantage de l'exportation des boissons industrielles..... 120

Tableau n°18 : pourquoi les entreprises exportent elles leurs boissons vers d'autre pays 121

Tableau n°19 : Représentations des impacts prévisionnels des normes obtenues 125

Tableau n°20 : Représentations des objectifs des normes obtenues 126

Tableau n°21 : Impact de la norme ISO 9001 V2015 127

Tableau n°22 : Impact de la norme ISO 9001 V2015 & FSSC 22000 V06..... 128

Tableau n°23 : Impact de la norme ISO 45001 V2018 128

Tableau n°24 : chiffre d'affaire des exportations de l'entreprise ECCBC. 129

Liste des Figures

Figure n°1 : Qu'est-ce qu'une norme 09

Figure n°02 : Les enjeux de la normalisation 10

Figure n°03: les différents types de normes ISO 20

Figure n°04: Logo de la norme ISO 21

Figure 05 : vues sur les exigences selon Ebert 60

Figure n°6: Genre d'exigences selon Ebert 61

Figure N° 07 : carte représentative de l'entreprise. 69

Figure N° 08 : évolution de la bouteille de Coca-Cola à travers le temps. 70

Figure N° 09 : l'historique de l'entreprise ECCBC. 72

Figure N° 10 : l'organigramme de l'entreprise ECCBC. 73

Figure n°11 : cycle représentatif des exigences liées aux produits. 89

Figure n°12 : cycle des exigences documentaires. 91

Figure n°13 : cycle des exigences contractuelles et commerciales 92

Figure n° 14 : cycle des exigences logistiques 93

Figure n°15 : cycle des exigences réglementaires. 94

Figure N°17 : l'expertise du groupe ECCBC 96

Figure N°16 : Différentes gamme du Produits 97

Figure n° 18 : la répartition selon l'âge. 110

Figure n°19 : la répartition selon le genre. 111

Figure n°20 : la répartition de la consommation des boissons. 112

Figure n°21 : represente les frequences de consommation. 113

Figure n°22 : représente les boissons consommées. 115

Figure n°23 : représente-les pourcentages des critères du choix de la boisson. 116

Figure n°24 : représente-les % de la confiance des boissons certifiées. 117

Figure n°25 : la répartition des avis des consommateurs sur les certifications 118

Figure n°26 : avis des consommateurs sur les boissons exportées. 119

Figure n°27 : l'avantage de l'exportation des boissons industrielles 120

Figure n°28 : pourquoi les entreprises exportent elles leurs boissons vers d'autre pays 121

Figures N°29 : Impact de la norme ISO 9001 V2015 127

Figures N°30 : Impact de la norme ISO 9001 V2015 & FSSC 22000 V06 128

Figures N°31 : Impact de la norme ISO 45001 V2018 129

Figure N° 32: chiffre d'affaire des exportations de l'entreprise ECCBC. 130

Sommaire

Remerciements I

Dédicaces II

Liste des abréviations : III

Liste des tableaux et figures IV

Sommaire V

Introduction générale 01

Chapitre I : *Généralités sur les normes et certifications internationales*

Introduction : 06

Section 01 : Genèse des normes internationales : 06

Section 2 : Typologie des normes et certification internationales 17

Section 03 : les avantages des normes et certification international : 27

Section 04 : Les organismes de normalisation 31

Conclusion : 36

Chapitre II : *L'impact des normes et certifications international sur la stratégie d'exportations des entreprises*

Introduction : 38

Section 01 : Le commerce extérieure et son évolution : 38

Section 02 : Les contraintes liées à l'exportation : 42

Section 03 : les exigences des clients pour les entreprises exportatrice 59

Section 04 : L'impact des normes et certifications international sur les exportations des entreprises. 63

Conclusion : 66

Chapitre III : *L'impact des normes certifications internationales sur l'entreprise exportatrice ECCBC*

Introduction : 68

Section 1 : Présentation de l'organisme d'accueil 69

Section 02 : les normes obtenues de l'entreprise ECCBC. 77

Section 3 : le déroulement de l'enquête 95

Synthèse générale : 123

Section 4 : l'impact des normes et certifications internationales sur l'entreprise exportatrice ECCBC. 124

Conclusion du chapitre : 136

Conclusion générale : 138

Bibliographie

Introduction générale

Introduction générale :

Le commerce extérieur est devenu un pilier essentiel du développement économique permettent aux entreprises s'ouvrir à de nouveaux marchés et d'élargir leurs opportunités.

Mais pour réussir à l'international, il ne suffit pas seulement d'avoir un bon produit. Il faut aussi respecter un certain nombre de règles et de conditions, qu'on appelle les normes et les certifications internationales.

L'exportation est devenue une nécessité incontournable dans le monde actuel, tant pour les États que pour les entreprises, en raison d'une évolution rapide et variée du commerce mondial qui résulte de la réduction, voire de la suppression, des barrières commerciales.

Ainsi, s'étendre au-delà des frontières nationales est devenu une nécessité vitale pour de nombreuses entreprises.

En effet, pour les États, l'exportation joue un rôle essentiel dans la stimulation des économies et le renforcement de leur position sur le marché mondial. De leur côté, les entreprises doivent comprendre qu'une stratégie internationale ne sert plus seulement à accroître le chiffre d'affaires, mais représente également un enjeu de survie pour beaucoup d'entre elles.

L'Organisme International de Normalisation ISO définit une norme comme étant un document conçu pour une application répétitive, approuvé par un organisme reconnu de normalisation et mit à la disposition du public.

Selon l'Association Française de Normalisation AFNOR, Décret N°2009-697 du 16 juin 2009[1], « il s'agit d'une activité d'intérêt général qui a pour objet de fournir des documents de référence élaborés de manière consensuelle par toutes les parties intéressées, portant sur des règles, des caractéristiques, des recommandations ou des exemples de bonnes pratiques, relatives à des produits, à des services, à des méthodes, à des processus ou à des organisations. Elle vise à encourager le développement économique et l'innovation tout en prenant en compte des objectifs de développement durable ».

Les normes occupent une place essentielle dans le processus d'exportation, elles sont à la fois une condition d'accès aux marchés étrangers et un véritable atout de compétitivité pour les entreprises exportatrices.

[1] **Challal, Ourdia**. (s.d.). *Normes internationales et les échanges dans le secteur agroalimentaire : Cas des entreprises algériennes* [Thèse de doctorat, Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou

Pour démontrer qu'un produit, un service ou une entreprise respecte en continue des critères ou des règles définies dans un référentiel ou suit un processus normalisé, on fait référence à la certification, qui est un signe de qualité, délivré par un organisme certificateur officiel et reconnu. La certification est une démarche qui permet à l'entreprise de garantir que son produit ou service répond aux exigences des normes internationales et qui se fait par des organismes agrées. la certification est une procédure par laquelle une tierce partie donne une

Assurance écrite qu'un produit, un processus ou un service est conforme à des exigences spécifiées. La certification fait intervenir systématiquement un organisme tiers et indépendant, distinct du fournisseur et du client, elle ajoute ainsi à la confiance tirée des résultats d'essai et de contrôle. Ces normes ont pour but de garantir la qualité, la sécurité et la fiabilité des produits. Elles sont de plus en plus demandées par les clients, qui veulent être sûrs de ce qu'ils achètent, que ce soit en matière de santé, d'environnement ou de respect des procédés de fabrication. Pour les entreprises, cela signifie qu'elles doivent adapter leurs méthodes de production et parfois faire des efforts importants pour répondre à ces exigences.

Même si les normes peuvent représenter un frein au départ, surtout pour les petites entreprises, elles peuvent aussi devenir un véritable avantage. Elles permettent de se démarquer, de gagner la confiance des clients et d'avoir accès à de nouveaux marchés. C'est pourquoi elles jouent aujourd'hui un rôle crucial dans le commerce international.

A partir de là , nous avons choisi d'aborder le thème suivant « L'impact des Normes et certifications internationales sur les entreprises exportatrice Cas de l'entreprise ECCBC »

Nous nous sommes donc naturellement orientés vers la construction de la question suivante :

Problématique

- **Dans quelle mesure les normes et certifications internationales influencent-elles la compétitivité de l'entreprise ECCBC ?**

Cette problématique nous amène à fixer les sous question suivantes :

- ✓ Quelles sont les principales normes et certifications internationales mises en œuvre par ECCBC ?
- ✓ Comment l'entreprise ECCBC a pu répondre aux exigences de ses clients ?
- ✓ Quelle est l'effet des normes sur la compétitivité des entreprises exportatrices

Objectifs

Pour répondre à toutes ses questions, les objectifs retenus sont les suivantes :

- **Objectif 1 :** Identifier les différents typologies des normes et certification pour les entreprises exportatrice.
- **Objectif 2 :** Identifier les contraintes et exigences liées à l'exportation pour les entreprises.
- **Objectif 3 :** Analyser l'impact des normes et certifications internationales sur l'exportation des entreprises, à travers l'étude de cas de l'entreprise ECCBC.

Choix du thème et intérêt du sujet :

Nous avons choisi ce sujet pour deux raisons principales:

- Sur le plan académique, il permet d'explorer une thématique encore peu traitée dans le contexte algérien « l'impact des normes et certifications internationales sur les entreprises exportatrices cas ECCBC >> ainsi qu'il est pertinent d'actualité, de plus cette thématique permets d'aborder des aspects variés tels que le droit, l'économie, le commerce international, le management et la qualité ce qui fait que nous avons touché à tous points de notre filière
- Sur le plan personnel et professionnel, ce choix est également motivé par notre expérience Directe au sein de l'entreprise ECCBC, où nous avons pu observer l'effet des normes et certifications sur l'entreprise, ce qui nous a permet aussi de se familiariser avec les enjeux du commerce international et les réalités des entreprises exportatrices ce qui contribue à une meilleure compréhension des défis et des opportunités liées aux normes et certifications dans le contexte du commerce international.

Méthodologie :

Dans le cadre de l'élaboration de notre travail nous avons abordé deux approches: D'abord une méthode de recherche documentaire, en usant des ouvrages, des mémoires de fin d'études, des sites web et des revues scientifique permettant de mieux définir les notions et les concepts relatifs à notre thématique d'une part,

Ensuite, afin de mieux résoudre notre problématique nous avons opté pour une méthodologie mixte composée d'une étude quantitative et qualitative avec un guide

d'entretien adressé aux responsables de service supply chain et aux responsables de service HSE (hygiène sécurité environnement).

Et avec une étude quantitative avec un questionner composé d'un échantillon de 101 personne de type non probabiliste adressé aux consommateurs de la boisons de coca cola

Structure de mémoire :

Afin de répondre à notre problématique de recherche, ce mémoire est structuré en trois chapitres :

- **Le premier chapitre** présente les aspects généraux des normes et certifications : leur origine, leur définition, les différents types, les organismes responsables de leur mise en place, ainsi que les avantages qu'elles offrent.
- Le deuxième chapitre traite de l'impact de ces normes sur les entreprises exportatrices. Il aborde l'évolution du commerce extérieur, les contraintes liées à l'exportation, les exigences des clients internationaux, et l'influence des normes sur les entreprises à l'export.
- **Le troisième chapitre** est consacré à une étude de cas pratique réalisée au sein de l'entreprise ECCBC, active dans le secteur agroalimentaire. Ce chapitre comprend la présentation de l'entreprise, les normes qu'elle a obtenues, le déroulement de l'enquête menée, ainsi que l'analyse de l'impact des normes sur ses activités d'exportation.

Ce travail de recherche sera sanctionné par une conclusion générale dans laquelle nous répondrons à différentes questions posées dans l'introduction générale ainsi aux objectifs.

Chapitre I :

Généralités sur les normes et certifications internationales

Introduction :

Les normes ont existé depuis des siècles mais n'était pas appelé en tant que telles elles ont évolué et sont diversifiés à travers le temps et sont devenues ce qu'elles sont aujourd'hui et sont toujours en constante évolution.

Ce chapitre a pour but de mieux comprendre ce que sont les normes et les certifications, pourquoi elles existent et à quoi elles servent. Nous commencerons par un retour sur leur origine et leur évolution. Ensuite, nous définirons ces notions et les différents types de normes qui existent. Nous verrons aussi quels sont les avantages pour une entreprise d'adopter une norme ou de se faire certifier, les étapes à suivre pour y parvenir, ainsi que les risques et objectifs associés. Enfin, nous présenterons les principaux organismes qui sont en charge de créer et faire respecter ces normes.

Section 01 : Genèse des normes internationales :

De nos jours, il existe une diversité croissante de normes, quels que soient leurs caractères et leurs contenus (nationales, internationales, sécurité sanitaire, protection de l'environnement, commerce équitable, etc.).Et diversifier également leur nature (les États, les ONG, les organismes mixtes de normalisation, etc.). Ces derniers ont apriori pour objectif l'amélioration de la qualité des produits auxquels elles s'appliquent. Au cours des dernières décennies, plusieurs organisations internationales ont été établies pour permettre un fonctionnement meilleur touchant tous les aspects que ce soit social. Économique, environnemental, Etc.la première organisation de standardisation a eu lieu en 1912 aux USA, celle-ci a constitué le point de départ de la normalisation internationale qui a été suivi de la création de plusieurs autres organismes de normalisation qui sont consultés jusqu'à nos jours.

En outre, il est essentiel de considérer l'évolution de la norme à travers le temps pour comprendre le terme de normalisation et ses divers aspects.

1. Historique :

Depuis l'Antiquité, des initiatives de normalisation ont accompagné d'importants mouvements de diffusion et de conquête. Par exemple, l'Empire romain a cherché à imposer un certain nombre de ses normes, tant dans les domaines de la construction que de l'administration [2](comme les voies romaines), aux territoires conquis. On retrouve également des prémices de standardisation dans les grands courants architecturaux, tels que l'art

[2] http://dictionnaire.sensagent.leparisien.fr/ consulté le : 2/3/2025

gothique. Au XIXe siècle, un effort considérable en matière de normalisation, visant à réduire les variétés et à établir des standards, a été entrepris par les principales puissances industrielles.

Les premières réglementations concernant les poids et mesures des aliments ou des marchandises ont été instaurées en Basse-Mésopotamie, vers le IIIe millénaire avant J. -C. , notamment dans le prologue de la loi d'Ur Nammu, roi d'Ur (2112-2095 av. J. -C.). En Égypte antique, on constate également la mise en place de contrôles sur des boissons telles que le vin et la bière. Au Moyen Âge, en Europe, des lois (certaines demeurant encore en vigueur) ont été adoptées pour garantir la qualité et l'innocuité de certaines denrées. C'est au sein de l'Empire austro-hongrois que furent élaborées les premières normes officielles relatives à l'alimentation, touchant un large éventail de produits (Ingénieurs Sans Frontières, 2011).

La recherche de normalisation était ancienne, la notion de norme s'est élargie depuis des décennies pour englober les sciences humaines, puis au milieu du XXème siècle, la normalisation a touché le domaine juridique avec la notion de « hiérarchie des normes », même si le droit positif à était marqué par une certaine idéologie à cette époque. La normalisation s'est étendue aussi aux domaines culturels et linguistiques. En 1912, l'American Institute of Electrical Engineer (aujourd'hui l'IEEE - Institute of Electrical and Electronics Engineers) invita les autres instituts professionnels (American Society of Mechanical Engineers, l'ASME, American Society of Civil Engineers, l'ASCE, American Institute of Mining and Metallurgical Engineers, l'AIMME, American Society for Testing Materials, l'ASTM) à se réunir afin d'établir une organisation nationale apte à définir des standards industriels communs. 1 Suite à cette réunion, six ans après, en 1918, le coordinateur national américain AESC American Engineering Standards Committee a vu le jour. Cette organisation a été créée dans l'objectif de lutter contre les imprécisions de conception et le niveau d'accessibilité des matériaux et produits. C'est en cette année que les départements américains du Commerce, de la Guerre et de la Marine se joignent à l'AESC.

La première norme établie par l'AESC sur la sécurité (American Safety Code) fut approuvée en 1921 qui portait sur la protection des têtes et yeux des travailleurs industriels. En 1926, le secrétaire général de la CEI, l'anglais Charle LE MAISTRE a conduit à la création de ISA International Standard Association qui regroupait les institutions de normalisation non gouvernementales d'une quinzaine de pays, la plupart des pays étaient européens avec la participation de AESC pour les Etats Unis, AFNOR pour la France qui a été

créé la même année et y joue un rôle très actif et celle du Japon. ISA était très active dans les années trente, mais a dû cesser ses activités au début de la seconde guerre mondiale. Puis en 1926, l'AESC devient ASA American Standard Association, cet organisme a été développé, dès le début de la seconde guerre mondiale, des standards militaires (military standard) dans l'objectif de cerner la production et l'industrie américaine dans le cadre de la guerre. Après la seconde [3]guerre mondiale en 1946, 25 instituts de normalisation de différents pays dont la France (AFNOR), les USA (ASA) et la Grande Bretagne (BSI) ont participé à Londres à la création de ISO International Standard Organisation. L'organisation internationale de normalisation fut officiellement créée en le 23 février 1947. Dès le début des années 50, les comités techniques commencèrent à produire ce que l'on appelait à l'époque des « Recommandations ». L'idée fondamentale de la normalisation internationale d'après-guerre, comme le dit Sturen.O (1969) dans son premier discours au Conseil de l'ISO en qualité de Secrétaire général, était d ' « élaborer des Normes internationales à partir des normes déjà existantes au plan national et de les remettre en œuvre au niveau national ». Ainsi les 26 « Recommandations ISO » avaient pour but d'influencer les normes nationales existantes, les milieux économiques n'y faisaient pas référence comme à des Normes internationales indépendantes. (ISO, 1997). Ce n'est qu'au milieu des années cinquante que ISO a commencé à prendre de l'ampleur, cet organisme a manifesté une augmentation incroyable du volume de travail, tout cela est dû aux efforts intenses fournis durant cette période, il avait publié une centaine de recommandations, et dans les années soixante il avait publié plus de 1400 recommandations. Un journal mensuel est tenu par ISO à partir de 1952 qui donne des informations sur ses comités techniques, sur les membres, sur les normes publiées et sur les changements administratifs. Son premier journal fut publié en Mai 1952. A partir de 1960, ISO s'efforce à faire participer davantage de pays à ses travaux de normalisation internationale, particulièrement les pays en développement. ISO n'a commencé à prendre de l'ampleur réellement qu'à partir de 1965. Depuis sa création, ISO a publié 22707 normes internationales couvrant la quasi-totalité des aspects techniques et économiques, aujourd'hui elle compte 164 pays membres. Il faut noter qu'il est le premier organisme mondial de production de normes internationales malgré la diversification des organismes de normalisation qui existent aujourd'hui.

[3]http://genet.univtours.fr/gen002300/DONNEES/biotechsrouges/Les%20agences%20de%20securite%20sanitaire/Normalisation/Organisation%20internationale%20de%20normalisation%20Wikipedia.pdf, consulté le 02/03/2025

2. Définition et concepts clés des normes et certifications internationales :

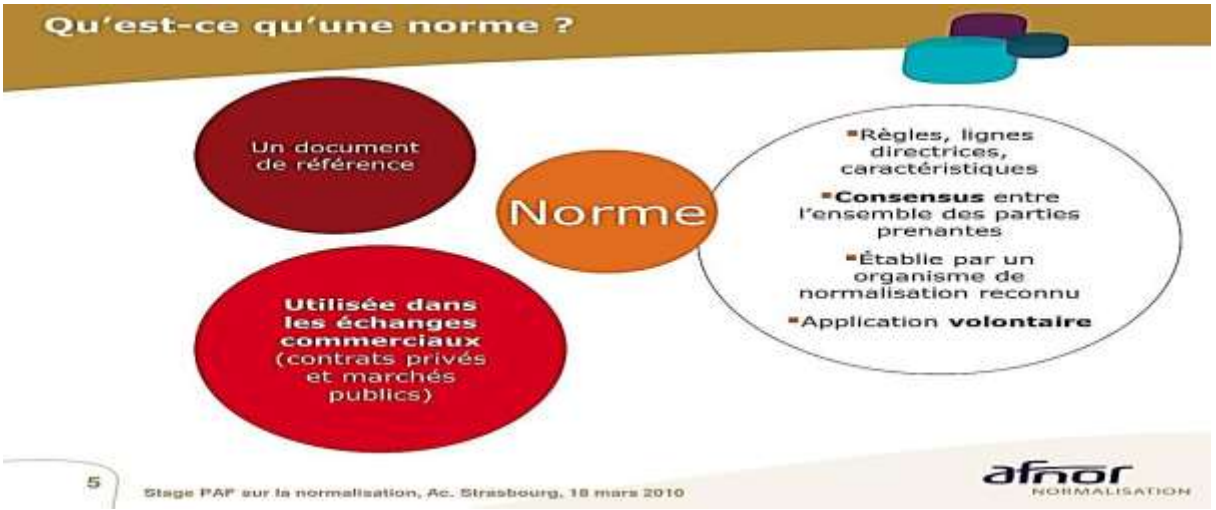
2.1. Définition de la norme

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. Une norme est issue d'un consensus entre les différents acteurs d'un marché producteurs, pouvoirs publics, laboratoires, utilisateurs, consommateurs, fédérations ou syndicats professionnels... Elle est, en règle générale, d'application volontaire et sert de document de référence entre les différents partenaires de la vie économique. Néanmoins, une norme peut être rendue obligatoire par un texte réglementaire (arrêté ou décret) établi par une institution habilitée.

Objectif de la norme est de renforcer la confiance dans le fonctionnement des laboratoires, d'apporter la preuve de leur compétence et de leur capacité à produire des résultats valides

Selon l'Association Française de Normalisation (AFNOR), le Décret N°2009-697 du 16 juin 2009 définit une activité d'intérêt général qui a pour but de produire des documents de référence. Ces documents, élaborés de manière consensuelle par l'ensemble des parties intéressées, portent sur des règles, des caractéristiques, des recommandations ou des exemples de bonnes pratiques liés à des produits, des services, des méthodes, des processus ou des organisations. Cette initiative vise à favoriser le développement économique et l'innovation, tout en intégrant des objectifs de développement durable.[4]

Figure n°1 : Qu'est-ce qu' une norme



Source : Afnornormalisationhttps://www.afnor.org

[4] www.iso.org intitulé de l'article : « qu'est-ce qu'une norme ? ,2015 , p2 Consulté le 10/04/2025

2.2Définition de la normalisation :

Étymologiquement, <Norma» est un terme latin désignant «la règle». Historiquement, les premières normes sont nées dans les domaines de l'électricité et de la métallurgie pour résoudre des problèmes d'interchangeabilité. Puis la normalisation s'est étendue à tous les types de produits industriels. Actuellement, elle dépasse le cadre de la technique et aborde presque tous les domaines en s'ouvrant au monde de la santé, de l'environnement, des services, des processus La normalisation est une activité d'intérêt général qui a pour objet de [5]fournir des documents de référence élaborés de manière consensuelle par toutes les parties intéressées, portant sur des règles, des caractéristiques, des recommandations ou des exemples de bonnes pratiques, relatives à des produits, à des services, à des méthodes, à des processus ou à des organisations.

Figure n°02 : Les enjeux de la normalisation

Source : Normalisation-intelligence territoriale

[5] https:/eduscol.education.fr /sti/sites/eduscol.education.fr.sti/files/ressources/pedagogique/6236/6236-ressource-sur-la-normalisation.pdf consulté le 10/04/2025

2.3. Définition de la certification :

La certification est une sorte d'organisation impartiale indépendante et accréditée qui garantit par écrit que l'organisation, le processus, le service, le produit ou les compétences professionnelles répondent aux exigences spécifiées dans la norme. La certification est une démarche volontaire et gage de confiance pour une entreprise, elle garantit à ses clients que ses produits et/ou services[6]

Et/ou son système de management sont conformes aux normes.

Selon l'AFNOR, la certification qualité se définit comme une garantie fournic par un organisme qualifié et indépendant qui tend à prouver que les produits/services présentent régulièrement certaines qualités spécifiques, qui sont produites par des cahiers des charges ou des normes officielles. De référence élaborés de manière consensuelle par toutes les parties intéressées, portant sur des règles, des caractéristiques, des recommandations ou des exemples de bonnes pratiques, relatives à des produits, à des services, à des méthodes, à des processus ou à des organisations.

La certification représente un outil indispensable, car elle atteste que votre produit ou service satisfait les exigences de votre clientèle, augmentant ainsi votre fiabilité. Dans divers domaines, elle est même imposée par la loi ou par contrat. L'ISO n'est pas impliquée dans les activités de certification.

Cependant, elle crée des normes internationales, telles que ISO 9001 et ISO 14001, mais elle ne propose pas de services de certification se rapportant à ces références, ni ne délivre de certificats.

La certification incombe à des organismes externes de certification. Donc, une entreprise ou une organisation ne peut pas obtenir de certification par le biais de l'ISO.

Le Comité de l'évaluation de la conformité (CASCO) a conçu plusieurs normes touchant au processus de certification pour les organismes de certification.

2.4. Définition d'un organisme certificateur :

C'est un organisme qui fournit une assurance écrite confirmant qu'un produit, un processus ou un service respecte les critères stipulés dans un référentiel.[7]

---

[6] **Challal, Ourdia**. (s.d.). *Normes internationales et les échanges dans le secteur agroalimentaire : Cas des entreprises algériennes* [Thèse de doctorat, Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou

[7] http://eduscol.education .fr /sti/sites/education.fr.si/files/ressources/pedagogique/6236/6236-ressource-sur la normalisation PDF mémoire de fin d'études de master présenté par Melle Merabtene Cylia et M.Arab Abdellah

Cet organisme est habilité à attester la conformité d'un produit, d'un service, d'une entreprise ou de personnes.

Il doit être enregistré auprès du ministère compétent pour l'industrie et doit démontrer compétence, indépendance et impartialité.

Celui-ci, grâce à son réseau d'experts indépendants, décide de la conformité requise, en s'appuyant sur les résultats des tests menés dans des centres techniques, des laboratoires ou lors des audits dans les entreprises, délivrant ainsi le certificat ou l'attestation de conformité approprié.

L'organisme de certification peut réaliser l'inspection elle-même ou sous-traiter cette tâche à un inspecteur ou une entité d'inspection. La décision finale de certification, c'est-à-dire l'émission de l'assurance écrite ou du « certificat », repose sur le rapport d'inspection, possiblement enrichi d'autres sources d'information.

Pour Choisir un organisme de certification :

Voici quelques conseils pour sélectionner un organisme de certification :

- Évaluer plusieurs organismes de certification.
- Vérifier si l'organisme suivent les normes .
- Vérifier si l'organisme est accrédité. L'accréditation n'est pas obligatoire.

Exemple d'organismes certificateurs :

AFNOR Certification se spécialise dans divers domaines tels que la certification des produits (marque NF), des services (Hôtellerie, NF service, etc.), des compétences (AFAQ Compétences) et des entreprises (ISO 9001, ISO 14001, etc.).

BVQI opère principalement dans les secteurs de la qualité, de la sécurité et de l'environnement.

AFCAB (Association Française de Certification des Armatures du Béton) est responsable de la certification des armatures destinées au béton, ainsi que de leurs accessoires et de leur installation.

Le LCIE (laboratoire d'essai et organisme de certification) délivre des certifications de produits aux entreprises de tous les secteurs liés à l'électricité et à l'électronique. CERTIPAQ est un organisme de certification qui s'occupe de la certification des produits.

2.5Certification de qualité :

AFNOR définit la certification qualité comme étant une assurance donnée par un organisme qualifié et indépendant, tendant à attester qu'un produit/service présente régulièrement certaine qualité spécifique, résultant des spécifications énoncées dans un cahier des charges ou une norme officielle.

Afin de créer un partenariat entre le fournisseur et l'acheteur (assurance de la qualité) on introduira la notion de la certification , on distingue :[8]

a-Certification des produits des services :

Pour obtenir la certification d'un produit, le fabricant est tenu de réaliser des contrôles et des tests assurant la conformité du produit aux exigences fondamentales. Certifier un produit implique de démontrer que des moyens d'essai ont été appliqués conformément à une norme.

Quant à la certification des services, elle permet à l'ensemble de l'entreprise d'être validée par une organisation tierce quant aux caractéristiques de ses services.

b-: Certification des entreprises :

La certification d'une entreprise vise à garantir qu'elle gère de manière adéquate ses processus de production tout en maintenant une qualité constante. Cette certification assure que les [9]normes sont respectées, afin de rassurer les clients, les consommateurs et les autorités, non seulement sur la conformité des produits, des services et des organisations aux normes, mais également sur la compétence des entités qui effectuent cette certification.

C- : Certification des opérateurs :

Lors de l'exécution de tâches pouvant présenter des risques élevés, les clients peuvent exiger une certification qui atteste de leurs compétences pour gérer un certain nombre d'opérations.[10]

[8] Daniel Duret Maurice Pillet, Qualité en production de l'iso 9000 à six sigma, paris 2005, p 62
[9] EN VUE d'obtention du diplôme master Génie Industriel thème : impact de la certification ISO9001 : 2015 sur les performance des entreprises algérienne présente par : Khelil Majda et Kanet Nardjes université d'Abou bakar belkaid tlemcen promotion : 2020/2021 P 17
[10] MOR/N. J-M « la certification qualité dans les services , outils de performance et d'orientation client »Edition AFNOR-2001

2.6 Définition de l'accréditation :

Le système de règles, de processus et de gestion nécessaire pour effectuer la certification, incluant les normes de référence pour cette certification, est désigné comme programme de certification.

Un même organisme de certification a la capacité de mettre en place plusieurs programmes de certification distincts. Afin de garantir que les organismes de certification disposent des compétences nécessaires pour réaliser ces programmes, ils doivent être soumis à une évaluation et à une accréditation par un organisme compétent.

Les organismes de certification doivent, en fin de compte, être accrédités par un institut gouvernemental ou semi-public, qui mesure leur conformité avec les directives établies par l'ISO, l'Union européenne ou une autre entité régissant le fonctionnement des organismes de certification et d'inspection. De plus, les organismes responsables de l'établissement de normes peuvent accréditer les organismes de certification en fonction de la portée de leur norme spécifique. Lorsque ces organismes de normes ont créé des standards règlementaires, ils vérifient si la norme spécifique appliquée par l'organisme de certification est conforme à la norme générale et s'ils approuvent la méthode de contrôle employée.[11]

La certification et l'accréditation impliquent des coûts. La mise en œuvre de normes demande généralement des investissements, mais peut également conduire à une diminution des coûts de production sur le long terme. Les effets potentiels de l'application de la norme ainsi que des coûts de certification sur les coûts de production.

B. Définition de Labels :

Un label de certification est un label ou un symbole indiquant que la conformité aux normes a été vérifiée. L'utilisation du label est habituellement contrôlée par l'organe d'élaboration de normes. Le label peut appartenir aux organismes de certification lorsque ceux-ci certifient par rapport à leurs propres normes spécifiques.

Alors que le certificat est une forme de communication entre vendeur et acheteur, le label est une forme de communication avec le consommateur final. Pour que cette communication soit réelle, le label doit avoir une signification. Pour l'Union des consommateurs aux États-Unis, un label qui a une signification n'est pas seulement soutenu par un bon système de certification dénué de conflits d'intérêts, mais le système doit aussi être transparent, les

[11] https://ensm.dz/wp-content/uploads/2024/12/Polycopie-du-module-Normalisation-Accreditation-Certification.-Dr-BOUDEBZA.-D-2021-2022.pdf consulté le 13/04/2025

informations sur le contenu et l'organisation à l'origine du label doivent être accessibles et le [12]public doit pouvoir faire des observations. L'Union des consommateurs préconise également que la signification du label doit être cohérente pour l'ensemble des produits portant le label

C. Définition de la compétitivité :

Comme beaucoup de concepts clefs dans la R&D, il n'y a pas de définition universelle, voici quelques définitions pour illustrer la manière dont on utilise se terme:

Etre compétitif, c'est être capable d'affronter la concurrence tout en se protégeant, selon G Kooenig (1996), « une entreprise compétitive est une entreprise qui ne se met pas en péril et qui sait combiner l'efficacité et efficience, être efficace signifie que l'entreprise atteint son objectif, l'efficience est la capacité d'économiser les ressources pour atteindre l'objectif fixé »

Selon INGHAM Mare << la compétitivité d'une entreprise serait sa capacité dans des condition de concurrence libre et ouvert de produire des biens qui passent le test des marchés internationaux tout en lui permettant de maintenir ou d'améliorer sa rentabilité sur une long période >>

Prenant l'exemple de N.RAMBHUJN (2000) cité par J-F NVINA. Qui considère que la compétitivité d'entreprise comme « une capacité de lutter avec ses concurrents et de les battre ou un produire à cout bas, vendre à prix bas en maintenant la qualité ».

Au niveau macro-économique la compétitivité est la capacité de produire des biens et services qui satisfont aux conditions de concurrence internationale permettant aux habitants d'un pays de bénéficier d'un niveau de vie croissant et soutenable.[13]

D.Définition de l'exportation :

« Selon la comptabilité nationale : les exportations notées E comprennent la valeur des biens neufs ou existants qui quittent définitivement le territoire économique, et les services rendus par les agents résidants aux agent non résidants, et en dehors des services consommés par les ménages non résidants sur le territoire économique »[14]

[12] Food and Agriculture Organization Labels https://www.fao.org consulté le 13/04/2025
[13] LACHALL.L la compétitivité; concepts, définition et application. 2001. p. 29. THIERY SANVIN, la compétitivité de l'entreprise, l'obsenssion de la firme allégée.
[14] Rachid Boujemaa, cours de comptabilité nationale, édition OPU, Alger, 2003 P 18

G.Définition de l'agroalimentaire :

Selon B. MARTORY et J.Y. CAPUL

Agroalimentaire vient du terme agriculture. Elle signifie soit une activité humaine consistant à produire des denrées alimentaires (végétaux et animaux) et certaines matières premières (cotons, caoutchouc naturel, lin,...) utiles à l'homme, Soit le secteur économique qui regroupe l'ensemble des activités visant à transformer le milieu naturel, animal et végétal pour la production d'aliments.[15]

H.Définition de l'industrie :

L'industrie désigne un secteur économique regroupant les activités de transformations de produits (matières premières ou produits semi-finis). L'industrie est un secteur essentiel de l'économie car elle produit des biens qui servent à fabriquer d'autres biens."[16]

I. Définition de l'industrie agroalimentaire :

D'après AUDROING << L'industrie agro-alimentaire recouvrent un ensemble d'activités hétérogènes de transformation de produits agricoles eux-mêmes très divers, l'objectif étant [17]l'alimentaire indirect (produits intermédiaires) ou direct (produits finals) »,

J. Définition des entreprises agroalimentaires :

Les entreprises agroalimentaires sont des entreprises qui réalisent la grande partie de leur chiffre d'affaires dans le conditionnement et la commercialisation des produits alimentaires. Elles détiennent le marché des matières premières et des produits finis leur permettant un contrôle absolu de l'amont et de l'aval de la chaine alimentaire, en d'autres termes c'est un ensemble d'activités diversifiées reliant la production de produits agricoles et la [18]consommation de bien alimentaire. Son développement est dû aux innovations technologiques et à la démographie croissante car pour satisfaire le consommateur il est impératif de produire un produit au design captivant."

[15] B. Martory, J.Y Capul, Economie générale, édition Armand Collin, Paris, 2005, P 14
[16] J. Capul, O. Garnier, Dictionnaire d'économie et des sciences sociales, édition Hatier, 2005, Paris, P 312
[17] J.F. Audroing. Les industries agroalimentaires, édition Economica, Paris, 1995, P 49.
[18] Yvan. B. Francice. B et Tacinthe. F. « L'entreprise agroalimentaire, assurer la croissance », les Éditions du monde alimentaire INC, Canada, 1995, P 27.

Section 2 : Typologie des normes et certification internationales

Pour être compétitives et fiables, les entreprises doivent prouver qu'elles respectent certaines règles de qualité, de sécurité ou de respect de l'environnement. C'est là qu'interviennent les normes et certifications internationales. Elles servent à encadrer les bonnes pratiques dans différents domaines, et permettent aux clients, partenaires ou autorités d'avoir confiance. Dans cette partie, nous allons explorer les principaux types de certifications, les différentes sortes de normes existantes, les plus connues dans le monde, nous allons voir comment une norme fonctionne concrètement, quelles sont les étapes pour sa mise en place, et comment une entreprise peut réussir à être certifiée.

1. Types de certification :

L'AFNOR Certification accompagne depuis 25 ans les organisations de tous secteur et de toutes tailles, à travers le monde, à gagner en compétitivité et faire reconnaitre leurs bonnes pratiques par des signes de qualité, reconnus de professionnels et du grand public.[19]

a) La certification de systèmes

Elle s'applique à l'organisation et aux méthodes de travail pour garantir un niveau de qualité constant de ses produits et services. Elle a pour objectifs d'améliorer la performance de l'organisation, réduire certains de ses couts et accroitre la satisfaction des parties prenantes.

b) La certification de produits :

Elle garantit la constance de la fabrication d'un produit par rapport à des caractéristiques et de performances définies dans une norme volontaire ou un référentiel de certification. Le logo apposé sur le produit valorise les performances tes performances du produit auprès des consommateurs et garantit son aptitude à l'emploi.

c) La certification des services :

Elle a pour objectif de garantir le respect d'engagement qu'une organisation ou une profession prend vis-à-vis de clients. Les critères de référentiels de certification de services portent sur la qualité de la prestation: depuis l'accueil dans les locaux jusqu'à la formation des collaborateurs, en passant par la prise en charge du client ou encore les délais d'attente. Le respect de ces engagements est régulièrement contrôlé.

[19] Mémoire de fin d'etude « Audit de processus de contrôle de la gestion des données collectées au sein de l'institut d'etude de marché et de l'analyse des données cas IMMAR » promotion 2020/2021 présente par Melle SADI FARIDA et Melle SEGUEG SYLIA a l'université mouloud Mammeri Tizi6ouzou

d) La certification environnementale :

Elle distingue des produits et services plus respectueux de l'environnement. Leurs critères garantissent l'aptitude à l'usage de produit et services et une réduction de leurs impacts environnementaux tout au long de leur cycle de vie.

Tableau n°1 : Les différents types de certification.

	Certification de produits	Certification de système qualité	Certification environnemental	Certification de service
Date d'apparition	1987(norme NF en France)	1987	1996	1995 (France)
Type de certification	Résultat	Système	Système	Système et résultat (selon référentiel)
Référentiel	Référentiel (métier ou entreprise)	Norme ISO 9001	Norme ISO 14001	Référentiel (métier ou entreprise)
Garantie Apportée aux clients	Qualité des produits	Qualité d'une organisation	Qualité d'une organisation	Référentiel (métier ou entreprise)

Source : Etablie par nous-même

2. Types des normes :

Les normes peuvent être classées en quatre groupes selon leur type: normes de produits, normes de services, normes de processus, normes de système; ou selon leur rôle normes fondamentales, normes de spécification, normes d'd'analyses et d'essais, et normes d'organisation ou de système.

Selon leurs rôles, les normes peuvent être définies comme suit:

2.1.Les normes fondamentales:

Décrivent des méthodes d'essais et d'analyse et qui mesurent des caractéristiques. Comme leur nom l'indique, elles représentent les bases pour plusieurs activités et aussi plusieurs normes du même type. C'est le type de norme le plus ancien, comme les règles de terminologie, de métrologie, ou les sigles et symboles, les poids et mesures… décrivent des méthodes d'essais et d'analyse et qui mesurent des caractéristiques. Elles sont utilisées dans la vie de tous les jours par de larges couches sociales à travers le monde commerçant, professionnel, étudiants citoyen simple, entreprise, scientifiques, etc. Exemple. Les normes unités de mesure (ou système international d'unités (SI)), intégré à la norme ISO 80000 « Grandeurs et Unités » représentent les normes les plus anciennes, elles ont été adoptées par l'ISO en 1992. La norme ISO 80000 constitue actuellement le guide de normalisation le plus répondu dans le monde et le plus respecté car elle instaure les références de base pour beaucoup de secteurs d'activités et de recherche scientifique

2.2.Les normes de spécifications:

Ce sont les normes contenant des exigences techniques relatives à un produit ou service; elles renseignent sur les exigences auxquelles un produit ou service doit répondre et indiquent les caractéristiques et les seuils de leur performance. Dans le cas où le produit/ service concerné ne satisfait pas une ou plusieurs des spécifications exigées dans la norme, il est classé << hors spécification ».

Les normes de spécifications se devisent à leur tour en deux sous-types: les normes de spécifications fonctionnelles et les normes de spécifications d'architecture.

2.3.Les normes d'organisation :

Comme leur nom l'indique, les normes d'organisation, ou normes de systèmes de management de la qualité, déterminent les fonctions et leur impact organisationnel sur l'organisation. C'est l'ensemble des actions mises en place par une organisation pour mettre en place une démarche qualité ou d'amélioration continue, dans le but d'améliorer la qualité de son organisation, et delà de sa production ou service.

Elles se trouvent au niveau de toutes les fonctions au sein de l'organisation (communication, marketing, production, vente, ressources humaines, logistique...).

Les normes de management de la qualité sont aujourd'hui une priorité pour les entreprises en raison de leur importance pour le développement d'une méthode de gestion basée sur un cycle automatique d'auto-évaluation, de correction et d'amélioration continue des opérations et processus, et delà des produits.

Exemple. Les exigences spécifiées dans la norme ISO 9001: 2000 en matière de système de management de la qualité sont complémentaires aux exigences relatives aux produits.

2.4.Les normes d'analyse et d'essais : elle indiquent les techniques et les outils nécessaires pour effectuer un essai sur un produit (exemple : iso 6506-1 : Matériaux métalliques Essai de dureté Brinell) . Ces normes servent à effectuer des tests sur le produit ou service avant sa mise sur le marché. Elles indiquent les méthodes et moyens de réalisation de ces tests. Ce sont des références pour les laboratoires d'essais, d'analyses et d'étalonnage, elles visent à « établir les exigences générales de compétence, d'impartialité et de cohérence des activités des laboratoires » afin de << renforcer la confiance dans le fonctionnement des laboratoires >>[20]

Figure n°03: les différents types de normes ISO

Source : www.juno.tech types de normes ISO

[20] La norme ISO/IEC 17025:2017. Exigences générales concernant la compétence des laboratoires d'étalonnages et d'essais ». Voir introduction et domaine d'application de la norme. https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std.iso-lec: 17025:ed-3-2:ft consulté le 17/04/202

3. **Les normes de certification les plus connues** :

3.1.L'organisation internationale de normalisation (ISO) :

L'ISO (en français, Organisation internationale de normalisation) ou IOS (en anglais, [21]International Organization for Standardization) est une fédération mondiale regroupant des organismes nationaux de normalisation provenant de 140 pays. L'ISO, une organisation non gouvernementale, a été fondée à Genève en 1947. Sa mission est de promouvoir le progrès de la normalisation et des activités associées à l'échelle mondiale, afin de favoriser les échanges internationaux de biens et services et d'encourager la collaboration dans les secteurs intellectuels, techniques, scientifiques et économiques. Les activités de l'ISO conduisent à des conventions internationales qui sont diffusées sous la forme de normes au niveau mondial.

Figure n°04: Logo de la norme ISO

Source : isocertificationwordpress.com

3.2.ISO 9001 :

ISO 9001 fait partie de la série ISO 9000 qui désigne un ensemble de normes relatives au système de management de la qualité. L'ISO 9001 a vu le jour en 1987 afin de répondre aux exigences qualité les plus basiques au niveau international. Cette norme a été revue pour la première fois en 1994 en donnant lieu à une vision plus généraliste avec plus d'exigences au niveau organisationnel. Cependant, elle avait toujours une forte orientation vers l'industric La révision suivante a eu lieu en 2000. La norme a connu sa plus grande évolution en intégrant les concepts de satisfaction client, d'approche processus et d'amélioration continue. Quant à la révision datée de 2008, elle s'est portée sur des modifications mineures en apportant quelques précisions sur des exigences mal ou peu comprises. En septembre 2015, la nouvelle version est apparue. Elle apporte des changements pour une organisation plus performante, en

[21] ISO ORG, Systèmes de management environnemental Exigences et lignes directrices pour son utilisation, Troisième édition 2015-09-15, ISO 2015, Web: www.iso.org consulté le 18/04/2025

combinant une approche processus, qui intègre le cycle PDCA, et une approche par les risques à tous les niveaux de l'organisation.

ISO 9001 est une norme qui établit les exigences relatives à un système de management de la qualité. Elle aide les entreprises et organismes à gagner en efficacité et à accroître la satisfaction de leurs clients.

3.3.ISO 14001 : (Système de management de qualité).

La norme ISO 14001 a été élaborée par l'Organisation internationale de normalisation (ISO) et constitue une norme internationale définissant la structure et les principes d'un système de management environnemental (SME). Elle fait partie d'un ensemble de normes environnementales regroupées sous la série ISO 14000. Reconnaissant l'importance de cette norme sur la scène internationale, la norme ISO 14001, publiée en 1996 et révisée en 2004, est la plus largement adoptée et offre une garantie de reconnaissance et de validation pour les différentes parties prenantes de la société.

Ces normes sont stables, tant dans le temps que dans l'espace, car elles bénéficient d'une reconnaissance universelle. L'ISO 14001 repose sur un engagement volontaire, et son approche au sein de l'organisation d'une entreprise se fonde sur l'adoption d'une politique environnementale et la mise en œuvre d'un système d'amélioration continue. Cela s'inscrit [22]dans le principe fondamental de l'amélioration continue.

3.4.ISO 22000 : (Management de la sécurité des denrées alimentaires) :

Est une norme international qui spécifie les exigences relatives à un système de management de la sécurité des denrées alimentaires pour tout organisation impliquée dans la chaine alimentaire.

Quelle que soit la taille de leur entreprise ou la nature de leurs produits, les producteurs de denrées alimentaires sont responsables de la sécurité de leurs produits et du bien-être des

Consommateurs. ISO 22000 a été élaborée pour les aider. [23] Les agents pathogènes d'origine alimentaire peuvent provoquer des diarrhées graves ou des infections débilitantes, dont la méningite. [24]

[22] GENDRON C, « La gestion environnementale et la norme ISO 14001». Les presses Universitaires de Montréal, Québec, 2004.
[23] Organisation internationale de normalisation. Normes. [en ligne]. (consulté le 10Mai 2025).<https://www.iso.org/fr/standards.html>
[24] Organisation mondiale de la santé. Sécurité sanitaire des aliments. [en ligne). (consulté le 10/05/2025). <https://www.who.int/fr/news-room/fact-sheets/detail/food-

La contamination chimique peut entraîner un empoisonnement grave ou des maladies à long terme comme le cancer. Les maladies d'origine alimentaire risquent de conduire à une incapacité durable, voire à la mort. Les aliments crus d'origine animale, les fruits et les légumes contaminés par des déjections, ainsi que les crustacés crus contenant des bio-toxines marines sont autant d'exemples d'aliments impropres à la consommation.

3.5.ISO 27001 (Les normes sur la sécurité de l'information) :

Un autre type de norme très connu est celle sur la sécurité et l'information aussi appelée ISO 27001. Cette norme fixe les caractéristiques nécessaires pour établir un système de management de la sécurité de l'information (SMSI) dans une organisation.

ISO 27001 est fondée sur les meilleures pratiques de sécurité en matière de données informatiques et prend en compte les individus, les technologies et les procédures.

Peu importe la taille ou le domaine d'activité de votre organisation, la norme ISO 27001 garantit à votre entreprise un niveau de protection de l'information hors pair Cette certification offre aux organisations de démontrer à leurs clients que la gestion des actifs informationnels est sécurisée à tout moment.[25]

Elle permet également de réduire les dangers reliés aux incidents informatiques, ce qui permet aux entreprises de sauver des coûts.

Les organisations qui possèdent la certification ISO 27001 prouvent qu'elles prennent les mesures nécessaires pour se protéger contre les risques liés au sinistre, au vol ou à la perte de données.

3.6.ISO 45001:(Management de la santé et de la sécurité au travil) :

La norme ISO 45001 représente la nouvelle référence internationale en matière de systèmes de management de la santé et de la sécurité au travail. Elle a été élaborée pour aider les organisations, quelle que soit leur taille ou leur secteur d'activité, à instaurer et à mettre en œuvre des systèmes de prévention efficaces visant à éviter les accidents du travail ainsi que les maladies professionnelles. Cette norme remplace l'ancienne référence, l'OSHAS 18001 version [26]2007, tout en s'appuyant sur ses exigences et principes fondamentaux. De plus, elle intègre les recommandations des Principes

safety#:~:text=Les%20agents%20pathog%C3%A8nes%20d'origine, long%20terme%20comm e%20le%20cancer.>

[25] https://hectorassetmanager.com/iso27001 consulté le 10/05/2025

[26] CHAYMA DHAHRI. Préparation de la migration du système de management de la santé et sécurité au travail de l'OHSAS 18001:2007 vers l'ISO 45001:2018. Rapport de Stage de Fin d'Etudes Pour l'obtention du Diplôme de master professionnel, Université virtuelle de Tunis, 2019;

directeurs ILO-OSH de l'Organisation internationale du travail, ainsi que diverses normes nationales et internationales du travail et les conventions adoptées par l'OIT.

3.7.FSSC 22000:[27]

le FSSC 22000 est un protocole qui repose sur des normes internationales indépendantes telles que l'ISO 22000, l'ISO 9001, l'ISO/TS 22003, ainsi que sur des spécifications techniques adaptées à des programmes préalables spécifiques au secteur, comme l'ISO/TS 22002-1. Ces normes ont été élaborées grâce à une vaste consultation impliquant un grand nombre de parties prenantes à l'échelle mondiale.

Depuis 2010, le FSSC 22000 répond entièrement aux exigences de la Global Food Safety Initiative (GFSI), ce qui atteste que ce programme respecte les normes les plus strictes au monde, favorisant ainsi son acceptation à l'international dans le domaine alimentaire. Le système FSSC 22000 définit précisément les exigences nécessaires pour mettre en place un système de management de la sécurité des denrées alimentaires.

4. HACCP :

Le système HACCP, est une abréviation française de Hazard Analysis Critical Control Point» ou analyse des dangers et des points critiques pour leur maîtrise. Il s'agit d'une procédure d'assurance qualité qui permet d'assurer la sécurité alimentaire et l'hygiène des denrées. Elle doit être appliquée de manière obligatoire, pour toute structure de restauration collective à caractère social. Cette méthode consiste principalement à rédiger et mettre en œuvre des procédures et des autocontrôles pour éviter les risques de toxi-infections. Ces procédures et ces autocontrôles doivent être réguliers (mis à jour périodiquement) et consignés par écrit. Ils doivent également être mis à la disposition des services vétérinaires le cas échéant. Les responsables compétents des établissements sont [28]chargés de les instituer à des fins de contrôler le respect de la conformité de l'installation et du mode de fonctionnement de leur établissement (CGFPTD, 2007).

[27] FSSC 22000 V5: PROTOCOLE DE CERTIFICATION FSSC 22000 VERSION 5

[28] La mise en place du système HACCP selon la norme 22000 dans une industrie alimentaire Mémoire de fin d'étude. Faculté des sciences de la nature et de la vie de l'université de Biskra. Promotion 2021/2022 présenté par M'elle CHOUIREF HAFSA

Selon le Codex Alimentarius :

"Le Système qui repose sur des bases scientifiques et cohérentes, définit des dangers [29]spécifiques et indique les mesures à prendre en vue de les maîtriser et de garantir la salubrité de l'aliment. Le Système HACCP est un outil qui permet d'évaluer les dangers et de mettre en place des systèmes de maîtrise axés davantage sur la prévention que sur l'analyse du produit fini. Tout système HACCP doit être capable d'évoluer et de tenir compte des progrès accomplis, par exemple dans la conception du matériel, les méthodes de transformation ou les innovations technologiques .

Système HACCP peut aider les autorités responsables de la réglementation dans leur tâche d'inspection et favoriser le commerce international en renforçant la confiance dans la salubrité des aliments [Appendice au CAC/RCP 1-1969, Revu 4 (2000))

Confer plus de responsabilités que les programmes traditionnels d'inspection aux fabricants de produits alimentaires en matière de salubrité des aliments[30]

4.1.Fonctionnement de la norme :[31]

Avant tout, il est bon de signaler qu'il n'y a pas une seule démarche de certification possible. En fonction de ce que décrit la norme, chaque entreprise voulant être certifiée dispose d'un cadre et d'une certaine liberté d'action dans ce dernier. C'est pourquoi les phases essentielles seront traitées brièvement. L'évaluation initiale Elle a pour nature l'évaluation de la situation actuelle de l'entreprise par rapport aux exigences des normes. Une fois les écarts mis à jour par rapport à la norme désirée, l'organisation a pour objectif de mettre en place une action pour éliminer ces disparités ou de sélectionner une norme plus adéquate. La planification Comme précisé auparavant, c'est la direction de l'entreprise qui établit le plan d'action. Aussi, celui-ci doit contenir les éléments suivants afin d'être complet selon Todorov (1997)

1. les étapes à suivre et leurs objectifs.

2. les groupes de travail.

3. les responsabilités de chaque groupe .

4. l'estimation budgétaire .

[29] Seddiki Abdellah, « le management de la qualité en production alimentaire : qualité totale(T.Q.C), hugiénes, codex alimentarius, normes iso série 9000 et l'iso 22000, système HACCP » Alger : Hibr, 2008 p 213

[31] DANIEL. B, Maitriser la qualité, édition Maxima, Paris 2006, P 96

5. les délais à respecter Une fois le plan d'action fixé, la mise en œuvre de l'implantation débute réellement.

a) La configuration :

Cette étape se base sur la production de la documentation écrite afin de cristalliser le système de management de la qualité dans toutes les fonctions de l'entreprise. Parmi cette documentation, on peut citer :

- Le manuel de qualité qui définit les grandes lignes de la qualité, ainsi que les objectifs visés par les procédures qui ont été définis auparavant.
- Les instructions de travail qui précisent en détail les activités que doit réaliser le personnel.
- Les plans qualité qui décrivent l'élaboration du produit ou du service de l'entreprise.
- Les enregistrements qualité qui ont pour but de consigner toutes les informations concernant la qualité au sein de l'entreprise. Par la suite, il faut rédiger la documentation concernant les fonctions clés de l'entreprise, ce qui est une exigence primordiale d'ISO 9000.

b) La formation :

Afin de mettre en œuvre la configuration, il est nécessaire de former le personnel au nouveau système de management de la qualité. C'est un point important qu'il soit nécessaire d'intégrer car les employés sont aussi garants du succès de l'implantation des normes.

c)L'implantation :

Si les étapes précédentes ont été réalisées avec succès, les activités et fonctions de [32]l'entreprise doivent se réaliser selon la politique de qualité définie dans le manuel.

d) **La certification :**

Celle-ci est effectuée par des organismes de certification indépendants. Elle est composée de deux étapes :

La revue de documentation et l'audit de certification, la revue des documents a pour nature l'évaluation des documents dits de « qualité » par l'organisme certificateur. L'organisation devra se conformer aux exigences et remarques apportées par l'organisme de certification. L'audit constitue la seconde phase primordiale de la certification. Celle-ci est

[32] Seddiki Abdellah, le management de la qualité en production alimentaire: qualité totale (T.Q.C), hugiénes, codex alimentarius, normes iso série 9000 et l'iso 2200), système HACCP » Alger: Hibr, 2008 p 213.

exécutée sur place afin de contrôler la conformité des documents rédigés lors du stade précédent avec les activités de l'entreprise s'y référant. Si les résultats de cette phase sont concluants, l'entreprise se verra certifiée selon la norme qu'elle avait sélectionnée.

Section 03 : les avantages des normes et certification international :

1. Avantage des normes :

Les normes internationales apportent des bénéfices sur les plans technique, économique et social. Elles facilitent l'harmonisation des spécifications techniques des produits et services, ce qui renforce l'efficacité industrielle et élimine les barrières au commerce mondial. S'aligner sur ces normes est un gage de confiance pour les consommateurs, garantissant que les produits sont sûrs, efficaces et respectueux de l'environnement.

1.1.Pour les entreprises :

Les normes internationales sont des ressources stratégiques et des directives destinées à accompagner les entreprises face aux défis majeurs de l'économie contemporaine. Elles assurent le fonctionnement optimal des opérations, boostent la productivité et poussent les entreprises à se lancer sur de nouveaux marchés. En optimisant les processus, les normes internationales exercent un effet bénéfique sur la performance financière.

-Amélioration de la satisfaction client :

Les normes internationales aident à rehausser la qualité, à augmenter la satisfaction des clients et à stimuler les ventes.

-Accès à de nouveaux marchés :

Les normes internationales participent à la suppression des obstacles commerciaux, ouvrant ainsi les portes des marchés mondiaux.

-Accroissement des parts de marché :

Les normes internationales favorisent l'augmentation de la productivité et des

Concurrentiels.

-Avantages environnementaux :

Les normes internationales contribuent à la réduction des impacts négatifs sur l'environnement.

1.2.Pour la société

L'ISO a élaboré plus de 19500 normes touchant presque tous les aspects de la vie quotidienne. Lorsque produits et services respectent ces normes internationales, les consommateurs ont l'assurance qu'ils sont :

Fiables et de haute qualité. Par exemple, les normes ISO relatives à la sécurité routière, à la sécurité des jouets et à la sécurité des matériaux d'emballage pour médicaments ne représentent qu'un aperçu des normes qui rendent le monde plus sûr.

Pour maximiser les bénéfices des normes internationales ISO, l'ISO encourage l'engagement des consommateurs dans le développement des normes via son Comité pour la politique en matière de consommation (COPOLCO).

Les normes internationales concernant la qualité de l'air, de l'eau et du sol, ainsi que sur les émissions de gaz à effet de serre et d'autres enjeux environnementaux, participent aux initiatives visant à protéger l'environnement et la santé des citoyens.

2. Les avantages de la certification :

Une enquête des Nations Unies réalisée en 2009 révèle que 98 % des sociétés ayant obtenu la certification ISO la considèrent comme un investissement judicieux. En 2012, une revue de 82 études sur la certification ISO a mis en lumière ses bénéfices évidents en matière de fonctionnement, de satisfaction des clients et d'engagement des employés.

Mademoiselle Ledoux a détaillé certains des bénéfices spécifiques liés à l'obtention de la certification, qui incluent :

2.1.Encouragement de l'adoption de bonnes pratiques :

Les certifications ISO et autres normes facilitent l'application des meilleures pratiques reconnues à l'échelle internationale au sein des entreprises. Des normes existent pour divers domaines, allant de la gestion de la qualité jusqu'à la performance environnementale, sans oublier la sécurité de l'information, la sécurité alimentaire, ainsi que la gestion des risques et la santé.

2.2.Augmentation de la productivité :

Le respect des normes requiert de bien définir les processus opérationnels, de les documenter, et d'assurer leur suivi. Il est aussi essentiel de fixer des objectifs pour l'entreprise

et d'évaluer son progrès. Cela joue un rôle crucial pour s'assurer que l'entreprise reste productive et efficiente.

2.3.Satisfaction des clients :[33]

Les normes contribuent à la satisfaction des clients en optimisant la gestion des plaintes, en améliorant le contrôle qualité et en surveillant la satisfaction client. Une diminution des plaintes est l'un des principaux atouts de la certification.

Renforcement de l'engagement des employés :

L'adhésion aux normes ISO peut accroître l'engagement et la productivité des collaborateurs. Une analyse de la recherche réalisée en 2012 a montré que les entreprises certifiées affichaient de meilleures performances en termes de satisfaction au travail, de turnover, d'absentéisme, ainsi que de motivation et de communication entre les employés.

Applicable aux entreprises de toutes échelles :

La certification convient aux entreprises de toute taille. Souvent, les petites structures obtiennent une certification pour satisfaire les exigences de leur chaîne d'approvisionnement ou parce qu'elles souhaitent adopter des pratiques exemplaires.

3. Les étapes vers l'obtention de la certification :

Les étapes vers la certification sont :

- ✓ définir les processus liés à la satisfaction du client ;
- ✓ Recueillir et analyser des pratiques existantes dans l'entreprise
- ✓ Réécrire les documents décrivant les règles et procédures de fonctionnement conformes et adaptés et les organisateurs en conformité avec les exigences de la norme
- ✓ Appliquer les actions conduisant à l'application des règles :
- ✓ Demande de certification.

4. Objectifs et risques de la certification de l'entreprise :

- Risque de plaquer sur l'entreprise des procédures non concertées ayant des rigidités[34] paralysantes au motif de conformité aux normes.

[33] Mémoire de fin d'étude présente par Kheli l Madjeda et kenet Nardjes promotion : 2020/2021 université d'abou bakr belkaid telmcen intitulé : impact de la certification ISO 9001 : 2015 sur la performance des entreprises algérienne p19

[34] BOUKHALFA KENZAB : P 2023 « le management de qualité et son impact sur le choix des clients (cas laiterie TASSILI) » Mémoire de fin d'étude faculté des sciences économique commerciales et des sciences de gestion UMMTO Tizi-Ouzou

- La norme vise à inciter l'entreprise à se donner les moyens de supprimer et de corriger toutes les non-conformités pour qu'elles ne frappent pas le client.
- Un autre risque est de faire croire au chef d'entreprise, après avoir obtenu la certification, que le niveau atteint autorise le relâchement et l'arrêt du processus d'amélioration. Un tel comportement est tout à fait dangereux.
- Ce dernier pousse à nouveau l'élan qui avait dynamisé l'entreprise dans les phases de conduite du projet et annule tout le profit qui en pourrait procéder conduit tout le personnel dans une nouvelle routine difficilement supportable. De même la certification ne doit pas être un frein à des réorganisations ou des modifications ultérieures d'ampleur importante qui bousculent les règles établies[35].

Tableau n° 02 : Le rôle des certifications dans l'accès aux marche internationaux

Rôle	Description
Preuve de conformité	Atteste que le produit répond aux exigences techniques locales
Renforcement de la confiance	Rassure États, distributeurs et consommateurs étrangers
Suppression de barrières techniques	Évite des délais liés à des contrôles secondaires en douane
Élément de différenciation	Permet de se positionner face à des concurrents non certifiés
Ouverture de marchés réglementés	Permet d'accéder à des marchés nécessitant des certifications particulières (comme le marquage «CE» en Europe)

Source : Réalise par nous-même

[35] BOUKHALFA KENZAB: P 2023 le management de qualité et son impact sur le choix des clients (cas laiterie TASSILI) -Mémoire de fin d'étude faculté des sciences économique commerciales et des sciences de gestion UMMTO Tizi-Ouzou

Section 04 : Les organismes de normalisation

Les organismes de normalisation jouent un rôle essentiel dans l'harmonisation des pratiques industrielles, commerciales et scientifiques à l'échelle mondiale. Leur mission principale consiste à développer des normes qui garantissent la qualité, la sécurité et l'interopérabilité des produits et services.

1. Les instances mondiales de normalisation :

1.1 Le comité européen de normalisation (CEN) :

Le Comité Européen de Normalisation a été créé en 1961 par les instituts de normalisation des pays membres de l'Union européenne et par les pays membres de l'Association Européenne de Libre-échange (AELE) pour permettre l'harmonisation des normes européennes. Sa mission est d'offrir une structure efficace pour l'élaboration, la mise à jour et la diffusion d'ensembles cohérents de normes et de spécifications, mais aussi de proposer des produits et services directement ou indirectement apparentés aux normes et à leur utilisation. Les normes européennes éditées par le CEN portent le suffixe EN et sont ensuite « préfixées » dans les agences de normalisation nationales qui les diffusent. En France, l'AFNOR (Agence Française de normalisation) qui diffusent les normes du CEN sous le nom de norme NF EN

1.2Agence française de normalisation (AFNOR) :

Créée en 1926, elle compte aujourd'hui environ 3000 entreprises adhérentes. L'AFNOR (Agence Française de Normalisation) anime le système central de normalisation en France et participe à l'ISO. Elle est constituée de 31 bureaux de normalisation sectoriels, de représentants des pouvoirs publics et de 20 000 experts

1.3La normalisation en Algérie :[36]

1.3.1L'institut algérien de normalisation (IANOR) :

L'Institut Algérien de Normalisation (IANOR) a été érigé en établissement public à caractère industriel et commercial (EPIC) par Décret Exécutif n° 98-69 du 21 Février 1998 modifié et complété par le Décret exécutif Décret exécutif n° 11-20 du 25 janvier 2011. Il est chargé de : • la centralisation et la coordination de l'ensemble des travaux de normalisation entrepris par les structures existantes et celles qui seront créées à cet effet.

[36] file:///C:/Users/Big%20Computer/Desktop/documents%20memoire/chapitre%2001%20%20section%2002.Consulté le 15/05/2025

• l'adoption de marques de conformité aux normes algériennes et de labels de qualité ainsi que la délivrance d'autorisation de l'utilisation de ces marques et le contrôle de leur usage dans le cadre de la législation en vigueur.

• la promotion de travaux, recherches, essais en Algérie ou à l'étranger ainsi que l'aménagement d'installations d'essais nécessaires à l'établissement de normes et à la garantie de leur mise en application.

• la constitution, la conservation et la mise à la disposition de toute documentation ou information relative à la normalisation.

• l'application des conventions et accords internationaux dans les domaines de la normalisation auxquels l'Algérie est partie.

• assure le secrétariat du Conseil National de la Normalisation (CNN) et des Comités Techniques de Normalisation .

• L'Institut Algérien de Normalisation est en outre le point d'information algérien sur les Obstacles Techniques au Commerce (OTC) et ce conformément à l'accord OTC de l'Organisation Mondiale du Commerce.

- **Missions** : Le développement récent de la normalisation a été marqué par l'importante impulsion donnée à la normalisation internationale par la mondialisation qui s'impose progressivement. Avec la globalisation des marchés et l'accélération des changements [37]technologiques, normalisation et certification deviennent pour les acteurs économiques des outils de développement des échanges. Dans ce contexte, le rôle de l'IANOR est d'animer cette activité de normalisation et de répondre aux attentes des acteurs économiques et d'anticiper l'évolution de leurs besoins. L'IANOR a constitué une équipe pluridisciplinaire expérimentée autour de quatre grands métiers au service des entreprises et collectivités pour :

• Élaborer les référentiels demandés par les acteurs économiques.

• L'IANOR aide les acteurs socio-économiques à élaborer les référentiels normatifs dont ils ont besoin pour leur développement stratégique et commercial, en leur facilitant l'accès au processus de normalisation, à l'information et en assurant des services d'accompagnement.

• Aider les acteurs à accéder aux référentiels normatifs. L'IANOR conçoit et fait évoluer une gamme de produits et services d'information ciblés à travers des supports faisant appel aux

[37] idem

techniques les plus récentes. -Aider les acteurs à appliquer les référentiels normatifs. A travers des prestations de formation, audit, conseil et accompagnement

, • l'IANOR aide les entreprises à intégrer, dans leur stratégie comme dans leur vie quotidienne, l'approche des référentiels et les démarches de progrès.

• Proposer une offre de certification. Devant la prolifération de l'offre, la certification de produits devient de plus en plus un argument commercial et de marketing vis-à-vis de consommateurs de plus en plus informés.

. • L'IANOR propose une certification de produit (marque TEDJ), en s'appuyant sur des référentiels normatifs algérien. Ces missions engagent l'IANOR dans tous les secteurs économiques, et notamment dans tous les domaines outres les nouvelles technologies, en s'appuyant sur de nouvelles normes, construisent le monde de demain.

1.3.2 Organisme algérien d'accréditation (Algerac) : [38]

Dès l'année 2000, l'Algérie a pris conscience de l'urgence de la mise en place d'un organisme d'accréditation national opérationnel afin de pouvoir s'adapter aux exigences de la mondialisation. Placé sous l'autorité du Ministère de l'Industrie, l'Organisme Algérien d'Accréditation – ALGERAC a été créé par décret exécutif n° 05 – 466 du 6 décembre 2005 et est le seul organisme national reconnu par ses pairs en charge de délivrer après évaluation et sur la base de normes internationales, des accréditations au profit des organismes d'évaluation de la conformité attestant de leurs compétences techniques et organisationnelles à réaliser des prestations de services d'essais, d'analyses, d'étalonnage, d'inspection ou de certification. A son tour, ALGERAC est soumis à des évaluations périodiques par ses pairs « European Accreditation – EA » et fonctionne avec un système management basé sur des exigences internationales conformes au référentiel ISO/CEI 17011 et par lequel ALGERAC est sommé de respecter les trois (03) critères de base : impartialité, objectivité et indépendance.

Mission : - Mettre en place les règles et procédures relatives à l'accréditation des organismes d'évaluation de la conformité.

- Examiner les demandes et délivrer les décisions d'accréditation aux organismes d'évaluation de la conformité, conformément aux normes nationales et internationales

[38] http://www.algerac.dz Consulté le 16/05/2025

pertinentes, - Procéder au renouvellement, suspension et retrait des décisions d'accréditation.

- Elaborer des programmes périodiques relatifs à l'évaluation de la conformité
- Conclure toutes conventions et accords en rapport avec ses programmes d'activités avec les organismes étrangers similaires et de contribuer aux efforts menant à des accords de reconnaissance mutuelle.
- Représenter l'Algérie auprès des organismes internationaux et régionaux similaires ; Editer et diffuser des revues, brochures ou bulletins spécialisés relatifs à son objet.
- Mettre en place les règles et procédures relatives à l'accréditation des organismes d'évaluation de la conformité.
- Examiner les demandes et délivrer les décisions d'accréditation aux organismes d'évaluation de la conformité, conformément aux normes nationales et internationales pertinentes.
- Procéder au renouvellement, suspension et retrait des décisions d'accréditation ; Elaborer des programmes périodiques relatifs à l'évaluation de la conformité .Conclure toutes conventions et accords en rapport avec ses programmes d'activités avec les organismes étrangers similaires et de contribuer aux efforts menant à des accords de reconnaissance mutuelle .
- Représenter l'Algérie auprès des organismes internationaux et régionaux similaires
- Editer et diffuser des revues, brochures ou bulletins spécialisés relatifs à son objet.

Enfin, Les normes sont souvent perçues plus comme des contraintes que comme des outils venant en appui de la diffusion de l'innovation et des bonnes pratiques, de l'accès aux marchés mondiaux ou de réponse aux exigences du développement durable. Elles établissent sur une base volontaire les règles, les pratiques, les métriques ou les conventions utilisées dans les sciences, la technologie, le commerce et l'ensemble de la société.

2Les principaux avantages de la normalisation :

L'ISO a été fondée dans l'optique d'apporter une réponse à une préoccupation majeure avant d'entreprendre toute activité quelle est la meilleure façon de procéder

Son premier travail de normalisation portait sur des concepts de base tels que les poids et mesures et, en l' espace d' une cinquantaine d' années , le portefeuille de normes ISO s'est étendu à presque tous les secteurs , depuis les humbles chaussures jusqu'aux réseaux Wi-Fi complexes qui nous permettent de nous connecter de manière invisible les uns aux autres . La

[39]conformité aux Normes internationales représente un gage de confiance pour les consommateurs que les produits et services sont sûrs, fiables et de bonne qualité.

Les normes ISO sur la sécurité routière, la sécurité des jouets et la sécurité des matériaux d'emballage pour médicaments ne sont qu'un échantillon des normes qui fournissent à rendre le monde plus Les Normes Internationales ISO aident les entreprises de toutes tailles et de tous secteurs à réduire leurs coûts , à améliorer leur productivité et à accéder à de nouveaux marchés . Pour les PME, les normes constituent un avantage de la manière suivante : Gagner la confiance des clients dans la qualité et la fiabilité des produits. Pour rester en conformité avec les exigences réglementaires au moindre coût . Pour réduire les coûts pour chaque aspect de leurs activités. Pour accéder aux marchés dans le monde entier.

3 Les enjeux de la normalisation :[40]

La norme, C'est un outil d'échange car elle permet :

- le développement des marchés en harmonisant les règles et les pratiques et en réduisant les entraves techniques aux échanges .
- la clarification des transactions en aidant à la définition des besoins, en optimisant les relations clients/fournisseurs, en fournissant un référentiel pour la valorisation des produits et services. C'est un outil de développement pour l'économie car elle permet :
- la rationalisation de la production par la maîtrise des caractéristiques techniques des produits, la validation des méthodes de production et la garantie de la sécurité aux opérateurs et installateurs
- le transfert de technologies nouvelles dans des domaines essentiels pour l'entreprise et la collectivité : nouveaux matériaux, systèmes d'information, technologie de veille, électronique, productique... C'est, pour l'utilisateur, un outil de transparence et de progrès qui contribue
- à son information, en l'aidant à choisir des produits dont l'aptitude à l'emploi est conforme à ce qu'il attend, - à sa protection, la normalisation garantissant la conception et la fabrication de produits sûrs. C'est un outil stratégique pour l'entreprise ou l'acteur économique qui participe aux travaux car elle lui permet : - d'innover, d'anticiper et de faire évoluer ses produits.

[39] https://agritrop.cirad.fr/569922/1/document_569922;PDF AVANTAGE de normalisation consulté le 17/05/2025

[40] https://agritrop.cirad.fr/569922/1/document_569922.pd consulté le 17/05/2025

- d'être compétitif, d'avoir de meilleures armes pour conquérir des marchés, de mieux connaître les marchés et leurs tendances. C'est un outil de politique publique qui constitue un complément de la réglementation et une référence pour l'ouverture et la transparence des marchés publics

Conclusion :

Ce premier chapitre a permis d'établir un cadre théorique essentiel pour comprendre les normes et certifications. Dans cette partie de travail nous avons retracé leur évolution historique, clarifié leurs définitions et typologies, tout en mettant en lumière les nombreux avantages qu'elles offrent. Nous avons également identifié les différents organismes impliqués dans le processus de normalisation, qu'ils soient d'ordre national ou international.

Cette approche globale révèle que les normes et certifications ne se résument pas à de simples référentiels techniques, mais qu'elles représentent de véritables vecteurs de compétitivité, de qualité et de confiance. Elles jouent un rôle clé dans l'harmonisation des pratiques et la structuration des marchés.

Ces éléments fondamentaux serviront de fondation pour explorer, dans les chapitres suivants, les applications concrètes des normes et certifications dans des contextes spécifiques, ainsi que leurs impacts sur les entreprises exportatrices.

Chapitre II :

L'impact des normes et certifications international sur la stratégie d'exportations des entreprises

Introduction :

Aujourd'hui, les entreprises qui souhaitent exporter doivent faire face à de nombreuses exigences imposées par les marchés étrangers. Les normes et certifications internationales jouent un rôle très important dans ce processus. Elles permettent aux entreprises de prouver que leurs produits respectent des standards de qualité, de sécurité ou d'environnement reconnus à l'échelle mondiale. Ainsi, ces normes deviennent un outil stratégique pour réussir à l'international.

Ce chapitre vise à mieux comprendre l'impact des normes et certifications sur les entreprises exportatrices. Nous avons commencé par une présentation de l'évolution du commerce extérieur. Ensuite, nous verrons les difficultés que peuvent rencontrer les entreprises à l'export. La troisième section mettra l'accent sur les attentes des clients à l'international. Enfin, nous analyserons l'impact de ces normes sur les performances des entreprises exportatrices.

Section 01 : Le commerce extérieure et son évolution :

1 Définition de commerce extérieure :

Le commerce extérieur englobe l'ensemble des échanges de biens et de services entre un pays et le reste du monde. Ces échanges concernent non seulement des marchandises, mais aussi des services et des capitaux. On peut le diviser en trois catégories principales :

Le commerce d'importation, le commerce d'exportation et le commerce de transit.

a) **Le commerce d'importation** : consiste à acquérir des produits en provenance de l'étranger pour la consommation locale.
b) **le commerce d'exportation** : concerne la vente de biens fabriqués à l'intérieur des frontières d'un pays vers des marchés étrangers.
c) **le commerce de transit** : permet à un produit provenant d'un pays A, destiné à un pays C, de traverser le pays B sans avoir à payer de droits de douane.

2 L'évolution du commerce extérieur Son évolution en Algérie :

L'un des principaux objectifs de la politique commerciale algérienne est de diversifier les [41]partenaires commerciaux. Cependant, l'héritage colonial de plus d'un siècle sous la

[41] A.J.YEATS: A Quoi tient la marginalisation de l'Afrique subsaharienne dans le commerce mondial international finances et développement, décembre 1990, vol 33, n" 4 BIRD. p. 36.

domination française et le caractère exclusif de cette relation ont constitué des obstacles significatifs à la réalisation de cet objectif.

En conséquence, la stratégie commerciale de l'Algérie s'est concentrée sur la nécessité de se détourner de l'ancien colonisateur pour explorer de nouveaux partenariats. L'Algérie n'a pas entrepris cette diversification pour le simple plaisir de le faire. Les déclarations du ministre du Commerce de l'époque soulignent que l'Algérie visait à établir des relations avec des pays susceptibles d'importer ses produits, et ce, à des conditions avantageuses. Cela traduit clairement une recherche de partenaires offrant des opportunités variées.

La période allant de 1980 à 2005 a [42]connus des événements majeurs. La scène économique nationale a été marquée par des situations diversifiées, dont l'intensité a contraint les autorités algériennes à réexaminer leur politique économique dans son ensemble, et plus particulièrement celle du commerce extérieur.

La crise de cessation de paiement qui a caractérisé le début des années 1990 a été le catalyseur qui a poussé l'Algérie à faire appel au FMI. En échange d'une aide précieuse, le FMI a conditionné son soutien à l'acceptation par les autorités algériennes de certaines mesures, notamment la libéralisation du commerce extérieur, jusqu'alors perçue comme une étape majeure dans leur démarche de libéralisation. Ce modeste pas vers l'économie mondiale libérale a effectivement facilité les négociations avec l'Organisation mondiale du commerce (OMC) ainsi que la signature d'un accord d'association entre l'Algérie et l'Union européenne.

2.1. Les théories du commerce international :

Les exportations et les importations, communément appelées échanges extérieurs, jouent un rôle central dans la dynamique économique des pays. Leur impact sur la croissance dépend essentiellement du degré d'ouverture de l'économie nationale. Les théories du commerce international visent à expliquer les flux d'échanges entre les nations ainsi que les bénéfices que ces dernières peuvent tirer de la spécialisation. Ainsi, selon ces théories, les exportations d'un pays sont généralement liées à ses avantages comparatifs.

2.2. Les théories traditionnelles du commerce international :

Les fondements classiques de la pensée économique en matière de commerce international reposent principalement sur les contributions d'Adam Smith, de David Ricardo

[42] MUCCHIELLI J. L, MAYER T., Economie internationale, Editions Dalloz, Paris, 2005, p. 115.
DigiSchool: https://www.doc-etudiant.fr/Commerce/Commerce-international/Cours-Commerce-international-129971.html PDF

et sur le théorème de Heckscher-Ohlin-Samuelson (HOS). Ces approches mettent en avant les bénéfices liés à la spécialisation des pays dans certaines productions.

2.3. La théorie des avantages absolus d'Adam Smith :

Dans son ouvrage de 1776, Adam Smith soutient que chaque pays a intérêt à se spécialiser dans les productions où il est le plus productif, c'est-à-dire celles où il dispose d'un avantage absolu. En contrepartie, il importera les biens pour lesquels il est moins performant. [43]Autrement dit, chaque pays gagnerait à produire ce qu'il sait faire le mieux, et à échanger avec d'autres pour le reste. Toutefois, cette théorie reste incomplète car elle ne prend pas en compte les situations où un pays ne possède aucun avantage absolu. C'est dans ce contexte que la théorie des avantages comparatifs de David Ricardo apporte une réponse plus globale.

2.4. La théorie des avantages comparatifs de David Ricardo :

David Ricardo, dans Principes de l'économie politique et de l'impôt (1817), montre que le commerce international peut être bénéfique même si un pays ne possède pas d'avantages absolus. Il illustre son propos à travers un exemple comparant l'Angleterre et le Portugal dans la production de drap et de vin. Supposons qu'avec une même quantité de travail, le Portugal produise 20 mètres de drap et 300 litres de vin, tandis que l'Angleterre n'en produise respectivement que 10 et 100. Le Portugal est plus performant dans les deux cas, mais l'Angleterre conserve un intérêt à l'échange si elle se spécialise dans la production où son retard est le moins important (le drap) pendant que le Portugal se concentre sur le vin.

La loi des avantages comparatifs affirme ainsi qu'un pays a toujours intérêt à se spécialiser dans les productions où il est relativement plus performant ou, à défaut, où il est le moins désavantagé. Cependant, cette logique ne porte ses fruits que si la demande étrangère pour les produits nationaux est suffisamment forte.[44]

Par ailleurs, cette spécialisation peut comporter des risques, notamment pour les pays en développement dont les avantages comparatifs reposent essentiellement sur l'exploitation des ressources naturelles. Ces pays, souvent riches en matières premières, en particulier dans le secteur de l'énergie, sont confrontés à des difficultés structurelles. Le manque de

[43] idem
[44] GUILLOCHON Bernard, KAWECKI Annie, Économie internationale: commerce et macroéconomie », Editions Dunod, Paris, 200 3, p. 5.

diversification de leurs exportations, combiné à la volatilité des prix des matières premières, fragilise leur croissance. Dans ce cadre, une spécialisation fondée sur les ressources naturelles n'engendre pas nécessairement un cercle vertueux de croissance, car elle empêche l'allocation des ressources vers des secteurs concurrentiels à plus fort potentiel sur les marchés internationaux.

2.5 Le théorème Heckscher-Ohlin-Samuelson (HOS) :

Les économistes Eli Heckscher et Bertil Ohlin cherchent à expliquer l'origine des différences de coûts comparés entre les pays. Contrairement à Ricardo, ils considèrent que les techniques de production peuvent être transférées d'un pays à l'autre. Selon eux, si les coûts de production diffèrent, c'est essentiellement en raison des différences dans les dotations en facteurs de production, notamment le capital et le travail. Par exemple, dans un pays disposant d'une main-d'œuvre abondante, les salaires auront tendance à être bas, ce qui encouragera les entreprises à se spécialiser dans des secteurs à forte intensité de travail.

De là, ils formulent la loi des proportions des facteurs, selon laquelle chaque pays tend à se spécialiser dans les productions qui utilisent de façon intensive les facteurs de production dont il dispose en abondance. Inversement, il importe des biens dont la production nécessite des facteurs rares ou coûteux à l'intérieur de ses frontières. En somme, les flux d'échanges s'expliquent par les différences de dotations factorielles.

Cette approche est approfondie par Paul Samuelson dans les années 1940, qui montre que, sur le long terme, le commerce international peut conduire à une égalisation des rémunérations des facteurs entre pays. Autrement dit, les écarts de coûts entre les pays tendent à s'atténuer, réduisant ainsi progressivement les incitations à l'échange international.

Cependant, une mise à l'épreuve empirique du modèle HOS a été réalisée par Wassily Leontief en 1944, et a donné lieu à ce que l'on appelle le paradoxe de Leontief. En étudiant la structure des exportations américaines, il constate que les États-Unis – pourtant fortement dotés en capital et relativement moins en main-d'œuvre – exportent des biens à forte intensité de travail, et non de capital. Ce résultat inattendu remet en question les conclusions du modèle HOS.

Leontief explique ce paradoxe par la qualité du capital humain américain, notamment la qualification, l'organisation et la productivité du travail, qui compenseraient la moindre abondance quantitative de la main-d'œuvre.

Ce paradoxe met en lumière un aspect essentiel souvent négligé par les modèles traditionnels : l'importance du capital humain dans la compétitivité à l'exportation.

Par ailleurs, une autre limite aux théories classiques du commerce apparaît à partir des années 1950 avec l'essor des échanges intra-branches, c'est-à-dire des échanges de biens similaires entre pays développés. Ce phénomène s'explique en grande partie par le progrès technologique et la spécialisation au sein d'un même secteur. Par exemple, deux pays peuvent chacun produire et exporter des téléphones ou des ordinateurs portables, mais de marques ou de gammes différentes, ce qui traduit une montée en gamme de la spécialisation et une diversification de l'offre.[45]

Section 02 : Les contraintes liées à l'exportation :

Le développement international des entreprises bien qu'il représente une voie indispensable pour leur pérennité, il reste corollaire des contraintes qui freinent leur processus d'internationalisation. C'est pourquoi, il convient pour toute entreprise voulant se lancer à l'international de prendre en considération et d'analyser puis de mettre en œuvre les moyens nécessaires afin de lever l'ensemble de ces contraintes. Nous allons dans ce qui suit nous intéresser à l'identification de ces différentes contraintes, car cela nous permet de comprendre, dans quelle mesure ces dernières constituent une véritable entrave de l'internationalisation de l'entreprise notamment dans le cadre des exportations.[46]

Plusieurs enquêtes et travaux empiriques ont été réalisés dans le cadre de l'appréciation des facteurs perçus comme des contraintes freinant le développement international, notamment par les entreprises exportatrices. En effet, plusieurs contraintes qu'elles soient internes ou externes à l'entreprise, sont à l'origine de l'aversion que porte les dirigeants des entreprises en matière de développement des opérations à l'international.

Nous distinguons ainsi, les contraintes liées aux ressources et compétences des entreprises exportatrices ce sont des contraintes internes à l'entreprise et celle de l'environnement externe dans lequel opèrent ces entreprises. Ces dernières sont développées dans le point portant sur les risques à l'exportation.

[45] RAINELLI M., Le commerce international, Editions La Découverte. Paris, 1997, p. 46.
GUILLOCHON Bernard, KAWECKI Annie. Op. cit., p. 40.
[46] NIOSI Jorge, ZHEGU Majlinda, «Etude sur l'accompagnement à l'internationalisation des petites et moyennes entreprises québécoises», Université de Québec à Montréal, Août 2011, p. 8.

1 Définition d'une stratégie à l'exportation :

Pour réussir durablement à l'international et éviter des erreurs coûteuses, il est primordial qu'un exportateur définisse une stratégie d'exportation réfléchie.

On peut considérer cette stratégie comme la manière dont une entreprise s'sélectionne les secteurs où elle souhaite opérer, ainsi que la répartition des ressources pour y prospérer et s'y développer.[47]

Cette stratégie se décline en trois axes :

- ✓ La segmentation stratégique est une démarche qui consiste à identifier un ensemble d'acheteurs potentiels et à leur proposer une offre adaptée à leurs besoins et attentes [48]spécifiques. Segmenter un marché revient à le diviser en sous -groupes distincts, chacun pouvant être ciblé par une approche commerciale particulière. Un segment est considéré comme idéal lorsqu'il permet à l'entreprise de devenir un fournisseur privilégié.
- ✓ Le positionnement concurrentiel : après avoir segment é le marché et choisi son segment cible , l'entreprise doit s'assurer que son offre sera préférée à celles de ses concurrents et qu'elle répondra aux attentes du marché en termes d'avantages recherchés , tout en tenant compte des habitudes d'utilisation du produit .
- ✓ L'innovation technologique peut jouer un rôle majeur dans le positionnement du produit.

En définissant une stratégie claire, l'entreprise peut ainsi concentrer ses ressources pour atteindre ses objectifs, notamment identifié et conserver des segments de marché où elle bénéficiera d'un fort pouvoir de négociation.

1.1 Le processus de l'exportation :

Avant de chercher à se développer sur les marchés étrangers, l'entreprise doit vérifier qu'elle dispose des capacités requises ou qu'elle peut les acquérir telle est l'objet de diagnostic export. Il s'agira ensuite de repérer les marchés cibles, c'est-à-dire les marchés sur lesquels vont se [49]diriger en priorité les efforts. Il faudra enfin rapprocher les caractéristiques du ou des

[47] Mémoire de fin d'étude « La stratégie d'exportation processus créateur de valeur cas du groupe osmose » présenter par Belkessam Lounis et Tahri Omar promotion 2016/2017 université Mouloud Mammeri Tizi-Ouzou p 18
[48] Idem p19
[49] J .PAVEAU ,J.DUBOIN ,op.cit. .p31

marchés choisis des particularités de l'entreprise afin d'évaluer ces chances de réussite, une démarche export est nécessaire

- **Les étapes de la démarche export sont les suivantes** :

- Diagnostic export
- Identification et sélection des marchés cibles;
- Développement de la stratégie marketing.

a) Diagnostic export :

Le diagnostic export vise à définir le potentiel stratégique d'une entreprise pour réaliser une opération d'exportation Ce diagnostic se scinde en deux phases :

- Un diagnostic externe qui s'intéresse à l'environnement de l'entreprise : conditions d'accès au marché visé, les opportunités mais aussi les menaces de l'environnement.[50]
- Un diagnostic interne qui doit mettre en évidence les forces et faiblesses de l'entreprise. Ce diagnostic à une double vocation :
- Déterminer, sans référence à un marché précis, la capacité de l'entreprise à exporter en évaluant ses ressources et ses compétences ;
- Pour un projet export précis, évaluer les chances de réussite de l'entreprise en rapprochant ses forces et faiblesses des conditions nécessaires pour réussir sur le marché ciblé. Un diagnostic export doit porter à la fois sur des données quantitatives et mesurables (niveau de chiffre d'affaires, part de marché, volume de production), mais aussi sur des aspects qualitatifs (formation et compétence du personnel, motivation...), sur les performances (rentabilité, croissance...) et enfin sur les causes de ces performances.

b) Identification et sélection des marchés cibles :

La seconde étape est celle de l'identification et la sélection des marchés potentiels les plus [51]promoteurs compte tenu de la nature des produits ou services offerts. Une bonne segmentation des marchés permet d'élaborer une stratégie marketing adapté au segment et de se concentrer sur les clients les plus réceptifs à l'offre. Cette sélection passe traditionnellement par trois phases successives.

[50] https://www.glossaire-international.com/pages/tous-les-termes/diagnostic-export.htm
[51] J. Louis AMELON, J. Marie CARDEBAT, op.cit. p202

b-1 Etape de présélection :

Il s'agit de recueillir des informations et des statistiques sur une sélection de 5 à 10 marchés les plus attractifs et les plus accessibles tels qu'indicateurs géographiques, données économiques et financières, indicateurs démographique, infrastructures, environnement politiques, d'étudier l'évolution en cours des dernières années, la progression de la consommation, l'évolution de la concurrence. Cette étude doit être rapide et peu couteuse.

b-2Evaluation des marchés :

Les 3 à 5 marchés les plus promoteurs seront retenu afin d'être étudier de manière plus approfondie : analyse de la tendance de la demande du produit ou service, des éléments qui influent sur la concurrence locale comme étrangère, par les producteurs locaux aussi bien qu'étrangers, évaluation de leurs parts de marchés respectives, existence de barrières (tarifaires ou autres) qui limitent l'importation, le cas échéant de barrières à la sortie.

b-3 La sélection des pays :

L'entreprise ne peut retenir tous les pays et doit donc sélectionner les plus prometteurs. Pour les entreprises qui débutent à l'exportation, il est donc recommandé de retenir qu'un ou deux.

C . Développement de la stratégie marketing :

Après avoir ciblé le marché potentiel, il est temps de mettre en place la stratégie marketing. Cette stratégie doit permettre à l'entreprise de se positionner sur le segment choisi et ce afin de positionner l'entreprise non seulement à l'égard de ses consommateurs, mais aussi face à ses concurrents. Parmi les éléments marketing dont l'entreprise doit tenir compte lors de l'élaboration de sa stratégie marketing figurent.

- Les méthodes et outils d'approche du marché.
- Le positionnement stratégique de l'entreprise.
- La définition des clientèles cibles.
- Les stratégies commerciales et de distribution.
- Les stratégies de développement et génération de valeur ajoutée.

C-1 La stratégie produit :[52]

Les éléments dont l'exportateur doit tenir compte lors de l'élaboration de sa stratégie produit sont les suivantes.

Positionnement du produit : Haut de gamme, moyenne et bas de gamme. Un bon positionnement aide l'entreprise à établir sa stratégie de promotion et de prix .

- **Qualité** : Il s'agit de s'assurer de la qualité du produit. Les erreurs de fabrication ainsi que les retours des marchandises sont très coûteuses à l'étranger. De plus, l'entreprise aura peut-être à s'assurer que ses produits répondent à certaines normes de qualité, par exemple les normes ISO 9001 .
- **Le design et l'apparence, l'emballage, la crédibilité de la marque, la réputation de la compagnie et les normes de qualité** : peuvent être autant de facteurs que l'acheteur prendra en considération pour choisir ou non le produit de l'entreprise .
- **Emballage** : L'emballage peut devenir un avantage concurrentiel sur le marché étranger. Un emballage bien conçu facilitera le choix de l'acheteur tout en représentant une valeur promotionnelle pour l'entreprise .
- **Etiquetage** : Le produit exporté doit répondre aux normes de chaque pays en matière d'étiquetage. L'étiquette doit contenir tous les renseignements exigés par les organismes gouvernementaux

C-2 La stratégie commerciale : L'entreprise doit s'assurer d'établir son prix d'exportation en tenant compte

- Des coûts de production, des coûts de transport et de distribution
- De la stratégie de vente du produit .
- De la marge bénéficiaire suffisamment élevée pour parer aux imprévus ; Si l'entreprise n'est pas familière avec les formalités ou les exigences à l'étranger, le conseiller, grâce à son expertise et sa connaissance dans différents domaines, peut lui servir de transitaire, courtier en douane ou agent spécialisé en logistique de transport qui prendra toutes les dispositions nécessaires pour assurer la livraison de la marchandise

C-3La stratégie communication : Elle représente les moyens de promouvoir un produit :

[52] Idem

- **Publicité :** Il peut être essentiel pour une entreprise nouvellement exportatrice de faire [53]connaître son produit par le biais de la publicité. Il existe plusieurs canaux publicitaires pour faire connaître l'entreprise et son produit ; les revues professionnelles sont spécialisées ainsi que les catalogues en sont de bons exemples mais ça dépend toujours de la segmentation et du ciblage effectué

- **Les foires et missions commerciales** : Elles constituent un moyen efficace de faire connaître son produit à des clients potentiels. Elles permettent aussi de valider les informations recueillies lors de l'étude de marché. Elles peuvent enfin renseigner sur les compétiteurs et les produits sur le marché.

-**Choix du mode de distribution** : Le choix du canal de distribution dépend de la nature du produit, de la capacité de production et de la capacité financière de l'entreprise, et du marché ciblé. Pour choisir le canal de distribution, l'entreprise peut comparer les coûts de chaque intermédiaire sur les différents réseaux. Pour pouvoir choisir le canal de distribution, plusieurs questions se manifestent [54]

- Le canal de distribution choisi, est-il en adéquation avec l'image de marque du produit ? Par exemple, vous n'allez pas vendre un produit de luxe en grande distribution.
- Votre canal de distribution positionne-t-il votre produit sur le marché que vous visez ? Quelle sera la place de votre produit sur ce marché ?
- Votre intermédiaire est-il reconnu et apprécié sur le marché où vous souhaitez vous positionner ?
- Pouvez-vous assumer les coûts de distribution ? Les marges réclamées par chaque intermédiaire permettent-elles d'assurer la rentabilité économique du produit ?
- Votre intermédiaire a-t-il mis en place des techniques de marketing pour assurer la promotion de votre produit ?
- Vos distributeurs sont-ils implantés dans des régions où se trouve un nombre suffisant de clients potentiels ? Sont-ils facilement accessibles ?
- Avez-vous anticipé l'organisation de votre logistique ? Si vous avez choisi la vente directe, avez-vous des coûts d'exportation ? Quels sont vos délais d'acheminement ?

[53] Idem
[54] https://www.jesuisentrepreneur.fr

1.2. Les contraintes liées à l'exportation :

1.2.1 Les contraintes liées aux ressources et/ou compétences des entreprises :

Nous exposerons dans les points suivants les principales contraintes internes qui pèsent sur le processus d'exportation des entreprises.

1.2.2. Les contraintes liées aux compétences managériales de l'entreprise :

En définissant la firme comme étant un ensemble de ressources productives, la croissance de cette dernière notamment à travers le développement des exportations peut être limitée par ses capacités managériales, en particulier:[55]

- La difficulté de la direction générale de l'entreprise à reconnaître l'existence d'une demande étrangère, qui peut être satisfaite par son offre, et adaptée aux services liés au produit qui peuvent fournir les ressources disponibles:
- La difficulté de l'entreprise à combiner des ressources nouvelles et des ressources disponibles nécessaires pour être compétitive dans un nouveau marché géographique:
- La propension de la direction à accepter les risques inhérents aux tentatives d'utilisation de nouvelles combinaisons de ressources afin de satisfaire de nouvelles demandes du marché.

1.2.3. Ressources financières limitées et difficulté d'accéder aux financements :

Nous observons que l'accès aux ressources financières est un déterminant significatif de la probabilité d'exporter. Cependant, l'exportation nécessite des besoins financiers spécifiques.

En effet, même si certains besoins sont communs à l'activité domestique et à l'activité [56]internationale, d'autres ne sont liés qu'à l'activité internationale de l'entreprise. Ils créent un besoin en financement supplémentaire.

Il faut noter à cet égard que:

i. Une entreprise ne disposant pas d'une surface financière suffisante, se trouve dans l'incapacité de financer des stocks supplémentaires pour répondre aux commandes venant de l'étranger. En plus, les ressources financières limitées de l'entreprise contraignent son développement international, dans la mesure où ce dernier engendre de nouvelles dépenses

[55] PANTIN François, « La conduite du processus d'internationalisation par les compétences de l'équipe dirigeante cas d'une moyenne entreprise française, Revue Management et Avenir 2004/2 (n°2), Editions Management Prospectives Ed, p. 119.
[56] MAUREL Carole, Considérations financières et performance export dans les PME vitivinicoles françaises», Colloque international" vulnérabilité des TPE et des PME dans un environnement mondialisé 11 tne journée Scientifique du Réseau Entreprenariat du 27 au 29 Mai 2009.pp. 3-4.

qu'il faut couvrir, notamment les frais d'approche du marché étranger et les coûts de prospection.

ii. L'entreprise exportatrice va entreprendre des investissements de diverses natures, liés par exemple à l'augmentation de sa production dédiée à l'export ou de ses capacités de production. Or, il s'avère que ces investissements sont considérés comme plus risqués par les banques qui de ce fait, ont plus de réticence à les finance .

iii. Dans certains cas, les prêts disponibles sont des prêts à court terme, ce qui exclut les gros investissements;

iv. L'entreprise exportatrice notamment celle qu'est dans le stade expérimental du développement à l'international, aura des difficultés à obtenir des prêts auprès des banques.

Enfin, il convient de signaler que le manque de ressources financières peut également empêcher la réalisation des innovations nécessaires à l'adaptation du produit. Avec l'export augmentent les coûts de fourniture des services après-vente à l'étranger.

1.2.4. Contraintes liées à l'appareil productif de l'entreprise exportatrice :

Il est évident que les entreprises exportatrices se caractérisent par une productivité supérieure à celle des entreprises (dans le même secteur) opérant uniquement sur le marché national Cette productivité est donc nécessaire pour démarrer l'activité export. Or, une entreprise peut être contrainte dans son développement international, notamment dans les cas suivants:

- Une entreprise dont l'appareil de production n'est pas souple et flexible aura du mal à répondre rapidement à la demande étrangère. En effet, la technologie dépassée, et le manque d'investissement dans l'acquisition de nouveaux équipements peuvent être à l'origine de la faible compétitivité de l'entreprise face à la concurrence;
- La non maîtrise des coûts supplémentaires spécifiques liés à l'activité export. Ces coûts ne peuvent être réduits que par la mise en place de techniques de gestion avancées.

1.2.5. Un système d'information non performant :

Un système d'information non intégré, et non performant ne permet à l'entreprise exportatrice de préparer rapidement une offre technique et commerciale valable. La documentation technique de l'entreprise reste ainsi rudimentaire. Si l'équipement de communication (fax, internet,...) et les réseaux ne sont pas aussi performants, ils ne seront

susceptibles de maîtriser l'ensemble des relations qui lient l'entreprise avec ses fournisseurs et ses clients.

1.2.6. L 'administration de l'export: absence de structure d'export :

Beaucoup d'entreprises exportatrices notamment celles des pays en développement manquent de structure orientée vers le développement des exportations. En effet, un département export dédié n'est pas mis en œuvre, le service commercial cumule tant les affaires sur le marché national que quelques dossiers à l'exportation. Les délais d'exécution ne sont pas respectés, et des erreurs sont commises.

1.2.7. Manque et/ou le non valorisation des ressources humaines :[57]

L'existence d'une main-d'œuvre compétente et qualifiée est une condition préalable à la Compétitivité des entreprises.

- La mauvaise structuration interne notamment au niveau des ressources humaines représente un frein quant au développement international des entreprises. En effet, la valorisation de ces ressources reste l'un des enjeux majeurs pour permettre à l'entreprise de réussir son processus d'internationalisation à travers l'exportation,
- La non maîtrise des connaissances linguistiques expose l'entreprise exportatrice à la barrière linguistique;
- Le manque de compétences dans les domaines de stratégie internationale, marketing international, logistique internationale, constituent l'un des facteurs qui nuisent au développement international de l'entreprise.

1.2.8. Manque de développement en matière de marketing international :

L'offre de l'entreprise peut être sujette de plusieurs difficultés, qui nuisent à sa compétitivité internationale. Nous évoquons à cet égard les éléments suivants:

- Le prix des produits de l'entreprise est à peine compétitif sur le marché local, l'entreprise n'obtient un avantage concurrentiel en prix notamment sur le marché international où la concurrence ne cesse de s'intensifier. En effet, l'exportation représente des coûts. Supplémentaires spécifiques qui vont affecter la compétitivité de l'entreprise notamment sur le Marché international.

[57] NIOSI Jorge, ZHEGU Majlinda, Op.cit., p. 11.

- L'entreprise tout en possédant des produits phares sur le marché national, elle les introduit tels quels sur le marché d'exportation sans effort de marketing/communication particulier;
- Parfois l'entreprise n'obtient pas la certification requise pour le marché international;
- L'emballage des produits de l'entreprise répond essentiellement aux exigences du marché local, sans se soucier des modifications permettant une meilleure adaptation aux exigences du marché étranger.
- L'image de l'entreprise sur le marché local n'est pas celle d'un leader L'entreprise ne bénéficie pas d'une bonne notoriété. Ce qui rend difficile la commercialisation de ses produits et la fiabilisation des clients étrangers.
- Le service après-vente peut être assuré par l'entreprise sur le marché, mais il n'est réactif sur le marché international. Et même si l'entreprise exportatrice tente de répondre au mieux aux exigences de ses clients internationaux, les délais restent significatifs.
- Quant à la prospection, elle est parfois quasiment absente. L'entreprise répond aux opportunités d'export au coup par coup, sans procéder à une prospection particulière, ni même connaître ses concurrents présents sur les sur les marchés d'exportation.[58]
- L'équipement de communication (fax, internet, ...) et les réseaux ne sont pas aussi performants de façon à gérer les relations avec les clients.

1.2.9. Les contraintes liées à l'environnement externe de l'entreprise :

Nous allons nous intéresser dans ce qui suit à la qualité de l'environnement des affaires, et les contraintes à l'exportation qui y relèvent

- **Les contraintes législatives, réglementaires et normatives :**

Les règlements et normes particuliers à chaque pays impliquent souvent une adaptation technique ou une modification des composantes périphériques du produit. Les divergences entre les règles techniques et les procédures d'évaluation de la conformité du produit adoptées dans les différents états peuvent donner lieu à la création de barrières. Il faut distinguer:

- **Les normes techniques**: spécifications techniques facultatives à respecter au risque de se heurter à un handicap commercial.

[58] idem

- Les règlements techniques (loi, décret, règlement des pouvoirs publics):

Leur application est obligatoire pour ne pas être passible d'interdiction de commercialiser le produit sur le marché, ou de retrait pur et simple du produit déjà mis sur le marché au moment du contrôle.

1.2.10. Difficultés liées à l'adaptation des produits aux normes internationales :

Les entreprises exportatrices, quel que soit leur secteur d'activité se trouvent dans la nécessité de se mettre en conformité aux normes internationales pour pouvoir vendre leurs produits sur les marchés étrangers sans qu'ils soient sujet d'une quelconque interdiction. II s'agit principalement des normes suivantes:[59]

- **Les normes sanitaires et phytosanitaires :**

Ce sont des mesures de contrôle à la frontière nécessaires à la protection de la santé des personnes et des animaux ou à la préservation des végétaux. Ce type de contrôle est aujourd'hui une étape cruciale qui s'impose aux entreprises exportatrices. Il peut concerner le produit lui-même (modification de sa composition, de sa dénomination commerciale...), son emballage ou son étiquetage.

- **Les normes techniques :**

Les normes techniques sont généralement différentes d'un pays à un autre et une adaptation du produit est souvent nécessaire pour la pénétration d'un marché. En effet, si le produit de l'entreprise n'est pas adapté aux normes en vigueur et aux exigences commerciales des marchés étrangers, l'entreprise se trouve pénalisée dans sa stratégie de développement des exportations.[60]

Il faut toutefois noter que beaucoup d'entreprises exportatrices, notamment les PME пe disposent pas de moyens leur permettant d'adopter ces normes internationales afin d'assurer d'une manière autonome des contrôles de qualité et d'hygiène. Le coût de mise en conformité est extrêmement élevé, ce qui pénalise les ventes des entreprises sur des marchés de plus en plus exigeants.

Il faut noter aussi que les contraintes de normalisation peuvent être liées à l'insuffisance des mécanismes publics d'aide aux entreprises, en particulier en matière de fourniture

[59] LECERF M., Les petites et moyennes entreprises face à la mondialisation, Thèse de doctorat, Université de Paris I- PANTHEON-SORBONNE U. FR. D'ECONOMIE, 2006, p. 140
[60] FRANCIS Patricia, STEELE Rob, Op.cit, p. 21.

d'informations fiables et mises à jour sur l'évolution et la spécificité des marchés à l'exportation.

Le manque d'informations et d'économies d'échelle à travers les réseaux

Les entreprises exportatrices sont aussi confrontées à des problèmes d'accès aux informations sur les conditions des marchés étrangers et aux réseaux d'information. En effet, vu leurs ressources financières limitées, les entreprises exportatrices ne sont pas en mesure d'explorer de nouveaux marchés, et pas plus qu'elles ne disposent de réseaux indispensables. Pour identifier les acheteurs sur ces marchés et tisser les liens nécessaires de confiance dans la durée. Dans la pratique, malgré les initiatives des gouvernements pour combler ces lacunes, les entreprises exportatrices face à la multiplicité des agences publiques et privées, se trouvent dans la confusion notamment en ce qui concerne le type d'information obtenue auprès de ces agences.

Une fois effectués les choix stratégiques et choisi le mode d'approche du marché étranger, il convient aussi pour l'entreprise exportatrice de veiller à la maîtrise de la dimension opérationnelle de sa stratégie d'exportation. Car cela permet à l'entreprise d'éliminer les risques qui peuvent nuire au bon déroulement de ses opérations d'exportations.

1.2.11. Les contraintes liées à la logistique internationale :[61]

La logistique est l'ensemble des mouvements et de manutention des marchandises du point de vente jusqu'au point de consommation ou d'utilisation. Elle couvre ainsi un certain nombre de domaines qui dépassent le cadre de transport. Elle touche également les conditions de ventes et le passage en douane. La logistique est un levier direct sur les coûts et sur la rentabilité de l'entreprise.

Quand elle n'est pas maîtrisée, la logistique internationale devient un frein à l'activité d'export de l'entreprise. En effet, différents coûts entravent la compétitivité internationale de l'entreprise, ces derniers peuvent être engendrés par

- Les retards aux ports;

- La lenteur des procédures administratives notamment au niveau des douanes:

- L'entreposage inadéquat aux ports.

Notons au passage qu'un autre facteur entravant le processus d'exportation et qui mérite une attention particulière, est principalement lié à la complexité des procédures administratives

[61] www.bpifrance.fr Consulté le 02/06/2025

douanières. En effet, les entreprises exportatrices sont souvent soumises à des formalités complexes au cordon douanier. La perte d'efficience de l'administration douanière accentue la lenteur des procédures en son sien.

2 .Démarche d'intégration des normes dans la stratégie d'exportation :

L'intégration des normes dans la stratégie d'exportation de l'entreprise consiste en un véritable projet stratégique, nécessitant une réflexion approfondie, une planification, et une exécution rigoureuse. Elle implique de s'adapter en interne, afin de rendre l'entreprise conforme aux exigences des marchés étrangers, tout en utilisant cette conformité comme levier de compétitivité internationale.

2.1 Identification des marchés ciblés :

L'identification des marchés étrangers ciblés consiste en la première étape stratégique de l'intégration des normes dans la politique d'exportation de l'entreprise. Elle consiste, en particulier, à analyser en détail le contexte réglementaire, les exigences techniques, sanitaires, environnementales ou de sécurité en vigueur dans le ou les marchés visés. Il s'agit donc de dresser un portrait précis de chaque destination, afin d'anticiper toutes les contraintes que l'entreprise sera susceptible de rencontrer. [62]

Pour identifier le(s) marchés pertinents, l'entreprise commence par :

- Consulter les réglementations locales, les décrets, les directives techniques, les codes de conduite, afin de détecter ce que le pays exige en termes de conformité.
- Consulter des sources spécialisées, telles que les ministères du commerce, les chambres de commerce, ou les missions économiques, afin d'obtenir des informations précises sur le cas de son activité.

Ce diagnostic réglementaire lui permettra de dresser une liste des certifications, labels, ou marquage que le produit doit impérativement obtenir afin d'accéder au marché.

Ce travail de détection est donc stratégique :[63]

- Il permet d'éviter des coûts liés à des marchés inaccessibles, faute de certifications.
- Il oriente l'entreprise vers les marchés ayant un fort potentiel de demande, et des réglementations que l'entreprise est en capacité de respecter.

[62] PETIT, Bernard. (2016). Normalisation internationale et stratégie d'entreprise. Dunod, Paris.
[63] 6 PROST, Daniel. (2017). Management de la conformité réglementaire en entreprises. L'Harmattan, Paris.

- Il sert de base afin d'organiser la mise en conformité, en concentrant les efforts sur ce que le marchés exigent.

2.2 Évaluation de l'entreprise :

L'évaluation de l'entreprise consiste à dresser un portrait fidèle de ses méthodes de[64] Production, de gestion de la qualité, de maîtrise des délais, de conformité réglementaire, et de Traçabilité. Ce diagnostic interne est indispensable afin d'identifier les écarts entre le Fonctionnement actuel de l'entreprise et les exigences des marchés étrangers ciblés. L'évaluation consiste d'abord à examiner en détail le système de production de l'entreprise, afin de détecter :

- La conformité des méthodes utilisées par rapport aux exigences des marchés étrangers.
- La capacité de l'entreprise à assurer le suivi de la production, la maîtrise des délais, et le respect des délais de livraison.
- La pertinence des moyens de contrôle de la conformité des produits (analyses, vérifications, audits internes).

L'évaluation consiste également à dresser un inventaire des compétences internes, afin de savoir :

- Quel est le degré de maîtrise des équipes en termes de gestion de la conformité ?
- Quel est le rôle du responsable qualité, de l'ingénierie, de la production, dans le suivi de la conformité ?
- Quelles formations seraient nécessaires afin de combler certains manques de compétences ?

2.3 Élaboration d'un plan d'action :

Une fois le diagnostic de l'entreprise réalisé, l'étape suivant consiste à élaborer un plan d'action afin de combler les écarts identifiés et de rendre l'entreprise conforme aux exigences des marchés étrangers.[65]

Ce plan consiste d'abord à fixer des objectifs concrets, mesurable et réalistes, par rapport au calendrier d'exportation de l'entreprise. Il s'agit de prioriser les actions, en se concentrant sur les domaines ayant le plus d'impact sur la conformité, par exemple la maîtrise des délais de

[64] GABORIEAU, Jean-Pierre. (2014). Management de la qualité, de la conformité et de la certification. Afnor,Paris

[65] (2015). Les certifications ISO : levier de performance des entreprises. EMS, Caen.

production, le suivi de la conformité des fournisseurs, ou la traçabilité des opérations. Ensuite, ce plan prévoit des délais de déploiement, des moyens techniques, humains et financiers, et nomme des responsables afin d'en assurer le suivi. Chaque étape de la mise en conformité est planifiée de manière réaliste et opérationnelle.

2.4Formation du personnel :

L'efficacité de ce plan d'action dépend en grande partie de l'adhésion de l'ensemble du personnel de l'entreprise.[66]

Il est donc indispensable de :

- Sensibiliser toutes les équipes — de la production jusqu'à la direction — sur l'enjeu de la conformité.
- Les former afin de leur donner les connaissances techniques, réglementaires et opérationnelles nécessaires, que ce soit sur la maîtrise des délais, le suivi de la conformité des produits, ou la gestion des risques liés à l'export.
- Les impliquer dans le déploiement de la politique de conformité, afin de surmonter d'éventuelles réticences internes.

Le changement est porté de l'intérieur, ce qui garantit la pérennité des actions entreprises.

2.5 Audits internes et suivi de la conformité :

Après la formation et la mise en place des actions correctives, un suivi permanent est

Indispensable afin d'en assurer l'efficacité.

Ce suivi prend généralement la forme :[67]

- D'audits internes, conduits par le responsable qualité ou une équipe formée, afin de détecter d'éventuelles déviances par rapport aux exigences de la norme.
- D'un suivi d'indicateurs, afin de mesurer le respect des délais, le nombre de non-conformités détectées, le suivi des actions correctives, ou le retour client.
- D'une revue de direction, afin d'évaluer la pertinence du système de management de la conformité, de décider de modifications, et de rendre des comptes.

Ainsi, le suivi garantit que le système de conformité s'améliore en continu, s'adapte à l'évolution des marchés étrangers, et accroît la capacité de l'entreprise à assurer la conformité de ses produits et services.

[66] GOMIS, Marie. (2019). Certification, normalisation et performance des entreprises. EMS, Caen.
[67] GABORIEAU, Jean-Pierre. (2014). Management de la qualité, de la conformité et de la certification. Afnor,

3. **Résultats de l'intégration des normes :**

a) Renforcement de la capacité d'exportation :

L'adoption de normes internationale consiste, sur le plan stratégique, en un levier de renforcement de la capacité d'exportation de l'entreprise. Elle lui offre la possibilité d'accéder à des marchés étrangers réglementés, nécessitant la conformité des produits et des méthodes de production. Une entreprise ayant réussi ce déploiement est en mesure de diversifier ses[68] marchés, de s'affranchir de la dépendance d'un seul débouché, et de rendre son activité internationale plus robuste face aux fluctuations de la demande sur le marché domestique.

Ce changement de périmètre stratégique est d'autant plus important que certains marchés étrangers, en particulier dans l'Union européenne, exigent le respect de cahier des charges techniques, de directives réglementaires (comme le marquage «CE»), ou de méthodes de production normalisées (comme l'ISO 9001 ou l'ISO 22000). La maîtrise de la conformité accroît non seulement le nombre de marchés accessibles, mais elle accroît également la capacité de l'entreprise à s'adapter, rapidement et de manière durable, à des marchés en constante évolution.

b) **Meilleure maîtrise des délais, des coûts et de la qualité**

L'intégration des normes implique une maîtrise renforcée des délais, des coûts et de la qualité de production. En alignant ses méthodes sur des standards internationaux, l'entreprise[69] est amenée à rationaliser ses processus, en identifiant et en corrigeant toutes les sources de non qualité pouvant ralentir la production ou générer des délais.

Elle met en place des méthodes de suivi, de contrôle et d'amélioration continue afin de détecter rapidement toutes déviances par rapport aux exigences de la norme. L'entreprise est en capacité de livrer ses produits dans les délais convenus, de contenir ses coûts de production, de proposer des délais plus courts que certains de ses concurrents, et de assurer une conformité constante de ses produits. Ce déploiement a donc une influence vertueuse sur l'efficacité opérationnelle de l'entreprise, lui permettant de générer des gains de productivité, de délais, de coûts, et donc de rentabilité.

c) **Acquisition d'un avantage concurrentiel durable :**

Au-delà de la simple conformité réglementaire, la normalisation et la certification constituent un facteur de compétitivité durable. L'entreprise certifiée peut s'en servir comme

[68] MEUNIER, Pascal. (2016). Les normes ISO dans la gestion d'entreprise. Éditions EMS, Caen.
[69] GOMIS, Marie. (2019). Certification, normalisation et performance des entreprises. Éditions EMS, Caen.

d'un élément de différenciation stratégique, lui permettant de valoriser ses méthodes de production, de maîtrise de la conformité, et de suivi de la qualité.[70]

Elle accroît, de ce fait, la confiance de ses clients étrangers, de ses partenaires, de ses fournisseurs, et de toutes les autres parties prenantes de la chaine de valeur. Sa capacité d'adaptation face aux évolutions réglementaires lui confère de surcroît de la résilience face aux changements, ce qui lui garantit de s'adapter plus rapidement que ses concurrents en cas de nouvelle réglementation ou de nouvelle exigence du marché. La certification lui apporte un avantage comparatif sur le long terme, que ses concurrents non certifiés peineront à combler.

Elle lui garantit donc des marchés plus stables, des relations d'affaires plus sereines, et une capacité renforcée d'adaptation.

d) **Valorisation de l'image de l'entreprise** :

Les certifications vont également contribuer de manière significative à la valorisation de l'image de l'entreprise sur le plan international. Elles vont lui permettre d'afficher, sur ses supports de communication, le logo de la certification (comme ISO, marquage «CE», label AB), ce qui va conférer une visibilité internationale et véhiculer une image de sérieux, de[71] maîtrise des risques, de conformité réglementaire et de respect des délais. La certification accroît le capital de confiance de l'entreprise, ce qui lui facilite l'accès à de nouveaux marchés, lui attire de nouveaux partenaires, et lui ouvre des perspectives de collaborations de long terme. Au-delà de ce facteur purement réglementaire, le choix de la certification s'inscrit donc dans une politique de Branting, permettant de véhiculer des valeurs de transparence, de maîtrise des risques, de conformité, et de progrès continu.

[70] ALLARD, Christine. (2019). Management de la conformité internationale. Éditions Dunod, Paris.
[71] PROST, Daniel. (2017). Management de la conformité réglementaire en entreprises. Éditions l'Harmattan,paris

Section 03 : les exigences des clients pour les entreprises exportatrice

Les exigences des clients sont liés aux désirs et aux attentes spécifiques qu'ils ont concernant un produit au un service elles expriment leurs souhaits et leur capacité à juger si un produit ou un service est réellement adapté à leurs besoins il est crucial que les entreprises comprennent cela afin de concevoir des produits et services qui répondent aux besoins de leurs clientèle.

Pour réussir dans le développement de produits ou de services, il est essentiel de répondre aux exigences des clients.

3.1Les Exigences :

a) **Exigences du marché :**[72]

Les exigences du marché désignent les exigences décrites du point de vue des clients finaux et des utilisateurs. Elles transmettent l'utilité et l'expérience du produit ou du service et sont également appelées exigences des clients, des utilisateurs ou exigences commerciales.

b) **Exigences relatives au produit**:

Les exigences relatives au produit sont des exigences qui définissent les caractéristiques d'un produit. Elles transmettent les qualités ou les capacités souhaitées du produit et définissent ainsi l'espace des solutions.

c) **Exigences relatives aux composants**:

Elles décrivent les exigences relatives à un composant d'un produit.

Il est à noter que les trois vues sur les exigences dépendent de la structure de la solution.

[72] Jean Tiegom,Books on demand GmbH « Améliorer la performance des équipes outils efficaces »edition 1.Auflage

Figure 05 : vues sur les exigences selon Ebert

Source : cf .Ebert 2014, p. 24

3.2 : Genres d'exigences :

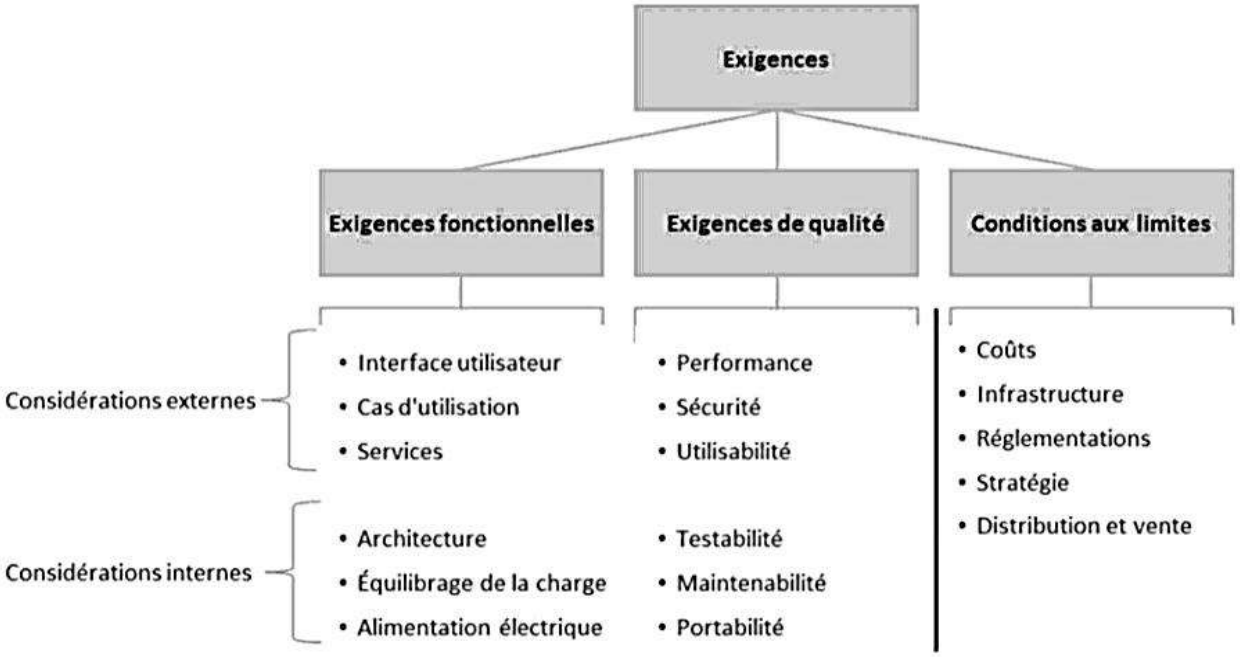
Selon Ebert, on distingue trois genres d'exigences: les exigences fonctionnelles, les exigences[73] de qualité et les conditions aux limites (cf. Ebert 2014, p. 29 et suivantes).

Une exigence fonctionnelle décrit une propriété à satisfaire ou une prestation à fournir d'un produit ou d'un service. Elle explique ce qui doit être réalisé par le produit ou le service.

En revanche, une exigence de qualité décrit une propriété qualitative que le produit ou le service considéré ou ses différentes fonctions doivent posséder. Les exigences de qualité sont également appelées exigences non fonctionnelles et décrivent les circonstances (ou la manière) dans lesquelles la fonctionnalité requise doit être fournie. Des exemples sont la fiabilité, la disponibilité, la maintenabilité, la sécurité fonctionnelle, la sécurité des données.

[73] Idem p58

Figure n°6: Genre d'exigences selon Ebert



Source : (cf. Ebert 2014 , p 19)

3.3 : Types d'exigences :

Afin d'éviter les développements indésirables, Pahl et Beitz distinguent deux types d'exigences: les impératifs et les souhaits.[74]

Les impératifs sont par suite des conditions qui doivent être remplies en tout circonstances. Il est judicieux de formuler leurs exigences minimales.

Les souhaits sont des exigences supplémentaires qui doivent être prises (compte dans la mesure du possible, en admettant éventuellement qu'un surcroît de travail limité est admissible. Il est donc recommandé de classer les souhaits par ordre de priorité en fonction de leur importance.

3.4: Catégorie d'exigences selon le modèle de Kano :

Lors de la détermination des exigences, il est utile de savoir quelle est l'importance des exigences pour la satisfaction des clients. À cet effet, les exigences sont réparties, selon le modèle Kano, en trois catégories: facteurs de base, facteurs de performance et facteurs d'enthousiasme, afin de procéder à une évaluation en vue de la satisfaction escomptée du client .

[74] Idem P 59

Les facteurs de base sont donc supposés par les clients et ne sont générale même pas perçus. Les facteurs de performance sont quant à eux attend perçus par les clients. Quelques facteurs d'enthousiasme bien choisis les clients et favorisent leur satisfaction.

le processus de détermination des exigences des clients ne doit pas se dérouler de manière séquentielle selon les étapes susmentionnées (c'est-à-dire la collecte, l'analyse, la documentation et la vérification). Au contraire, le processus doit être mené de manière [75]itérative en collaboration avec les clients ou leurs représentants. Il est donc important de documenter les sources des exigences importantes ainsi que les raisons pour lesquelles elles ont été classées comme impératifs ou souhaits. En effet, pendant les itérations ou au cours du travail, ces informations sont importantes lorsqu'il s'agit de savoir si un impératif défini doit être maintenu ou s'il peut éventuellement être modifié.

Tableau n°3: Extrait des facteurs d'influence sur la détermination des exigences des clients selon Ebert

facteurs	Impact
clients	Objectifs du clients , environnement du client , informations sur le client , satisfaction du client .
Stratégie	Stratégie d'entreprise.
Produits	L'Age du produit, le degré d'innovation , le pourcentage de maintenance, le cout des erreurs, l'étendue des modifications , la disponibilité , le taux d'utilisation ,la structure des couts du produit actuel , la réduction des couts , la nécessité d'améliorer le système interne ou de créer de nouveaux composants,
Technologies	Technologies de remplacement /innovantes ,nouveau résultats de recherche , nouveau composants, nouveau outils, nouvelles normes.
Les ressources disponible comme restriction	Temps, compétences, personnel, maitrise des technologies, disponibilité des technologies ou des composants.

Source : cf. Ebert 2014, p. 52

[75] Camille Ebert " la résolution extrajudiciaire des litiges en ligne" 2014

Section 04 : L'impact des normes et certifications international sur les exportations des entreprises.

Quand une entreprise veut vendre ses produits à l'étranger, elle doit respecter certaines règles. Ces règles sont souvent des normes et des certifications internationales. Elles servent à montrer que les produits sont de bonne qualité, respectueux de l'environnement. Pour certaines entreprises, cela peut être un avantage, car ces certifications donnent confiance aux clients et facilitent l'accès à de nouveaux marchés. Mais pour d'autres, cela peut être compliqué, car il faut du temps, de l'argent et des connaissances pour y arriver.

4.1L'impact des certifications ISO sur les performances des entreprises exportatrices :[76]

Les certifications ISO, de l'Organisation internationale de normalisation, sont désormais une référence pour les entreprises qui souhaitent optimiser leurs méthodes, leur productivité et assurer la satisfaction de leurs clients. Voici un aperçu de leur impact positif.

4. 1.1 Amélioration de la Productivité :

L'un des principaux atouts des certifications ISO est l'amélioration de la productivité. En adoptant les normes ISO, les entreprises doivent instaurer des méthodes structurées et définies. Ces méthodes permettent de :

a) **Diminuer les erreurs et le gaspillage** : Les normes ISO imposent une documentation rigoureuse et des procédures de contrôle qualité. Cela entraîne une diminution des erreurs et des pertes, ce qui réduit le gaspillage et permet une meilleure utilisation des ressources.

b) **Uniformiser les opérations** : L'uniformisation des méthodes permet une gestion proactive des ressources, y compris les matières premières, le temps et le personnel. Cela aide les entreprises à optimiser l'utilisation de leurs ressources tout en réduisant les coûts

4.1.2 Augmentation de la Satisfaction Client :[77]

La satisfaction client est un indicateur essentiel de la réussite de toute entreprise. Les certifications ISO jouent un rôle essentiel dans l'amélioration de cette satisfaction grâce à :

[76] https://fr.linkedin.com l'impact des certifications ISO sur la performance des entreprises consulté le 12/06/2025
[77] Idem

a) **La garantie de la qualité** : Les normes ISO, comme l'ISO 9001 pour le management de la qualité, garantissent que les produits et services répondent aux exigences des clients. Une qualité constante renforce la confiance et favorise la fidélité.

b) **La réactivité face aux besoins** : Les entreprises certifiées ISO sont mieux outillées pour comprendre et répondre rapidement aux besoins de leurs clients. Les audits réguliers et les processus de feedback intégrés permettent de recueillir et d'analyser efficacement les retours clients.

c) **La résolution des problèmes** : La certification ISO oblige les entreprises à mettre en place des mécanismes pour identifier, analyser et résoudre les problèmes de manière structurée. Cela se traduit par une baisse des réclamations et une de l'expérience client.

4.1.3 Accès à de Nouveaux Marchés : Les certifications ISO peuvent également ouvrir la voie à de nouveaux marchés et à des opportunités commerciales. De nombreuses entreprises et organisations à travers le monde exigent que leurs partenaires et fournisseurs soient certifiés ISO. Par conséquent, obtenir une certification ISO peut :

- **Renforcer la compétitivité** : Les entreprises certifiées ISO se démarquent de leurs concurrents, démontrant leur engagement envers la qualité et l'amélioration continue. Cela peut être un facteur déterminant lors du choix des fournisseurs par des clients potentiels.[78]
- **Aider les échanges à l'échelle mondiale :** Les règles établies par l'ISO sont connues et approuvées partout. Les sociétés étés qui ont cette certification peuvent donc pénétrer plus facilement les marchés hors de leur pays, car c'est souvent une condition demandée. Améliorer l'image de marque de la société été : Avoir une certification ISO est une preuve de sérieux et de confiance. Cela indique aux consommateurs, associés et actionnaires que la société a été suit des règles strictes et cherche à offrir la meilleure qualité.

4.2. L'impact de la compétitivité sur les entreprises exportatrices :

Selon Alaoui (2005), la compétitivité désigne la capacité d'une entreprise à proposer une gamme de produits attractive (par le coût, la qualité, le service après-vente,...) pour permettre de maintenir voire d'augmenter ses parts de marché vis-à-vis de ses concurrents.

La compétitivité des entreprises peut être appréhendée comme une stratégie d'adaptation permanente, où le maintien de la part de marché ne dépend plus uniquement des

[78] idem

ressources de l'entreprise mais de sa capacité à gérer le changement. Il s'agit, en fait, d'une stratégie d'Adaptation-Anticipation qui engage d'une manière durable de l'entreprise.

En effet, l'environnement actuel des entreprises est celui où les décisions stratégiques et les changements organisationnels sont indissociables.[79]

L'adaptation aux évolutions du marché et l'anticipation de celles-ci, obligent l'entreprise à mettre en place une gestion efficace des déterminants de la compétitivité nationale et internationale. Cela passe, par exemple, par la réduction des coûts de crédit en obtenant un financement compétitif qui permet à l'entreprise de disposer d'un financement suffisant, non inflationniste, désintermédié et internationalement favorable.

Un autre pilier de compétitivité est celui de l'innovation-produit. Celle-ci se base sur une politique de Recherche et Développement et permet d'améliorer les capacités d'Adaptation

En plus l'innovation-procédé par la mise en œuvre d'un management efficace permet d'améliorer les capacités organisationnelles de l'entreprise et rationalise ses coûts managériaux et logistiques. de plus, une stratégie [80]marketing personnalisée s'avère actuellement nécessaire pour pérenniser la relation Entreprise-Client.

C'est, en fait, la combinaison de ces différents déterminants qui procurent à l'entreprise un avantage compétitif durable.

[79] J.E Denis,1990,P.A.julien et al,1998,A.Alaoui,2005
[80] Article : EL BOISSADI A & OUBOUALIY.(2019) « COMPRENDRE ET MESURER LA PERFORMANCE »

Conclusion :

Ce chapitre nous a permis de comprendre que les normes et certifications internationales jouent un rôle essentiel dans le développement des exportations des entreprises. Dans un contexte où les marchés étrangers deviennent de plus en plus exigeants, respecter ces normes permet aux entreprises de garantir la qualité de leurs produits, de gagner la confiance des clients, et de se différencier de la concurrence.

Nous avons vu que les normes sont devenues un élément stratégique dans la préparation à l'exportation. Elles permettent non seulement de répondre aux exigences des clients, mais aussi de renforcer l'image de l'entreprise à l'international. Cependant, leur mise en place peut représenter un coût important et demander des efforts d'adaptation, surtout pour les petites entreprises. Les normes et certifications ne doivent pas être vues uniquement comme une obligation, mais plutôt comme une opportunité pour améliorer la compétitivité et réussir à l'international. Pour cela, les entreprises doivent être bien accompagnées et intégrer ces exigences dans leur stratégie à long terme.

Chapitre III :

L'impact des normes certifications internationales sur l'entreprise exportatrice ECCBC

Introduction :

Dans un contexte où la qualité, la sécurité et la transparence sont devenues des critères fondamentaux pour réussir à l'export, les entreprises doivent adapter leurs pratiques aux exigences des marchés internationaux. C'est dans cette dynamique que s'inscrit Equatorial Coca-Cola Bottling Company (ECCBC), un acteur majeur de l'agroalimentaire en Afrique, notamment dans l'embouteillage et la distribution des produits Coca-Cola.

A l'ère de l'hyper concurrence, ou le consommateur est plus averti, plus exigeant et mieux informé, seule une entreprise doutait d'une vision claire, d'un engagement citoyen profond permettent de satisfaire les exigences clients.

Etre leader dans l'agroalimentaire aujourd'hui ne signifie pas seulement de produire en quantité. Cela signifie produire avec responsabilité, avec conscience et surtout avec respect des exigences clients, c'est ce qui fait ECCBC, jour après jour en s'imposant non seulement comme un géant économique, mais aussi un acteur engagé par le bien commun.

Le présent chapitre est réparti en quatre sections, dans sa première section, nous avons donné un bref aperçu sur la naissance de la boisson Coca Cola, ainsi qu'une présentation générale du groupe Fruital Coca Cola depuis sa création ici en Algérie en passant par ses différentes directions, et de son fonctionnement général. Dans la section suivante, nous avons présenté les normes obtenues par l'entreprise ECCBC ainsi que leur domaine d'application et les exigences clients. La dernière section fera l'objet d'une étude empirique effectuée au sein du département « supply Chain » de Fruital Coca Cola dans le but d'examiner de près l'impact des normes et certifications internationales sur l'entreprise exportatrice ECCBC au cours de ces dernières années, afin de comprendre les normes internationales e l'entreprisse , et notamment mieux cerner les obstacles rencontrés et les solutions appliquées, et en fin tirer les facteurs clés de la réussite à l'international pour Fruital Coca Cola d'une manière particulière et l'ensemble des entreprises exportatrices en Algérie d'une manière générale.

Section 1 : Présentation de l'organisme d'accueil

1. Présentation de l'entreprise ECCBC

L'organisme d'accueil est l'entreprise ECCBC Algérie, qui est le représentant unique et exclusif de la marque Coca Cola en Algérie.

Figure N° 07 : carte représentative de l'entreprise.

Nom : SPA ECCBC Algérie.

Année de création :1993.

Capital :794430000 DZD.

Secteur : Agroalimentaire.

Effectif : de 1000 à 1500 employés.

Activités : producteur, distributeur, prestataire de services.

Directeur général : M. Said Dahbani.

Localisation : zone industrielle « Rouiba » Alger.

Site web : www.coca-cola.dz .

Source : document interne de Fruital.

1.1. Définition de la boisson coca-cola :

Coca cola est la marque la plus populaire et leader du marché de la boisson non alcoolisée, inventée en 1886 par « John Pemberton » l'un des principaux associés d'une grande entreprise à Atlanta aux Etats Unis et le créateur du sirop sans alcool qui rentre dans la fabrication de la boisson coca cola. Contrairement aux autres boissons, la recette du liquide concentré de coca cola est une formule secrète rédigée sur une simple feuille de papier depuis sa création et

enfermée dans un coffre-fort de l'Etat américain selon la rumeur... Aujourd'hui, coca cola est plus qu'une simple marque de boisson, c'est un exemple de réussite et d'innovation continue, une entreprise qui a fait ses épreuves depuis plus de 100 ans, avec plus d'un milliard de ses boissons écoulées dans les quatre coins du monde chaque jour, et une reconnaissance totale de son logo Coca Cola par environ 96% de la population mondiale.

Figure N° 08 : évolution de la bouteille de Coca-Cola à travers le temps.

1.2.Historique l'entreprise ECCBC :

La société mère THE COCA COLA COMPAGNY octroie à SPA Fruital Algérie une licence de production et commercialisation de sa gamme de boissons non alcoolisées. A ce fait, SPA Fruital Algérie est considérée comme premier embouteilleur privé des boissons Coca Cola et Schweppes en Algérie et a été créé en 1993 par les frères OTHMANI.

En 1997, quelques années plus tard, SPA Fruital Algérie, ouvre sa nouvelle usine à Rouïba Est à Alger sur une superficie de 5 hectares et elle devient l'un des plus importants distributeurs de produit Coca Cola en Algérie, et aussi le principal exportateur de ses produits vers une dizaine de pays africains. Avec Plus de 45 références sous le nom de Coca Cola, certaines sont destinées à la vente locale ou à l'exportation (canettes Coca Cola, bouteilles Coca Cola ; Fanta ; Sprite ; Burn ...) et d'autres qui sont destinées essentiellement à l'export (Vimto ; Monster).

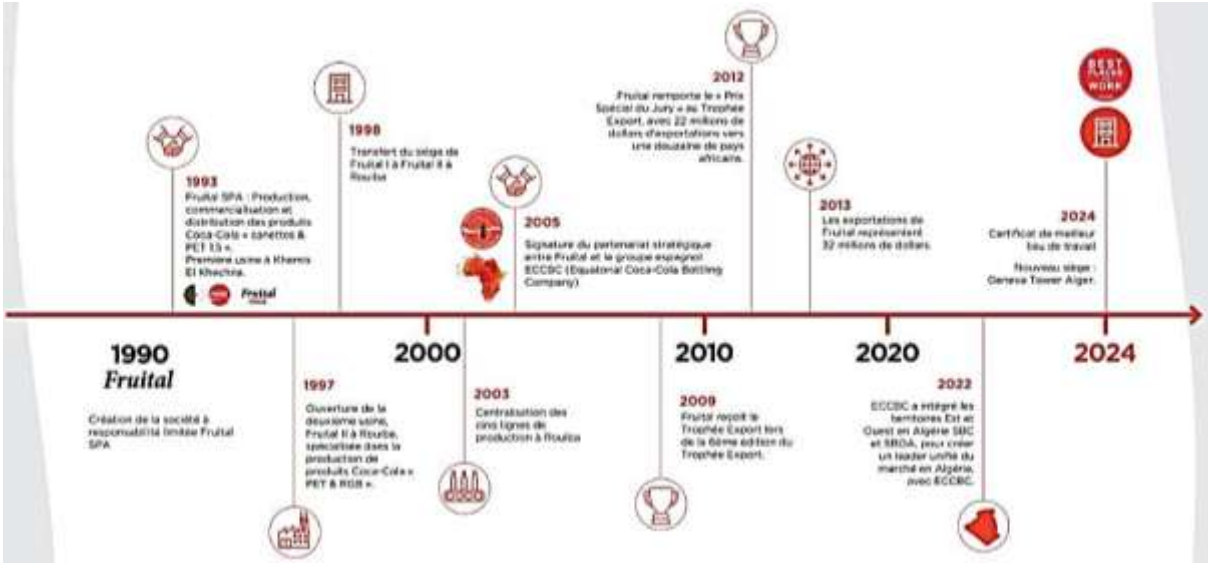
L'ouverture économique du marché algérien sur le marché mondial et les signes d'investissement étrangers dans le domaine des boissons non alcoolisées à favoriser l'investissement de l'entreprise dans ce secteur, le 9 septembre 1993, elle a obtenu une licence de la société-mère pour l'embouteillage et la distribution de la marque Coca cola à travers tout le territoire Algérien.

La société SPA Fruital Algérie a été sélectionnée par l'entreprise mondiale Coca-cola en raison de sa possession d'équipements techniques modernes, son expertise en matière d'industrie agroalimentaire ainsi que sa politique d'investir en R&D. Grace à ce contrat, il a été possible de produire et de commercialiser la marque Coca Cola en Algérie.

En juin 1997, une deuxième usine a été construite par SPA Fruital Algérie dans la localité de Khemis El Khechna, sur une superficie de 4,5 hectares et qui emploie 1400 salariés et qui a été transformée en entrepôt de matières premières quelques années après.

Le 15 Mars 2006, le groupe espagnol ECCBC (**EQUATORIAL COCA- COLA BOTTLING COMPAGNY)** entre dans l'actionnariat de la société Fruital SPA et rachète 92 % de ses actions pour qu'elle devienne l'un des embouteilleurs et distributeurs de Coca-Cola en Algérie, (le plus important des 3 embouteilleurs et distributeurs). Elle importe des concentrés mis au point par The coca cola company et assure la commercialisation et la distribution à travers ses canaux de distribution modernes permettant de satisfaire les demandes de tous les clients et consommateurs, son réseau de distribution couvre tout le territoire national.

Figure N° 09 : l'historique de l'entreprise ECCBC.



Source : document interne de l'entreprise.

La présente figure détaille l'historique de l'entreprise ECCBC (EQUATORIAL COCA-COLA BOTTLING COMPANY) depuis la création de la société à responsabilité limitée SPA en 1990 jusqu'à l'année précédente 2024 ou ils ont obtenu le certificat de meilleur lieu de travail, nouveau siège : Geneva Tower Alger.

1.3.Les activités et les objectifs de ECCBC :

L'entreprise ECCBC combine entre une activité à la fois industrielle et commerciale, en allant de la réception de la matière première, sa transformation dans sa ligne de production jusqu'à la distribution finale des produits dans les points de vente, ou bien les ports de destination finale lors des opérations d'export.

Pour le bon déroulement de ses activités, l'entreprise répond aux objectifs suivants :

-Distribuer le produit au consommateur partout dans les meilleures conditions et au bon moment.

-l'application des normes internationales de la qualité.

- Déploiement des produits sur tout le territoire en s'imposant sur le marché avec l'expansion des réseaux de distribution et des points de ventes.

- Augmenter ou gagner des parts de marché ainsi qu'augmenter son chiffre d'affaire en augmentent des ventes et en réalisant la marge bénéficiaire la plus élevée.

- Promotion de ses activités y compris le marketing qui sont liés à l'objectif de l'entreprise.

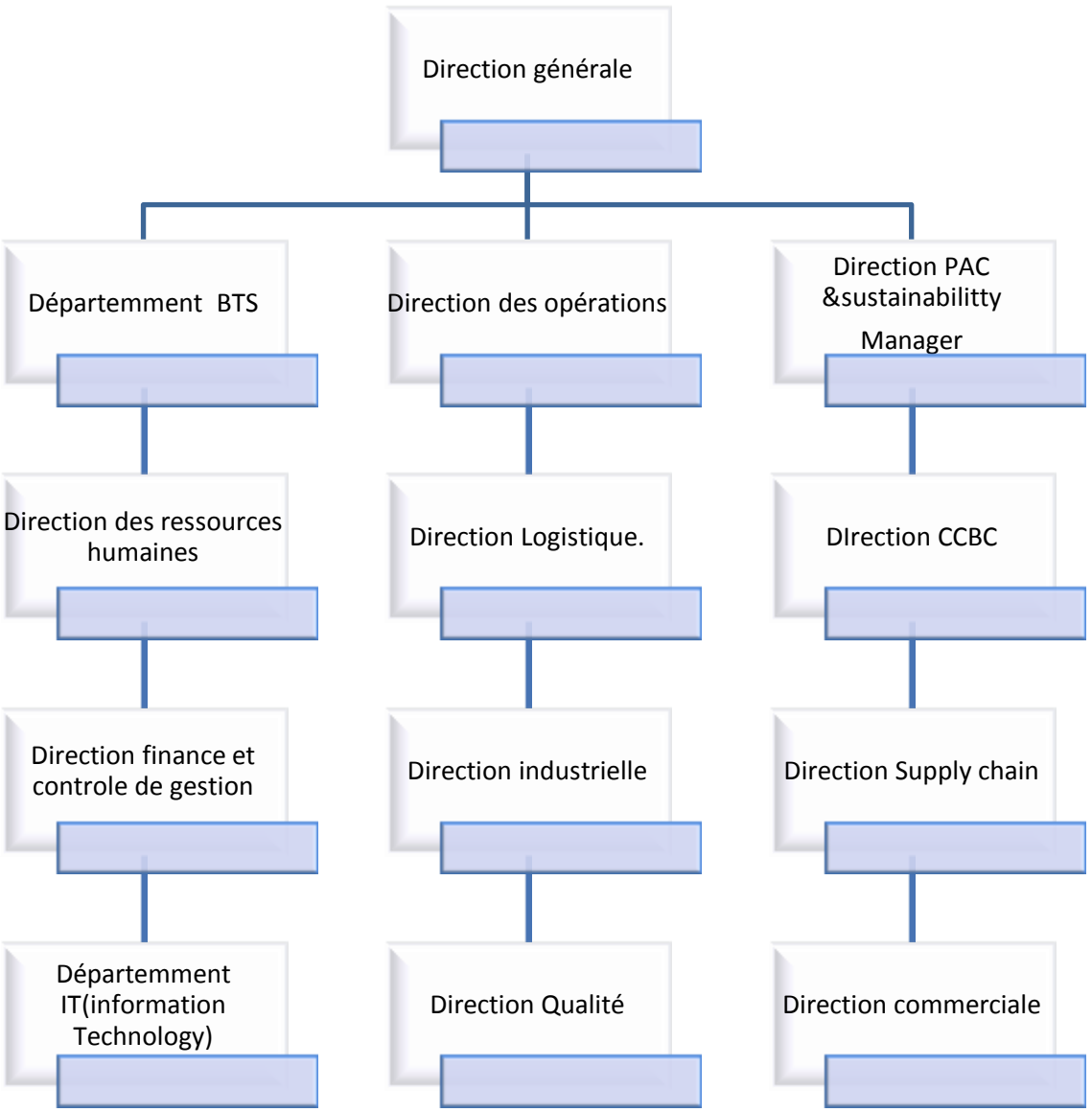
- S'attaquer à la concurrence nationale et internationale.

- Perfectionner l'image de marque (coca-cola) et de la représenter mondialement.

1.4.L'organisation de l'entreprise ECCBC :

Ci-dessus une figure qui montre l'organigramme de la structure générale de Fruital Coca Cola et ses différents départements.

Figure N° 10 : l'organigramme de l'entreprise ECCBC.



Source : établis par nous même à travers d'un document interne de l'entreprise

1.4.1. L'organisation ECCBC :

ECCBC (**EQUATORIAL COCA-COLA BOTTLING COMPANY**) est composée de plusieurs directions avec comme organe de décision la Direction Générale. Nous allons les présenter dans cette partie d'une façon brève ainsi que leurs missions principales.

a) La Direction générale :

Toutes les opérations de ECCBC sont approuvées et validées par sa direction Générale qui a pour rôle :

- La Fixation des objectifs à atteindre à travers l'élaboration d'un plan d'action.
- La représentation de l'entreprise auprès des institutions officielles.
- Coordination entre les différentes sous-directions.
- Assurer le bon fonctionnement de l'entreprise.
- L'élaboration de la stratégie générale de l'entreprise (avec le conseil d'administration).
- Identifier et évaluer les problèmes internes et externes affectant l'entreprise.

b) La direction des ressources humaines : Chargée de la bonne gestion du personnel de ECCBC par :

- L'intégration des nouveaux travailleurs et maintenir la classification des dossiers des travailleurs.
- Le suivi des programmes de formations.
- Informer la stratégie et les objectifs de l'administration publique.
- Créez un langage unifié pour chaque employé.
- La représentation de l'entreprise dans les salons de recrutements.
- Garantir l'indemnisation médicale des travailleurs.
- Percevoir et promettre des éléments salariaux.
- Payer et tenir à jour les fichiers des cartes de recouvrement des travailleurs au niveau de la caisse nationale des travailleurs salariés.

La direction des finances et contrôle planification :

Ses missions principales sont :

- L'élaboration des prévisions budgétaires ainsi que le budget annuel de l'entreprise.
- Optimiser la gestion des sources de capitaux et leurs emplois.
- Le suivi d'exécution du budget en collaboration avec le contrôleur de gestion.
- Le suivi des investissements nouveaux
- Rendre compte de la situation financière de l'entreprise.

- Définir les réajustements nécessaires en cas de non atteinte des objectifs.

c) La direction commerciale :

La direction commerciale de ECCBC s'occupe principalement de la commercialisation et la promotion de ses produits sur le marché national à travers :

- La préparation des tableaux pour suivre et surveiller l'évolution des ventes et ainsi que des chiffres et des statistiques qui aident à augmenter les ventes.
- Vérifier la vente directe des produits de l'entreprise des détaillants.

d) La direction de supply chain :

Son rôle est :

- Chargée de coordonner et de gérer l'ensemble des flux physique et d'informations nécessaires au bon fonctionnement des activités de l'entreprise.

- Garantie la réception, stockage, traitement et distribution du produit final aux entrepôts et aux clients.

- S'assurer de qualité du service (prix approprié, qualité des produits, respect des délais, respect de la sécurité environnementale…)

Mais la tâche principale désigne le développement et mise en œuvre des matières premières en suivant la politique de gestion des flux de produits finis, depuis la réception des matières des fournisseurs et des produits finis de la production jusqu'à la livraison aux clients, et l'objectif principal sont la maitrise des délais et des couts. Elle contient des départements importants, comme ceux qui sont mentionnées ci-dessus :

1) **Approvisionnement :** chargé d'établir les prévisions de la demande qui permettent la planification du programme d'approvisionnement et de production et les transferts inter-centres.il assure la bonne gestion des matières premières dès leur Département réception jusqu'à la ligne de production, ainsi que la gestion du stock des produits finis dans les magasins de stockage.
2) **Département export :** chargé de suivre les opérations exports de l'entreprise, et la coordination entre les opérateurs logistiques afin d'assurer l'acheminement des produits destinés à l'export au port d'Alger en bonne condition et au bon moment.
3) **Département planification :** chargé de la négociation avec le client : citer le besoin de stockage, analyser la quantité des matières premières utiliser dans les

mois prochains, Mentionner la quantité du produit à importer et les matières premières à acheter localement.

e) La direction logistique :

Cette direction vise à :

- Organiser le déplacement des marchandises dans l'entreprise, l'entreposage, le stockage, l'emballage, la manutention.

- Elaborer une politique pour gérer la circulation des documents et des renseignements connexes.

- Assurer une veille technologique et logistique.

- Optimiser et diriger le système logistique.

f) La direction industrielle :

Cette dernière a pour rôle de :

- Améliorer, organiser et réaliser le contrôle de la production en fonction de ces objectifs.

- Assumer la responsabilité de la maintenance et de l'augmentation de la production.

- Contribuer au développements des méthodes de production et à l'amélioration des procédés et des produits.

- Participer à établir des cibles de production dont il est responsable.

g) La direction IT (technologie de l'information) :

Elle consiste à :

- Gérer l'organisation et le développement de l'équipe.

- Assurer la maintenance et le fonctionnement du système d'information.

- Gestion de l'infrastructure et des moyens d'informations (communication, réseaux…)

- Gestion des affaires diverses de l'entreprise (éditeurs de logiciels, fournisseurs.

- Assurer l'organisation et la gestion des projets d'informations.

- Gestion des relations et commandes d'informations commerciales.

h) La direction de la Qualité et du HSE (hygiène Security environnement) :

Elle a pour rôle :

-Protéger les employés par des programmes de prévention afin de réduire les possibles (accidents de travail, incendies…)

-Assurer le respect des conditions d'hygiènes et du travail.

-La mise en place des audits de qualité pour les fournisseurs et les sous-traitants.

-Vérifier l'applications et le respect des procédures.

-Assurer l'application des nouvelles mesures propres au secteur agroalimentaire.

-Vieillir à la mise en place des systèmes d'assurances qualité, hygiène, et environnement nécessaire à l'obtention des certifications (ISO…).

Section 02 : les normes obtenues de l'entreprise ECCBC.

Aujourd'hui, les normes et certifications internationales jouent un rôle crucial dans le commerce international c'est pourquoi pour pouvoir exporter et être compétitive sur les marchés internationaux, chaque entreprise Doit prouver qu'elle respecte des standards de qualité, de sécurité et de respect de l'environnement. C'est dans cette logique que l'entreprise **ECCBC (Equatorial Coca-Cola Bottling Company)**, qui opère dans plusieurs pays africains, a décidé de s'engager dans une démarche de certification internationale.

Avec le temps, ECCBC a obtenu plusieurs normes reconnues à l'échelle mondiale, comme **ISO 9001** pour la qualité, **ISO 14001** pour la protection de l'environnement, **ISO 45001** pour la sécurité au travail ou encore FSSC **v 6.0** a pour objectif de la sécurité alimentaire Ces certifications ne sont pas seulement des documents affichés sur les murs : elles représentent un réel travail d'organisation, d'amélioration continue, et de respect des exigences des clients et des marchés étrangers.

Dans cette partie, nous allons donc voir **quelles sont les normes obtenues par ECCBC**, pourquoi elles sont importantes pour son activité d'exportation, et en quoi elles ont changé sa façon de produire, de contrôler et de livrer ses boissons.

1. **Les normes obtenues :**

1.1.Norme ISO 9001 version 2015

ISO 9001 est une norme qui a été obtenue en 2017 elle contient un ensemble d'exigences qui sont relatives à un système de gestion de la qualité. Elle permet aux entreprises à acquérir en efficacité et elle contribue à la satisfaction clientèle. [81]

[81] https://www.qualitiso.com /comparaison-iso-9001-2015-vs-2008/.consulté le (09/06/2025).

L'ISO 9001 vs 2015 : a vu le jour en 1987 afin de répondre aux exigences qualité les plus basiques au niveau international. Cette norme a été revue pour la première fois en 1994 en donnant lieu à une vision plus généraliste avec plus d'exigences au niveau organisationnel.

Cependant, elle avait toujours une forte orientation vers l'industrie. La révision suivante a eu lieu en 2000 la norme a connu sa plus grande évolution en intégrant les concepts de satisfaction client, d'approche processus et d'amélioration continue. Quant à la révision datée de 2008, elle s'est portée sur des modifications mineures en apportant quelques précisions sur des exigences mal ou peu comprises. En septembre 2015, la nouvelle version est apparue. Elle apporte des changements pour une organisation plus performante, en combinant une approche processus, qui intègre le cycle PDCA (plan, do, check, act) et une approche par les risques à tous les niveaux de l'organisation.[82]

1.1.1. Les apports de la version 2015

Cette version constitue une révision technique de la version précédente. Elle met en évidence les points suivants :

- l'alignement sur une structure de document fondée sur dix paragraphes : architecture communes pour toutes les normes de système de management.
- la confirmation que les livrables sont de type « produit » mais aussi de type « services ».
- la prise en compte du contexte global de l'organisme, à savoir interne et externe.
- les compréhensions des besoins et des attentes ne se limite pas aux seuls clients, elle est étendue à toutes les parties intéressées.
- le renforcement de l'approche processus qui contribue à l'amélioration.
- la détermination et la gestion des risques et opportunités qui se substituent aux actions préventives.
- le contrôle de l'approvisionnement externe des produits et services, beaucoup plus large que la simple procédure d'achat.

1.2.Avantages et inconvénients de la nouvelle version iso 9001 vs2015 :

1.2.1. Les avantages de la nouvelle version iso 9001 vs 2015 :

- La claire définition des objectifs.
- Identification de nouvelles opportunités d'affaire.

[82] https://www.asjp.cerist.dz /en/down/Article/296/8/2/55669#:-text-La%20norme %20ISO%209001%20est.%E2 %9E%A2%20Mesures%2C%20analyse%20et%20am%C3%A9horation.consulté 09/06/2025

- Réponse des exigences légales et réglementaire.
- Réduction des couts de non qualité.

1.2.2. Les inconvénients de la nouvelle version iso 9001 vs 2015 :

- Les couts de la démarche pour les petites et moyennes entreprises.
- La difficulté de la démarche qui peut durer de six (6) a douze (12) mois.[83]

1.3.Domaine d'application :

La présente Norme internationale spécifie les exigences d'un système de gestion de la qualité : lorsqu'un organisme doit assurer son aptitude à fournir en permanence des produits et services conformément aux exigences des clients et aux lois et réglementations applicables afin d'améliorer la satisfaction des clientes. Système, y compris le processus d'amélioration du système et d'assurance de la conformité aux exigences des clients et aux lois et réglementations applicables. Toutes les exigences de cette norme sont génériques et destinées à être applicables à toute organisation, quel que soit son type ou sa taille, ou les produits et services qu'elle fournit. Dans la présente Norme internationale, le terme produit ou service s'applique aux produits et services fournis ou demandés par les clients.

1.3.1. Norme iso 45001 vs 2018 :

L'ISO 45001 version, 2018 c'est une norme international obtenue en 2019 relative aux systèmes de management de la santé et la sécurité au travail (SMSST), elle fournit un cadre pour améliorer la sécurité des employés ainsi qu'elle réduit les risques au lieu de travail notamment, cette norme (SMSST) aide les organisations à gérer de manière proactive les risques. La norme iso 45001 vs 2018 est la première édition de la norme au moment où il a été publié, le référentiel OHSAS 18001 était vigueur pour le système de management de la santé et de la sécurité au travail.

Après de longues discussions avec les pays membres de l'ISO, un consensus a été trouvé pour remplacer l'ancienne norme par la norme ISO. De plus, la structure HLS a été retenue afin d'uniformiser le cadre avec les autres normes ISO et d'en simplifier l'intégration aux impératifs des autres normes. Bien qu'il existe plusieurs différences, la plus importante est que l'ISO 45001 met l'accent sur les rapports entre une entreprise et son contexte professionnel, tandis que l'OHSAS 18001 se concentrait sur la gestion des dangers liés à la

[83] Mémoire de fin d'étude «de système de management de la qualité au service de la performance organisationnelle cas de : Aurès Emballages D.B.K

santé et à la sécurité au travail ainsi que sur d'autres enjeux internes. De surcroît, les normes divergent sur bien des points :

- l'ISO 45001 privilégie une approche axée sur les processus, alors que l'OHSAS 18001 établit une démarche.
- l'ISO 45001 est adaptable dans tous ses articles, contrairement à l'OHSAS 18001.
- l'ISO 45001 tient compte des risques et des possibilités, alors que l'OHSAS 18001 ne s'attarde qu'aux risques.
- l'ISO 45001 considère les points de vue des parties intéressées, ce qui n'est pas le cas de l'OHSAS 18001.

L'intérêt majeur de la norme ISO 45001 : 2018 réside dans sa capacité à préciser les conditions d'un système de gestion de la santé et de la sécurité au travail. Elle offre aux entreprises des recommandations pour assurer des environnements de travail sécurisés et sains, en se concentrant sur la prévention des blessures et des maladies, et en améliorant activement leur performance en matière de santé et de sécurité au travail.

L'ISO 45001 : 2018 s'adresse à toute organisation désireuse de travailler à la création, à

1.3.2. Domaine d'application :

L'application et au maintien d'un système de gestion de la santé et de la sécurité au travail, afin d'atteindre les objectifs suivants :

- Améliorer la santé et la sécurité au travail.
- éliminer les menaces et réduire les risques liés à son système de gestion de la santé et de la sécurité au travail, ainsi qu'aux erreurs du système.
- Saisir les occasions qui se présentent en matière de sécurité et de santé au travail.
- Corriger les manquements du système de gestion de la santé et de la sécurité au travail en lien avec ses actions.

Il convient de souligner que cette norme ne définit pas d'exigences concernant la sécurité des produits, ni ne se penche sur les atteintes. À l'environnement, sauf en cas de risques pour les employés et autres parties concernées.

Ces points marquent un tournant majeur dans notre façon de voir la gestion de la santé et de la sécurité. La SST n'est plus une entité distincte, elle doit être intégrée dans une vision globale d'une entreprise prospère et durable. Cela étant dit, malgré leurs différences

d'approche, un système de gestion conforme à l'OHSAS 18001 offre une base solide pour adopter l'ISO 45001.

L'adoption de cette norme permet à une organisation de contrôler les risques et les opportunités liés à la santé et sécurité au travail, et d'améliorer ses performances dans ce domaine. En effet, cette norme répond à deux préoccupations essentielles des entreprises, à savoir :

- Prévenir les blessures et les maladies liées au travail et fournir un environnement de travail sûr et sain.
- Cette norme vise non seulement à préserver la santé physique des employés, mais aussi leur bien-être mental. Elle ne se limite pas non plus à la protection des salariés, mais s'étend à toute personne susceptible d'être affectée par les activités de l'entreprise.

L'ISO 45001 souligne que ses exigences ne suffisent pas à elles seules pour garantir une gestion efficace de la santé et de la sécurité au travail. Le succès du système largement du leadership de l'organisation, de l'engagement, de la responsabilisation dépend, et de l'obligation de rendre compte de la direction. Parmi les facteurs clés, on peut citer :

- une communication, une consultation et une participation active des employés et/ou de leurs représentants, si présents.
- l'allocation de ressources adéquates pour atteindre les objectifs visés, ainsi que le développement, le soutien et la promotion d'une culture qui favorise les résultats souhaités du système de gestion de la santé et de la sécurité au travail.
- une cohérence entre les politiques de sécurité et de santé au travail et l'orientation et les objectifs stratégiques globaux de l'organisation.
- l'efficacité des processus mis en place pour identifier les dangers, maîtriser les risques, intégrer le système de gestion de la santé et sécurité au travail dans les processus métiers de l'organisation, et se conformer aux exigences légales sécurité, réglementaires et autres,
- une adéquation entre les objectifs en matière de santé et sécurité au travail et la politique de santé et sécurité au travail.

La complexité d'un système de gestion de la santé et de la sécurité au travail est influencée par les mêmes éléments que ceux qui possèdent les autres systèmes de gestion,

notamment les systèmes de qualité et d'environnement, comme mentionnés précédemment dans les généralités concernant la norme ISO 14001 :2015.

1.3.3. La norme iso 14001 vs 2015 :

La norme ISO 14001 dit « un système de management environnemental » obtenue en 2017, cette norme sert à aider les organisations à améliorer leur performance environnementale grâce à une utilisation plus efficace des ressources et à la réduction des déchets.

Dans sa version de 2015, elle représente la troisième mise à jour de ce standard dédié à la gestion environnementale. Initialement publiée en 1996, elle avait déjà été mise à jour en 2004.

L'implantation d'un système de gestion environnementale par les organisations témoigne d'une prise en compte des enjeux du développement durable, notamment la protection et la conservation de l'environnement, et d'une ambition d'harmonisation des préoccupations environnementales et impératifs économiques.

Ainsi, la norme ISO 14001 : 2015 offre aux entreprises un modèle pour s'adapter aux défis environnementaux actuels, préserver l'environnement et, simultanément, atteindre leurs objectifs économiques et sociaux.

La réussite d'un système de gestion de l'environnement dépend de plusieurs éléments clés :

- Un engagement sans faille à tous les échelons et dans tous les services.
- Une intégration par le leadership de la gestion environnementale dans les opérations courantes, l'orientation stratégique et les choix importants.
- Un lien étroit entre les risques et les possibilités environnementales et les objectifs prioritaires de l'entreprise, et l'inclusion de la gouvernance environnementale dans le système de gestion global.

Il est important de souligner que la complexité d'un système de gestion environnementale varie considérablement d'une organisation à l'autre. Cette différence s'explique principalement par le fait que la complexité du système est fortement influencée par :

- L'étendue de l'application du système de gestion environnementale.
- Le contexte spécifique de l'entreprise.

- La nature des activités, ainsi que des produits et services proposés par l'entreprise.
- Les aspects environnementaux propres à l'entreprise,
- les impacts environnementaux qui en découlent, et les exigences de conformité applicables.

Cette norme s'adresse à toutes les entreprises, peu importe leur taille ou leur secteur, qui considèrent pouvoir gérer ou impacter les enjeux environnementaux liés à leurs opérations, leurs produits et leurs prestations, en définissant l'ensemble de leur cycle de vie.

Elle peut donc être appliquée aux dimensions environnementales des activités, produits et services de l'entreprise. L'application de cette norme, complète ou partielle, permet d'améliorer de manière structurée la gestion environnementale.

1.3.4. La norme FSSC 22000 vs 6.0

FSSC 22000 vs 6.0 :[84] « Food Safety System Certification » obtenue en 2025 c'est un système de management de la sécurité alimentaire couvrant l'ensemble de la chaîne alimentaire, de la production à la distribution, avec une reconnaissance par la Global Food Safety Initiative (GFSI). Elle permet aux organisations de gérer efficacement les risques liés à la sécurité alimentaire et d'améliorer continuellement leurs processus.

La norme FSSC 22000 version 6.0, publiée en avril 2023, est une mise à jour majeure du référentiel de sécurité alimentaire internationalement reconnu. Elle vise à améliorer la sécurité alimentaire en harmonisant les exigences de certification avec les pratiques actuelles et en intégrant les exigences de la norme ISO 22003-1:2022, qui concerne les audits et la certification des systèmes de management de la sécurité des aliments.

Principaux changements et nouvelles exigences

- Insertion de nouvelles exigences : culture de la sécurité alimentaire et de la qualité, gestion des équipements (notamment conception hygiénique), contrôle qualité, communication, pertes et gaspillages alimentaires.
- Renforcement des exigences existantes : gestion des allergènes, surveillance de l'environnement, défense alimentaire (food defense), fraude alimentaire, gestion des fournisseurs, étiquetage, transport et livraison, conception et développement des produits, contrôle des risques et prévention de la contamination croisée.

[84] France Certification : surveillance environnementale, food defense, fraude alimentaire

- Réalignement des catégories de la chaîne alimentaire selon ISO 22003-1:2022 et élargissement du champ d'application, incluant désormais le commerce et le courtage tout en supprimant l'agriculture et la partie qualité du schéma FSSC 22000. [85]
- Intégration d'une culture de sécurité alimentaire renforcée, soulignant l'importance d'une culture organisationnelle priorisant la sécurité et la qualité des aliments.
- Amélioration du processus de certification avec des clarifications et l'ajout d'un QR code sur les certificats pour une meilleure traçabilité.
- Adoption de la structure de haut niveau (HLS) pour faciliter l'intégration avec d'autres normes de management comme ISO 9001 et ISO 14001.
- Renforcement des exigences d'audit : audits internes et tiers doivent être réalisés par des personnes compétentes et impartiales.

Transition

Les audits selon la version 6 ont commencé le 1er avril 2024, avec une période de transition de 12 mois. Toutes les organisations doivent réaliser l'audit de mise à niveau avant le 31 mars 2025 pour maintenir leur certification.

Cette mise à jour vise à renforcer la sécurité alimentaire dans un contexte mondial en constante évolution, en intégrant des exigences plus strictes et une meilleure harmonisation avec les standards internationaux.

1.4.Champ d'application

La norme a apporté quelques mises à jour au niveau de la structure du champ d'application en pensant à plusieurs aspects tels que le nombre de certificats, les détails et, dans son réajustement, le regroupement de certaines niches et segments. Certains champs d'application ont été ajoutés et d'autres supprimés :[86]

La production primaire (catégorie A) de produits animaux et végétaux a été supprimée et remplacée par la catégorie BIII « Manipulation et prétraitement de produits végétaux (BIII), tels que l'emballage des fruits et légumes récoltés »

La catégorie C0 « Transformation des carcasses en vue d'une transformation ultérieure » a été insérée.

[85] FSSC official documents : détails techniques et processus de mise à niveau
[86] SMG : explications détaillées sur les nouveautés et la culture sécurité alimentaire

Les catégories d'aliments pour animaux de compagnie DIIa et DIIb ont été supprimées et les aliments pour animaux de compagnie ont été insérés dans les catégories d'aliments CI à CIV.

La catégorie transport et stockage a été fusionnée dans une catégorie G.

La catégorie des activités de courtage de FII a été ajoutée.[87]

La description des catégories a été davantage spécifiée et est devenue plus précise en général. Les aliments destinés à des besoins diététiques particuliers et les aliments destinés à des fins médicales particulières, lorsqu'ils sont légalement classés comme aliments dans le pays de fabrication, peuvent être inclus dans la catégorie C de la chaîne alimentaire. Les produits légalement classés comme produits pharmaceutiques ou médicaux n'entrent pas dans le champ d'application de la certification FSSC 22000.

La catégorie I, Emballages, comprend les serviettes de table et les matériaux d'emballage (tels que les feuilles d'aluminium, le papier sulfurisé, les films plastiques) utilisés dans l'industrie alimentaire. Les matériaux d'emballage et les serviettes de table utilisés dans les ménages privés sont exclus du champ d'application.

Le processus combiné FSSC 22000 et ISO 9001, qui n'était pas référencé par la GFSI dans le passé, n'est plus inclus dans le système FSSC 22000.[88]

1.5.système HACCP :

Le HACCP, (Hazard Analysis and cirtical control Points) est une approche systématique de la sécurité des aliments qui a été obtenue en 2012 qui d'identifie et d'évalue les dangers associés aux différents stades du processus de production d'une denrée alimentaire et de définir les moyens nécessaires à sa maîtrise. Elle permet donc d'établir qu'une denrée alimentaire satisfait aux exigences de sécurité.[89]

L'intérêt du HACCP est d'être destiné aux entreprises agro-alimentaires, et d'aider "à l'inspection par les organes officiels et promouvoir le commerce international en augmentant la confiance dans la sécurité des produits alimentaires"[90]

Le HACCP peut être utilisé seul, mais il est intéressant d'y recourir dans le cadre de la mise en œuvre du système d'assurance qualité.[91]

[87] CTCPA : synthèse des nouveautés et calendrier de transition
[88] QHSE Concept : définition, structure HLS, exigences renforcées
[89] Innovaltech : intégration des exigences climatiques et ISO 22003-1:2022
[90] LRQA : date de fin d'audit selon version 5.1 et passage obligatoire à la version 6

1.5.1. HACCP et assurance qualité

Lorsque l'entreprise recourt aux normes ISO 9000, le HACCP permet de construire et de mettre en œuvre l'assurance qualité. En effet, lesdites normes limitent-elles leur objectif à la description des éléments d'organisation et ne déterminent pas les moyens techniques utilisables par l'industrie agro-alimentaire ni la façon de mettre en œuvre les dispositions énoncées relatives à l'assurance qualité ; ces normes incitent à avoir recours à "toute méthode spécifique appropriée". De nombreuses années d'utilisation dans le secteur agro-alimentaire en Europe et surtout aux Etats-Unis ont permis de juger que le HACCP est la méthode la plus apte à être associée à l'assurance qualité. En effet, il associe à la fois des éléments relatifs à l'identification et à l'analyse des besoins et d'autres qui correspondent à des éléments d'intervention directe.[92]

Le HACCP étant une méthode répondant aux principes anglo-saxons, les pays latins comme la France, l'Italie et l'Espagne ont tout d'abord été réticents à son égard.

1.5.2. Spécificités de la méthode HACCP :

La sécurité ne peut résulter uniquement d'une accumulation de moyens techniques ; elle nécessite également une démarche rigoureuse visant à adapter les ressources et les activités à un objectif spécifiquement défini : la sécurité/santé. L'analyse des fonctions et des principes d'action de la méthode HACCP permet de comprendre en quoi elle répond à ces besoins.

Les fonctions de la méthode HACCP sont :

- l'analyse des dangers.
- la maîtrise des points critiques.
- la surveillance des conditions d'exécution.
- la vérification de l'efficacité du système.

A cet égard, les principes d'action sont les suivants :

- identifier les dangers associés à tout stade de la production alimentaire, évaluer la probabilité d'apparition de ces dangers et identifier les mesures préventives nécessaires.

[91] Comité du Codex sur les systèmes d'inspection et de certification des importations et des Exportations alimentaires, op. cit., p.1. Voir supra, CX/FICS 92/8 p.4.
[92] J.L. Jouve et Ph. Rohmer, "La méthode HACCP: contexte et principes d'utilisation", CTCPA/CT info, 1992, p. 4 et 5.

- déterminer les "points critiques" pour la maîtrise de ces dangers (point/étape opérationnelle/procédure qui peut, et doit être, maîtrisé afin d'éliminer un danger ou de réduire son occurrence à un niveau acceptable).
- établir les critères opérationnels.
- établir un système de surveillance permettant d'assurer la maîtrise effective des "points critiques".
- établir les actions correctives à mettre en œuvre lorsque la surveillance révèle qu'un "point critique" donné n'est pas ou plus maîtrisé.
- établir des procédures spécifiques pour la vérification, destinée à confirmer que le système HACCP fonctionne efficacement.
- établir un système documentaire approprié couvrant l'application des principes antérieurement cités.

1.5.3. Incitation à utiliser la méthode HACCP :

La méthode HACCP semble apporter la réponse la plus satisfaisante aux exigences relatives à la responsabilité du fait des produits défectueux.

Bien qu'elle ne soit en aucun cas un substitut à la réglementation, cette méthode permet d'établir de nouvelles relations entreprises/pouvoirs publics.

A titre d'illustration, il faut noter que :

- I'OMS, dans sa consultation du 22 novembre 1989 à Bruxelles a considéré que le HACCP "constituait l'un des meilleurs moyens pour garantir la sécurité des produits alimentaires et que le concept HACCP devrait être introduit dans les réglementations nationales et internationales et être considéré comme un moyen de d'améliorer

1.6.Relations entre ces normes

Les normes ISO 9001, 45001, 14001, et 22000, bien que distinctes, partagent une Structure commune appelée « Structure de haut niveau (High-Level Structure) ». Cette structure facilite leur intégration dans les systèmes de gestion globaux d'une Organisation. Voici les principales relations entre ces normes :

a) ISO 9001 et ISO 14001 : Ces deux normes se complètent dans la gestion de La qualité et de l'environnement. Alors qu'ISO 9001 garantit la satisfaction Client, ISO 14001 veille à ce que cette satisfaction soit atteinte durablement.

b) ISO 45001 et ISO 9001 : Les exigences de sécurité et de santé au travail D'ISO 45001 s'intègrent dans les processus de qualité d'ISO 9001, car un Environnement de travail sûr contribue à une meilleure productivité et qualité.
c) ISO 22000 et ISO 9001 : ISO 22000 s'appuie sur les principes de gestion de la qualité d'ISO 9001 pour garantir la sécurité alimentaire tout en maintenant une satisfaction client.
d) ISO 14001 et ISO 45001 : Ces normes collaborent pour réduire les risques environnementaux et les dangers pour les travailleurs, créant ainsi une organisation durable et sécurisée.

En combinant ces normes, les entreprises peuvent développer des systèmes de gestion intégrés qui répondent simultanément aux exigences de qualité, sécurité, environnement et sécurité alimentaire. Cela favorise l'efficacité, la conformité réglementaire, et l'image de marque auprès des clients et partenaires.

Dans un environnement économique mondialisé, où la concurrence est rude et le consommateur de plus en plus exigeant, les normes et certifications internationales jouent un rôle clé dans la satisfaction des **exigences clients**. Ces exigences portent aujourd'hui non seulement sur la qualité des produits, mais aussi sur la sécurité, la transparence, le respect de l'environnement et l'éthique des entreprises.

C'est ainsi que nous allons vous présenter les différentes exigences des clients de l'entreprise ECCBC

2. Les exigences clients de l'entreprise ECCBC.

Ce point détaille les exigences clients de l'entreprise ECCBC, en premier lieu elle explique la notion d'exigence, puis présente les différentes exigences clients de l'organisme ainsi leurs genres, types et catégories dans le but de sensibiliser les membres de l'équipe sur leur existence afin de mieux répondre à leurs attentes.[93]

Les exigences décrivent ce que les clients (commettants, bénéficiaires de prestations ou utilisateurs) d'un produit/ou d'un service attendent pour résoudre un problème, aptitudes, objectifs, gains.

[93] (Cf. Ebert 2014, p.21)

Les exigences représentent les caractéristiques nécessaires d'un système pour résoudre un problème ou une tache. Dans ce contexte, le problèmes (ou la tache) décrit ce que doit être modifié ou réalisé dans l'univers des clients afin de les satisfaire.

Selon Lauenroth, le mot problème est également utilisé pour désigner un « objectifs » ou un « but » dans le contexte des exigences. La solution, en revanche, décrit le système qui permet de résoudre le problème ou « la tâche », ou d'atteindre l'objectif de réaliser le but en question. [94]

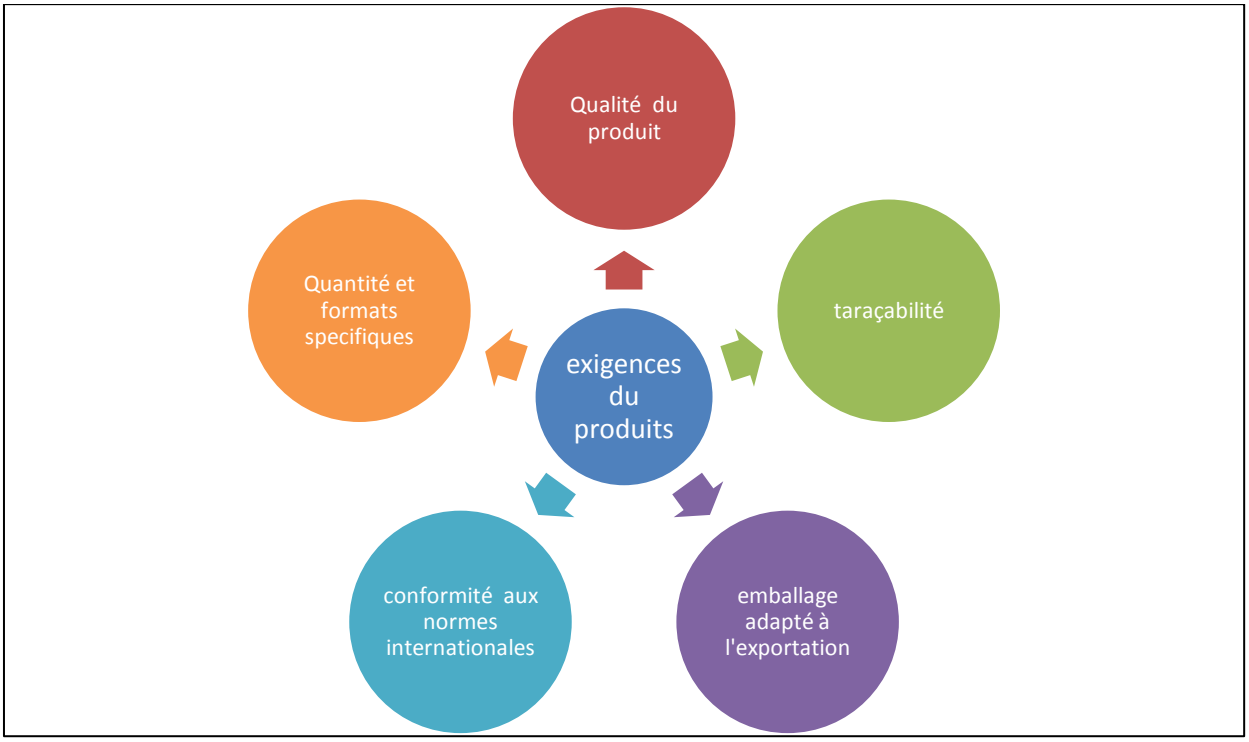
L'entreprise ECCBC s'engage à respecter l'ensemble des normes et certifications internationales voici les principales :

2.1.Exigences liées au produit :

Les exigences de produits ce sont les spécifications qui décrivent les caractéristiques fonctionnelles de performances et de qualité qu'un produit doit posséder, respecter pour répondre aux besoins et aux attentes des clients et aux exigences règlementaires. On distingue les exigences suivantes :

2.1.1. Les exigences liées au produit sont les suivantes :

Figure n°11 : cycle représentatif des exigences liées aux produits.



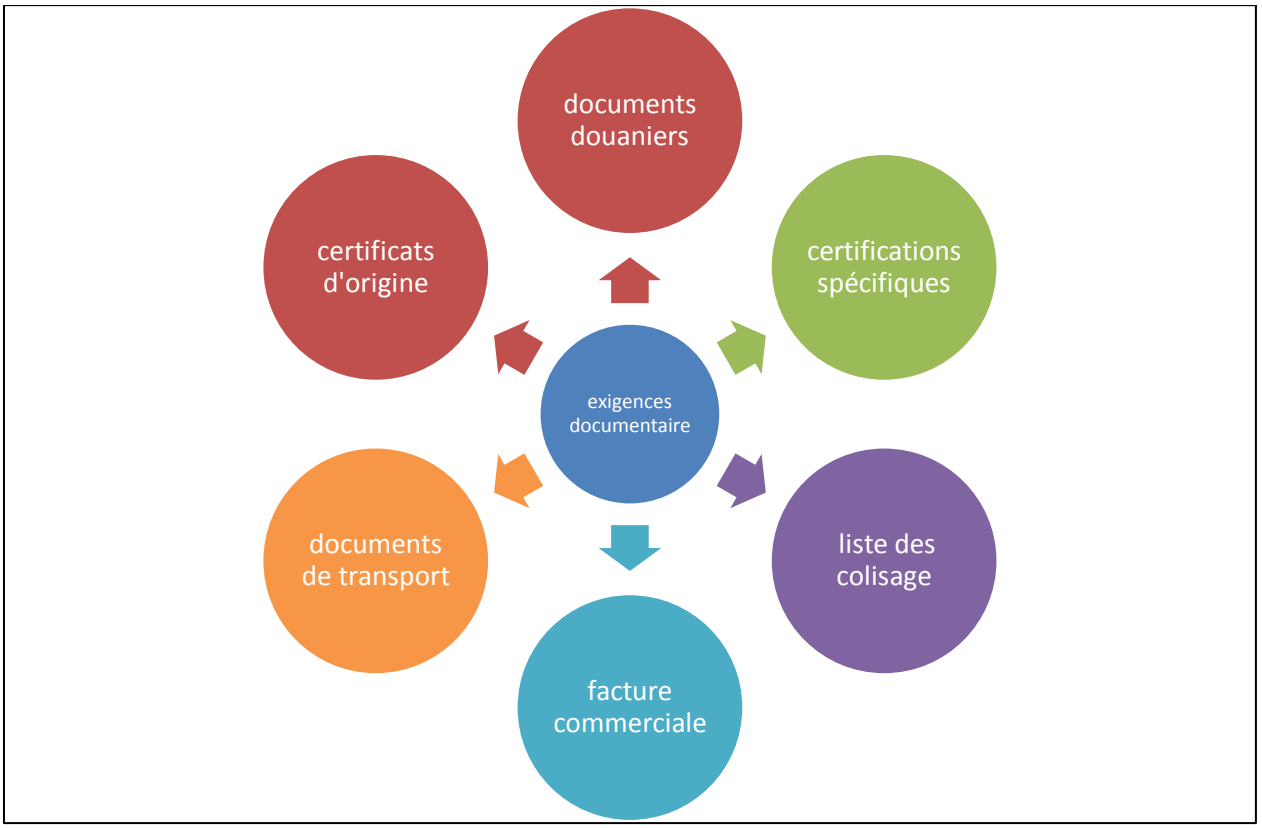
Source : établis par nous-mêmes.

[94] (cf.Lauenroth 2015,p.2)

a. **Conformité aux normes internationales ou locales (**ISO, FSSC.) : cela signifie que les produits & services respectent les règles et les exigences établis par les organismes de normalisation internationaux, ce qui aide à garantir la qualité et la sécurité d'un produit pour qu'il soit un produit conforme aux normes.
b. **Qualité du produit** (certificats de qualité, tests de laboratoire) : c'est une exigence importante par les clients, en tant que consommateurs nous demandons un certificat de qualité qui est un document officiel qui résume qu'un produit ou service a été évalué conforme aux exigences des normes spécifiques ainsi des tests de labo, des analyses faites pour évaluer la composition, la performance ou la sécurité d'un produit d'un échantillon
c. **Emballage adapté à l'exportation** (étiquetage multilingue) : c'est une exigence qui permet de communiquer efficacement les informations d'un produit avec plusieurs langues.
d. **Traçabilité** (numéro de lot, date de production et d'expiration) : c'est un processus qui permet de suivre un produit de sa fabrication jusqu'à sa distribution à travers plusieurs éléments comme le numéro de lot, ainsi que la date de production et d'expiration afin d'assurer la sécurité et la conformité d'un produit.
e. **Quantité et formats spécifiques** (unités, palettes, conteneurs) : chaque acheteur exige la quantité de la marchandise dont il a besoin ainsi qu'un formats spécifique (unités, caisses, palettes, conteneurs) donc c'est une exigence à respecter pour répondre aux besoins clients.

2.1.2. **Exigences documentaires : ce sont des documents nécessaires qui définissent la** conformité d'un produit aux règlementations en vigueur.

Figure n°12 : cycle des exigences documentaires.



Source : établis par nous-mêmes.

a) **Facture commerciale (Commercial Invoice) :** c'est document important dans le commerce international, qui déclare la valeur de la marchandise.

b) **Liste de colisage (Packing List) :** c'est une exigence aussi importante que les autres, à vrai dire c un document qui contient une liste dedans détaillant le contenu de chaque colis incluant la quantité, le type de marchandises et les dimensions.

c) **Certificat d'origine :** c'est un document qui précise, certifie le pays ou une marchandise a été produite.

d) **Certificats spécifiques** (sanitaire.) : c'est un document officiel qui certifie que les produits, souvent alimentaire, pharmaceutique ou d'origine animal respectent les normes sanitaires comme : l'hygiène, la composition, les méthodes de production et de stockage, les additifs autorisés ainsi que les contrôles de qualités.

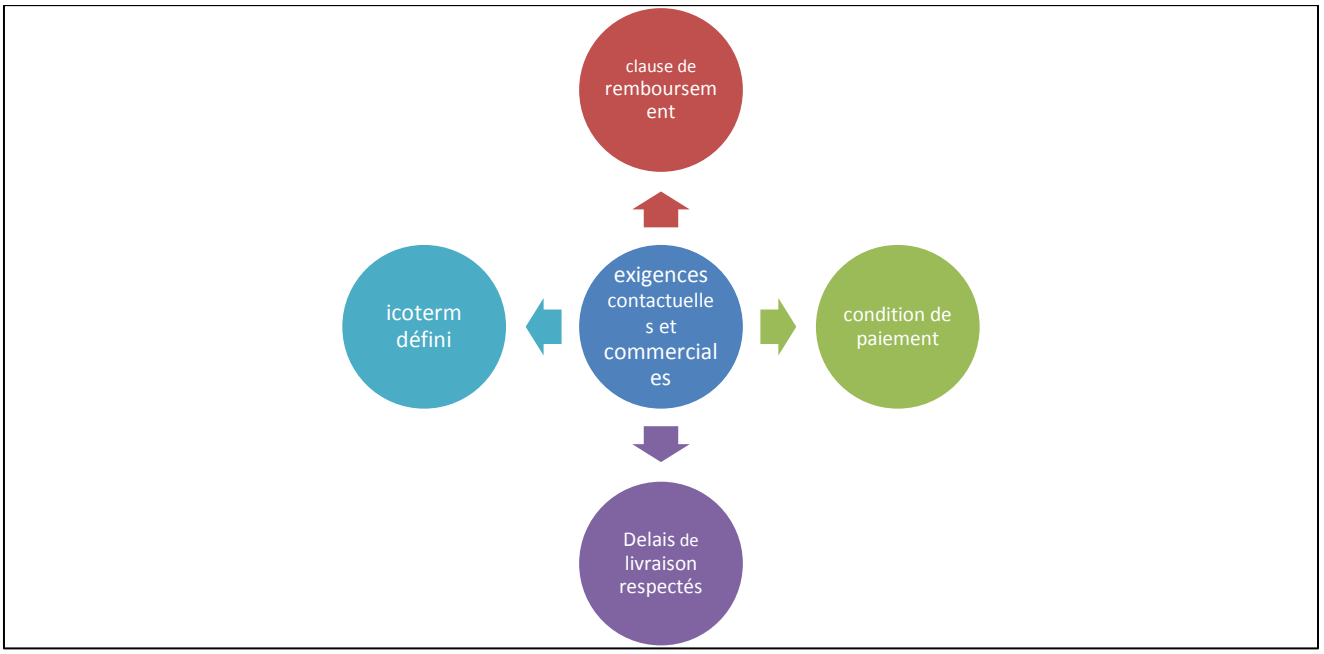
e) **Documents de transport** (connaissement maritime) : ce sont des documents essentiels qui accompagnent la marchandise pendant leur acheminement qui servent à identifier la nature et la quantité des produits, prouver la propriété de marchandise et permettre le dédouanement. Ainsi que les documents de transport varient selon le mode de transport utilisé (maritime, aérien, routier, ferroviaire) et incluent les

documents tels que le connaissement plus exactement maritime, la lettre de transport et la facture commerciale.

f) **Documents douaniers** (déclaration en douane) : c'est des formulaires requis pour le dédouanement des marchandises, ils permettent aux autorités douanières de les contrôler et d'appliquer les droits de douane, les taxes et de vérifier la conformité aux réglementations en vigueur

2.1.3. **Exigences contractuelles et commerciales : sa réfèrent les obligations et les** conditions qui doivent être respectées cela inclut les clauses spécifiques d'un contrat comme les normes de performance, les délais de livraison, la nature de paiement.

Figure n°13 : cycle des exigences contractuelles et commerciales



Source : établis par nous-mêmes

a) **Incoterm défini** (FOB, CFR) : l'incoterm sont des termes commerciaux internationaux standardisés publiés par la CCI qui définissent les responsabilités de l'acheteur et le vendeur et nous avons beaucoup de types d'incoterms en revanche l'entreprise ECCBC à opter pour l'incoterm Fob (Free On Board) et l'incoterm CER (Cost and Freight) sont des termes commerciaux internationaux qui définissent les responsabilités de l'acheteur et de vendeur, mais ce dernier dans l'incoterm FOB est responsable des marchandises jusqu'à ce qu'elles soient chargées à bord du navire au port d'expédition. En revanche le vendeur de l'incoterm CFR est responsable des couts et du fret pour acheminer les marchandises jusqu'à au port de destination

convenu cependant, le risque de perte ou de dommage est transférer à l'acheteur une fois que la marchandise sont chargées à bord du navire.

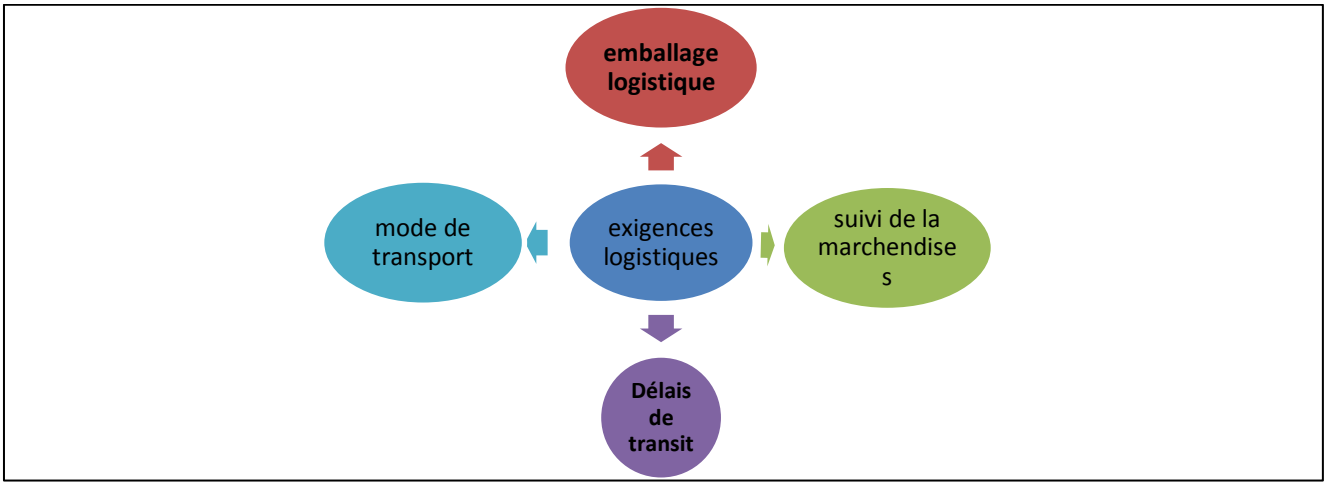
b) **Délais de livraison respectés :** c'est une exigence ou les produits doivent être livrer au moment convenu.

c) **Conditions de paiement claires** (transfert libre) : signifie de préciser clairement les montants les dates d'échéance les méthodes de paiement.

d) **Clause de remboursement en cas de non-conformité :** est une disposition qui prévoit qu'un acheteur a le droit de se faire rembourser le prix d'un bien ou d'un service s'il ne correspond pas aux spécifications convenues aux normes de qualité ou aux attentes.

2.1.4. Exigences logistiques : englobent l'ensemble des besoins t des contraintes liées à la gestion efficace des flux de marchandises de l'information et des ressources depuis le point de départ jusqu'au consommateur final.

Figure n° 14 : cycle des exigences logistiques



Source : établis par nous-mêmes.

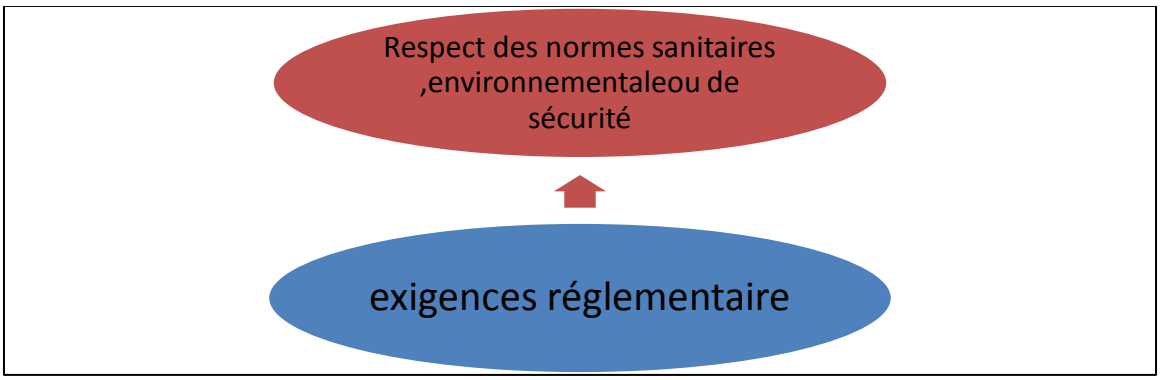
- **Mode de transport préféré** (maritime) : c'est le mode de transport le plus utilisé dans le monde et c'est un mode de transport privilégié pour les marchandises volumineuses ou lourdes en raison de sa capacité et de son cout généralement plus fiable.
- **Emballage logistique adapté** (containerisation) : c'est une solution d'emballage qui prend en compte les contraintes de transport, de manutention et de stockage afin de garantir l'intégrité du produit et de minimiser les couts.
- **Suivi et traçabilité de la marchandise sur système de la compagnie maritime :** Le suivi et la traçabilité dans une compagnie maritime permettent de localiser en temps réel et de retracer l'historique complet d'une marchandise pendant son transport. Ces

systèmes fournissent des informations précises sur l'emplacement, les étapes franchies et les éventuels incidents. Le délai de transit précis correspond à l'estimation fiable du temps nécessaire pour acheminer la marchandise d'un point à un autre. Ensemble, ces outils améliorent la gestion logistique, la ponctualité des livraisons et la satisfaction client.

- **Délais de transit précis :** c'est le temps nécessaire pour qu'une marchandise voyage d'un point A à un point B, incluant toutes les étapes du processus logistique.

2.1.5. Exigences réglementaires : Les exigences réglementaires sont les règles et obligations légales que doivent respecter les acteurs d'un secteur, notamment en transport maritime. Elles garantissent la sécurité, la protection de l'environnement, la conformité des opérations et encadrent les responsabilités. Ces exigences incluent des conventions internationales, des lois nationales, des règles sur les documents obligatoires et des normes pour le transport des marchandises. Leur objectif est d'assurer un transport sûr, fiable et conforme aux lois en vigueur.

Figure n°15 : cycle des exigences réglementaires.



Source : établis par nous-mêmes.

Respect des normes sanitaires, environnementales ou de sécurité : Respecter les normes sanitaires, environnementales et de sécurité signifie garantir un lieu de travail propre, sain et sûr pour les employés, tout en limitant l'impact des activités sur l'environnement. Cela implique de suivre les règles d'hygiène, de prévenir les risques d'accidents, et de gérer de manière responsable les ressources et déchets. Ces mesures protègent la santé des personnes et préservent la planète.

En conclusion, les exigences des clients sont dynamiques et évoluent constamment, mais les entreprises doivent comprendre, rester à l'écoute de leurs clients est essentiel au succès de toute entreprise. En se concentrent sur les besoins des clients, les entreprises peuvent créer des

produits et services qui répondent aux attentes, fidélisent les clients et enfin prospérer dans un marché en constante évolution.

En somme, il existe une **relation directe et essentielle entre les normes internationales et les attentes des clients**. Plus les exigences des consommateurs augmentent, plus l'entreprise doit s'appuyer sur des normes claires pour y répondre. Adopter ces normes, c'est envoyer un message fort : *« Nous respectons nos engagements et nous plaçons la satisfaction du client au centre de nos priorités. »*

Section 3 : le déroulement de l'enquête

Afin d'approuver les résultats de notre recherche théorique, et pour mener à terme cette partie pratique, nous avons opter, à une méthodologie mixte, qualitative avec un guide d'entretien composé de plusieurs questions dérouler avec le responsable National Export & Purchasing Manager du service supply chain ainsi que le responsable QSE système superviseur du service HSE. Deuxièmement nous avons élaborer un questionnaire avec une méthode quantitative distribuer auprès de consommateurs de la boisson coca-cola. Cette dernière méthode est considérée comme un complément d'information afin de mieux de collecter les données et afin de compléter les informations requises lors de l'entretien, La présente section détaille le déroulement de l'enquête, avec deux types de méthodes, premièrement le processus de la collecte des données, et enfin le traitement des résultats obtenus.

1- Le guide d'entretien :

1.1 Méthodologie de recherche :

« La méthode est définit comme l'ensemble des opérations intellectuelles permettant d'analyser, de comprendre et d'expliquer la réalité étudiée [95] » **Jean Laubet Del Bayle**

La méthode est un chemin à suivre pour atteindre un but précis, afin de mieux répondre à notre problématique, nous avons jugé utile de recourir à la méthode analytique descriptive pour analyser et interpréter ce qu'on a pu collecter comme information. [96]

1-1 L'outil de collecte de l'information :

L'outil de recherche est l'instrument utilisé pour collecter les données et les informations indispensables à la vérification des hypothèses en tenant compte de l'objectif de recherche, et la qualité des données à collecter.[97]

[95] LAUBET Jean Louis, Initiation aux méthodes de recherche en sociales, L'Harmattan,Paris,2000,p.120.
[96] OUACHERINE Hassan et CHABANI Samain, guide de la méthodologie de la recherche en science sociales 1er édition, Taleb impression,2013, p.55.

Pour notre cas pratique, nous avons choisi l'entretien et un questionnaire comme outils de collecte d'informations, qu'on a adressé au « manager export » du département Supply chain de ECCBC (**EQUATORIAL COCA-COLA BOTTLING COMPANY**).

Ce choix s'explique par la position qu'occupe le manager export ainsi que son expérience dans le domaine de l'export.

Afin de mieux structurer l'entretien, et collecter le maximum d'informations et explications, nous avons fait un appel à un entretien directif, ou on a décomposé notre thème général en quelques principaux sous-thèmes qui répondent à notre objectif de recherche et qui nous tracent les grandes lignes à suivre pour arriver à des réponses directes et précises.

Bien évidemment, nous avons élaboré un guide d'entretien, un document qui synthétise l'ensemble des thèmes abordés avec notre interviewé.

Le guide d'entretien est basé sur les grands axes suivants :

Axe 1 : une présentation générale sur l'entreprise ECCBC (**EQUATORIAL COCA- COLA BOTTLING COMPANY)**

Axe 2 : Quels sont les pays de destinations et les marques exportées de l'entreprise ECCBC.

Axe 3 : Détermination des différentes raisons qui ont poussé l'entreprise ECCBC à se certifier.

Axe 4 : Avez-vous rencontrées des améliorations depuis l'obtention des certifications internationales.

Axe 5 : Le rôle et les avantages des normes et certifications internationales pour l'entreprise ECCBC.

Axe 6 : A la fin, nous avons choisi de connaitre l'avis de notre interviewé sur les obstacles rencontrés lors de la mise en place normes et certifications internationales sur l'entreprise ECCBC.

1-3 Le traitement des données :

Dans cette étape nous avons comparé les réponses obtenues lors de l'entretien avec l'ensemble des différentes données collectées (durant notre présence au département supply chain), et converties par nous-mêmes sous forme des réponses courtes, schéma et tableaux représentatifs.

[97] OUACHERINE Hassan et CHABANI Samain : Op.cit. p.65.

En analysant le contenu de ces derniers, nous essayerons de donner des réponses à nos objectifs, et aboutir à une conclusion générale de l'enquête.

1-4 Aperçu général sur l'entretien déroulé :

Axe 01 :

1.4.1. Présentation de l'entreprise ECCBC :

ECCBC Algérie est une société agroalimentaire de droit algérien spécialisée dans le domaine des boissons gazeuses et jus.

ECCBC Algérie est riche de plus de 20 ans d'expérience dans le domaine de développement, de la production et la distribution des boissons en Algérie.

Cette entreprise dispose d'un site de production d'une superficie de 50 832 m^2 au niveau de la zone industrielle de Rouiba (25km d'Alger) ainsi que de sept (07) lignes de production.

Sa capacité de production atteint 183 millions de caisses physiques et emploie plus de 1300 personnes.

Depuis 2006, Fruital et son partenaire ECCBC (EQUATORIAL COCA-COLA BOTTLING COMPANY) ont développé et investi sur le marché local et de l'export soutenu par une certification Food Safety système 22000 et iso 9001 /2008.

ECCBC Algérie, embouteilleur de The Coca-Cola Company, joue un rôle majeur dans la

Production, la distribution et la commercialisation de plus de 90 références de boissons en

Algérie, sous des marques emblématiques telles que Coca-Cola, Fanta, Sprite, Schweppes et Minute Maid.

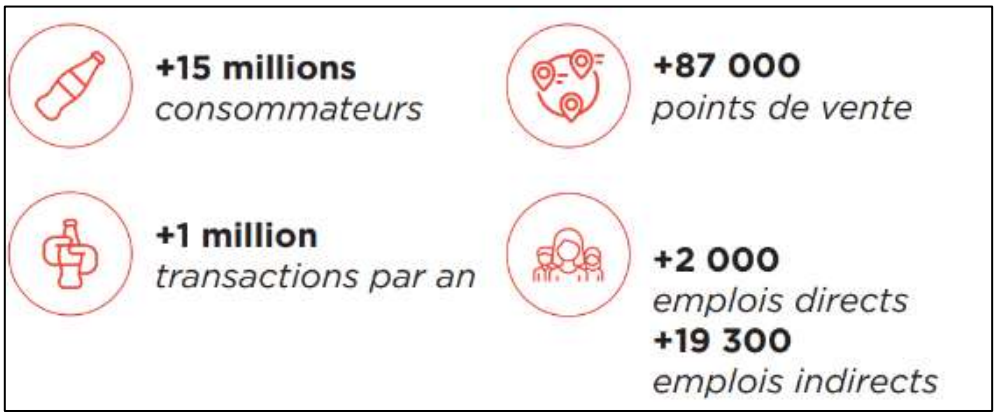
Figure N°16 : Différentes gamme du Produits

Source : Site internet.

Avec plus de 30 ans d'existence, l'entreprise exploite trois usines modernes situées à Alger, Oran et Skikda, totalisant 14 lignes de production et atteignant plus de 15 millions de

consommateurs à travers 87 000 points de vente, avec plus d'un million de transactions annuelles.

Figure N°17 : l'expertise du groupe ECCBC



Source : Documents interne de l'entreprise

S'appuyant sur l'expertise du groupe ECCBC, basé en Espagne, et le soutien de coca-cola company ECCBC Algérie emploie directement plus de 1900 collaborateurs et génère 19 300 emplois indirects, renforçant ainsi son impact économique et social.

Engagée dans une démarche de durabilité ECCBC Algérie met en œuvre ses actions ESG telles que la collecte de plastique, des dons solidaires et des projets d'inclusions.

Elle participe également à des initiatives locales comme le Sustainable Economy Forum.

Par ailleurs, l'entreprise propose à ses collaborateurs un environnement stimulant et un plan de développement ambitieux, leur permettant de valoriser leurs compétences et leur expertise au sein d'une organisation dynamique et tournée vers l'avenir.

Axe 02 : quels sont les pays de destinations et les marques exportées.

1.4.2. Le contrat de la franchise ECCBC Algérie :

Avant l'année 2006, ECCBC Algérie était une société SPA 100% née en Algérie et un embouteilleur de la marque dans toute l'Algérie, par suite un usine unique opérant sur tout le marché algérien a connu des moments difficiles, qui consistent à des difficultés financières et l'incapacité à contrôler l'ensemble du marché algérien, pour cela Coca Cola Algérie a dû lancer une offre internationale pour acquérir une partie de ses actions, dans le cadre de l'accord Coca Cola Company, le groupe espagnol qui détient la franchise avec Coca Cola Company en Afrique de l'Ouest soumis une proposition d'acquisition d'une participation

majoritaire dans Coca Cola Algérie. Ainsi donc, ECCBC Algérie une SPA depuis 2006 après être devenue une filiale du Groupe ECCB

Le contrat de franchise entre ECCBC Algérie et la maison mère de Coca Cola est un contrat industriel et de distribution à moyen terme (selon la période négociée entre les parties), chaque période dépendant des choix ou conditions propres aux trois parties ; ECCBC et Coca Cola Fruital Algérie, vis-à-vis a des exigences de la marque.

A partir de ce point on distingue deux types de la franchise ECCBC Algérie dont on peut les présenter dans les points suivants :

a). La franchise interne

Dans le cadre interne, ECCBC Algérie commercialise les produits de Coca Cola sur le marché local en Algérie. En effet, cette mission est assurée par FRUITAL Coca-Cola, filiale locale d'ECCBC. L'entreprise prend en charge l'ensemble du cycle commercial : depuis la fabrication des boissons (Coca-Cola, Fanta, Sprite, Schweppes, etc.) jusqu'à leur distribution dans les points de vente à travers tout le territoire national.

b).La franchise externe d'ECCBC Algérie.

Tant que ECCBC s'occupe de la franchise des pays ouest africains (Guinée, GHANA, Guinée EQUATOR. Togo Cote D'ivoire, GAMBIE, PAYS-BAS Mayotte cap-vert ,Sierra Leane , Jabel Ali UAE Sao Tomé et principe Guinée , BISSAU) et que Fruital Coca Cola devient collaborateur avec ce groupe, pour cela Fruital détient la franchise de tous ses pays, causé de manque d'accès aux matières premières et aux machines nécessaires dans les pays de l'ouest Afrique, c'est ainsi donc que Fruital détient de la responsabilité de la production et de la distribution des produits de la marque coca-cola vers ses pays.

La franchise externe d'ECCBC concerne donc les contrats d'exportation, ce contrat nécessite certains éléments importants qu'il doit motionner dans chaque opération d'export comme suite Objet de contrat, document contractuel, les obligations de Fruital, les obligations de client, la durée du contrat, le volume et condition de livraison, le prix et terme de paiement, la qualité, les impôts et taxes, force majeure, règlement des différends résiliation de droit applicable, absence de renonciation, déclaration et garantit des parties, absence de tiers bénéficiaires, dispositions générales, Lutte contre le corruption.

Voici un tableau qui représente les exportations de l'entreprise ECCBC à travers plusieurs pays.

Tableau n°04 : le volume de boissons exportées entre 2017 et 2018 par destination. Unité : litre

Pays	Année 2017	Année 2018
Guinée Equatorial	547 470	1 103 950
Ghana	251 220	500 070
Sierra Leone	104 280	401 570
Guinée	397 905	381 570
Gambie	47 390	33 180
Guinée Bissau	210 930	157 200
Liberia	14 685	210 930
Congo	-	47 400
Cap vert	-	9 480
Sao Tome	9 480	-
Mauritanie	-	-
Pays BAS	73 470	113 760
Espagne	47 400	56 880
UEA	-	2 370
TOTAL export	1 704 230	3 149 244

Source : document interne de l'entreprise.

Synthèse :

Le volume total des exportations de boissons a connu une croissance substantielle entre 2017 et 2018, passant de 1 704 230 litres à 3 018 360 litres. Cette augmentation est principalement tirée par des performances exceptionnelles en Guinée Équatoriale, qui a

doublé ses exportations pour atteindre 1 103 950 litres en 2018, et au Ghana, qui a presque doublé les siennes. La Sierra Leone et le Libéria ont également enregistré des croissances spectaculaires, avec des augmentations respectives de 285% et 1336%, les positionnant parmi les marchés les plus dynamiques.

Cependant, cette croissance n'est pas uniforme. Des pays comme la Guinée, la Gambie et la Guinée Bissau ont vu leurs volumes d'exportation diminuer. Parallèlement, de nouvelles destinations telles que le Congo, le Cap Vert et les Émirats Arabes Unis ont émergé en 2018, indiquant une diversification des marchés. À l'inverse, les exportations vers Sao Tomé, présentes en 2017, ont cessé en 2018.

Tableau n° 05 : les quantités exportées par marques par les années 2017 et 2018

Marques	**2017**	**2018**
Coca-cola	832 222	1 255 674
Fanta	659 692	1 155 502
Sprite	138 021	455 748
Schweppes	38 045	126 460
Vimto	9 730	92 119

Dans ce tableau nous constatons, que l'entreprise ECCBC exporte plusieurs marques à travers plusieurs pays et jour après jour nous remarquons une amélioration des quantité exportées.

Axe 03

1.4.3. Les améliorations considérées par l'entreprise ECCBC :

Tableau n° 06 : Les améliorations considérées par l'entreprise ECCBC

indicateur	Aucune amélioration.	Amélioration Légère.	Amélioration Moyenne.	Amélioration Forte.
Qualité des produits.				**X**
Accès des marchés internationaux.				**X**
Satisfactions des clients.			**X**	**X**
Image de l'entreprise.				**X**
Fidélisation des clients.			**X**	**X**

Source : document interne de l'entreprise.

Synthèse :

D'après l'entretien qu'on a fait à l'entreprise ECCBC au département supply chain avec le (manager export) et (administrateur export), le service des finances, et le service HSE (hygiene security Environment) on a pu constater que l'organisme d'accueil a vu des améliorations remarquables depuis l'obtention des normes et certifications internationales.

L'entreprise ECCBC travaille toujours pour satisfaire ses clients mais après la mise en place des normes et certifications elle a pu les satisfaire encore plus en répondant à leurs exigences comme (le taux de sucre, le délai de livraison…), a vrai dire ECCBC a constamment innové et amélioré ses produits ce qui a conduit à une augmentation de la satisfaction et de la fidélisation de ses clients.

De plus, l'obtention des normes et certifications internationales telle que (iso 9001, 22000, 14000…) améliore non seulement l'image de marque de l'entreprise, en démontrant son engagement envers la qualité et la sécurité, mais elle a également pu accéder aux nouveaux marchés internationaux grâce à ces certifications. L'entreprise ECCBC à gagner la confiance de clients et elle a établi des partenariats commerciaux à l'échelle mondiale, ce qui a considérablement stimulé sa croissance et son succès.

Axe 04 :

1.4.4. les principales raisons qui ont pousser l'entreprise ECCBC à se certifier.

Toute entreprise est censée être amélioré, innovée et compétitive, pour ce but on distingue plusieurs raisons qui poussent l'entreprise ECCBC à se certifier en réalisant ses attentes.

Tableau n° 07 : tableau qui représente les principales raisons.

N°	Raisons principales.	Explications.
01	Amélioration de la qualité des produits.	La norme iso 9001 permet de standardiser les processus pour garantir des produits/services conformes aux attentes.
02	Gain de performance et efficacité interne.	Les normes incitent à optimiser les ressources, réduire les erreurs, améliore les délais et la rentabilité.
03	Conformité réglementaire et gestion des risques.	Les normes (iso 45001, iso 22000…) permettent d'anticiper les risques et d'éviter les sanctions.
04	Avantage concurrentiel.	La certification peut différencier l'entreprise de ses concurrents et devenir un argument marketing Fort.
05	Amélioration contenue et innovation.	La logique des normes pousse à revoir et améliorer constamment les processus internes.

Source : document interne de l'entreprise.

Axe 05 :

1.4.5. Les contraintes et obstacles liés aux normes et certifications internationales pour les entreprises exportatrices

L'internationalisation des entreprises, notamment à travers l'exportation, est fortement conditionnée par le respect des normes et certifications internationales. Ces exigences, bien qu'essentielles pour garantir la qualité, la sécurité et la conformité des produits sur les marchés étrangers, constituent également des obstacles majeurs pour de nombreuses entreprises exportatrices.

a-Complexité et diversité des normes internationales : Chaque marché étranger impose ses propres normes techniques, sanitaires, environnementales ou sociales, souvent très spécifiques et rigoureuses. Cette diversité oblige les entreprises à adapter leurs produits, leurs processus de fabrication et leurs systèmes de gestion, ce qui engendre des coûts importants et des délais supplémentaires. De plus, les normes sont fréquemment mises à jour, parfois sans préavis suffisant, ce qui complique la veille réglementaire et la mise en conformité continue des entreprises.

b-Difficultés liées à la certification : La certification est un processus complexe qui demande des compétences techniques pointues, des ressources financières conséquentes et un personnel qualifié. Beaucoup d'entreprises, notamment les PME, manquent de ces compétences et ressources, ce qui freine leur accès aux marchés internationaux. Par ailleurs, les organismes certificateurs et les procédures varient selon les pays, augmentant la complexité et les risques d'erreurs ou de rejets à l'importation.

c-Barrières administratives et coûts associés : Les démarches administratives liées à la certification et au respect des normes sont souvent lourdes et coûteuses. Les entreprises doivent gérer une multitude de documents, d'inspections, d'essais et de contrôles, ce qui mobilise du temps et des ressources. Ces contraintes sont d'autant plus pénalisantes pour les petites entreprises qui disposent de moyens limités[98].

d-Manque d'information et d'accompagnement : Un obstacle majeur réside dans le manque d'information claire et accessible sur les exigences normatives des pays importateurs. Les normes sont souvent disponibles uniquement dans la langue locale ou présentées de manière complexe, rendant leur compréhension difficile pour les exportateurs. Par ailleurs,

[98] Daniel Caumont, Les études de marché, 3ème édition, DUNOD, paris, 2007, p52.

l'accompagnement institutionnel et technique reste souvent insuffisant, ce qui limite la capacité des entreprises à se conformer efficacement aux exigences internationales245.

e-Impact sur la compétitivité des entreprises exportatrices : Le non-respect des normes et l'absence de certification adéquate peuvent entraîner le rejet des produits aux frontières, des retards dans la livraison, voire la perte de marchés. À l'inverse, la maîtrise des normes et l'obtention des certifications internationales sont des leviers importants pour renforcer la crédibilité, la confiance des partenaires étrangers et la compétitivité sur les marchés internationaux.

Cette section met en lumière les contraintes spécifiques liées aux normes et certifications internationales, qui représentent un double enjeu : un frein pour les entreprises peu préparées, mais aussi une opportunité stratégique pour celles qui réussissent à les maîtriser.

Axe 6 :

1.4.6. Le rôle et les avantages des normes et certifications internationales sur l'entreprise ECCBC.

Les normes et certifications internationales jouent un rôle fondamental dans la structuration et le développement de l'entreprise ECCBC. En instaurant des référentiels tels que l'ISO 9001 pour le management de la qualité, l'entreprise a pu renforcer la maîtrise de ses processus, réduire les réclamations clients et améliorer significativement la satisfaction de sa clientèle. La mise en œuvre de la certification FSSC 22000 a permis de garantir une sécurité alimentaire optimale, assurant la traçabilité des produits et répondant aux exigences sanitaires des marchés internationaux. Sur le plan social, la norme ISO 45001 a contribué à l'amélioration des conditions de travail et à la prévention des risques professionnels, renforçant ainsi l'engagement du personnel. Par ailleurs, l'adoption de la norme ISO 14001 a marqué un tournant dans la stratégie environnementale d'ECCBC, avec la création d'un centre de traitement des eaux usées et la réduction de son impact écologique. Enfin, ces certifications jouent un rôle stratégique dans l'ouverture à l'international, car elles constituent un gage de conformité, de fiabilité et de compétitivité sur les marchés étrangers. Elles facilitent l'accès à de nouveaux débouchés, notamment dans les pays où les exigences réglementaires sont élevées. Ainsi, pour ECCBC, les normes ne sont pas de simples outils de conformité, mais de véritables leviers d'amélioration continue, de performance globale et de développement à l'export.

Et les avantages, c'est énorme ! D'abord, ça rend leurs produits meilleurs et leurs opérations plus fluides, ce qui est bon pour les affaires. Ensuite, c'est comme un passeport pour le commerce : avec ces certifications, ECCBC peut plus facilement vendre ses produits partout et se démarquer de la concurrence parce que les clients et les partenaires savent qu'ils sont fiables. Ça renforce aussi leur image de marque et la confiance des gens. Enfin, ça les aide à éviter les problèmes (risques, amendes) et à être plus responsables envers l'environnement, ce qui est super important aujourd'hui. En gros, c'est un gage de sérieux et de performance qui les pousse à toujours s'améliorer.

2-méthode de l'échantillonnage :

Afin de mieux compléter notre guide d'entretien, nous avons opté pour un questionnaire comme un deuxième outil de collecte d'informations avec une méthode quantitative qui va enrichir l'entretien déjà effectuer. Ce questionnaire à était adressé aux consommateurs de la boisson coca-cola afin de voir leurs avis sur les boissons de l'entreprise ECCBC (**EQUATORIAL COCA-COLA BOTTLING COMPANY**).

2.1 Définition de l'échantillonnage :

L'échantillonnage est une méthode qui permet de choisir un groupe de personne qui doit être représentatif de la population qui fait l'objet de l'enquête. Nous avons ciblé les consommateurs de l'entreprise ECCBC.

2.2 Les méthodes d'échantillonnage :

Il existe deux types de l'échantillonnage : les méthodes aléatoires (ou probabilistes) et les méthodes empiriques (non probabilistes).et nous nous avons opté pour la méthode empirique non probabiliste.

2.2.1. La méthode probabiliste (aléatoire) :

Elle s'appuie sur la théorie statistique. Son principe repose sur la réalisation d'un tirage au sort des unités de sondage (individus, situations, objets, … etc.) Qui vont constituer l'échantillon. Tous les éléments qui compose la population ont tous une certaine chance (une probabilité) d'être tirés, c'est-à-dire d'être choisis. Cette probabilité est identique pour tous les éléments de la population dans le cadre d'un échantillonnage aléatoire simple qui est le prototype de la méthode.

2.2.2. La méthode non probabiliste (empirique)

Les méthodes non probabilistes sont des méthodes moins scientifiques que les méthodes probabilistes, les risques d'erreurs ne peuvent pas être estimés. L'échantillon est constitué non pas au hasard, mais par un choix résonné. C'est-à-dire que l'on construit comme une maquette représentative de la population.[99]

2.3. Caractéristiques de l'échantillon choisi

Il convient au préalable de désigner la population auprès de laquelle enquêter, dans notre cas, la cible est les consommateurs.

Notre échantillon a été attribuer à des personnes des deux sexes, ainsi, la majorité des répondants était du sexe féminin en prenant en considération toutes les catégories socio-professionnelles de ces derniers.

3. L'élaboration du questionnaire

Le questionnaire est un instrument de mesure, d'enregistrement et de stockage des informations recueillies directement auprès des répondants, et qui prend la forme d'un ensemble de questions fermées ou ouvertes, selon que les réponses possibles sont proposées ou non aux personnes interrogées,[100]

3.1. Types de questions

Nous avons conçu notre questionnaire de manière à collecter des informations pertinentes afin de répondre aux objectifs de notre enquête. Le questionnaire est composé de 20 questions structurées de manière à faciliter la compréhension aux personnes sondées et ainsi obtenir des réponses fiables.

3.1.1. Les questions fermées

Une question est dite fermée lorsque le rédacteur du questionnaire impose un choix parmi les réponses à l'interviewé. Celui-ci n'a plus qu'à cocher les cases pour exprimer sa réponse. L'avantage de ces questions est que celles-ci facilitent le recueil d'informations. De plus, elles

[99] Alain Jollebert et Philipe Jouarda, Marketing research, Méthodes de recherche et d'étude en marketing», édition DUNOD, paris, 2006, p.125. 177

[100] Jean-Jacque Lamban et Chantal de Moerloose, Marketing stratégique et opérationnel, 7ème édition, DUNOD, paris, p.167.

garantissent des réponses dans le cadre du sujet et facilitent également la tâche à l'interviewé. Ajouter à cela, le fait d'économiser du temps et d'efforts pour les deux parties. [101]

Les questions fermées peuvent prendre plusieurs formes notamment :

- Les questions fermées dichotomiques : questions pour lesquelles la personne interrogée est contrainte de choisir entre deux réponses.

- Les questions fermées à réponses uniques : questions qui amènent le répondant à choisir la réponse entre plusieurs possibilités (supérieure à deux), mais seule une case peut être cochée.

- Les questions fermées à choix multiples : questions qui laissent au répondant la liberté de choisir une ou plusieurs réponses.

3.1.2. Les questions ouvertes

Ceux sont des questions pour lesquelles la personne interrogée est libre de répondre dans ces propres termes. Elles laissent au répondant la possibilité de s'exprimer comme il veut. Mais ce type de question est difficile à interpréter.

3.2. Le Mode d'administration de questionnaire

Après avoir élaboré notre questionnaire, nous avons opté pour une administration en ligne afin de faciliter la collecte des données. Le questionnaire a été diffusé via divers réseaux sociaux, notamment WhatsApp, LinkedIn, Facebook, et Instagram, ce qui nous a permis de toucher un large éventail des consommateurs.

Ce mode de diffusion a été choisi en raison de sa rapidité, de sa portée étendue, ainsi que de la souplesse offerte aux participants, qui ont pu répondre au questionnaire à leur convenance. Il a également permis d'assurer un meilleur taux de répondants tout en garantissant la fiabilité des données recueillies en si peu de temps.

3.3. Objectifs de questionnaire

Ce questionnaire a pour principal objectif de savoir comment les consommateurs perçoivent les marques agroalimentaires de l'entreprise ECCBC, en mettant particulièrement l'accent sur la marque coca-cola. A travers cette étude, nous avons pu comprendre comment les consommateurs évaluent les produits de la marque, quels sont leurs comportements d'achat,

[101] M.C.Debourg, J. Clavelin et O.Perrelier, la mercatique en action, Édition le génie des glaciers, Paris, 2002, P.427.

ainsi que les critères qui influencent leur décision de choisir ou non la gamme de coca-cola parmi d'autres marques concurrentes.

Le questionnaire explore également l'image de la marque coc-cola aux yeux des consommateurs, leur degré de préférence pour cette marque par rapport à d'autres marques présentes sur le marché, notamment leur avis sur les produits certifier ainsi que l'impact des normes et certifications internationales sur ces produits. Il s'intéresse également aux principaux critères qui orientent le choix d'un produit agroalimentaire, tels que le prix, la qualité, l'emballage, la notoriété de la marque. Ou encore les recommandations, ainsi il cherche à évaluer la fidélité des consommateurs de la marque coca-cola, à travers leur satisfaction générale, en répondant à leurs exigences ainsi qu'à recueillir leurs suggestions sur les améliorations que la marque pourrait apporter afin d'optimiser l'expérience d'achat et de consommation.

4. Analyse et interprétation des résultats

Une fois le travail de terrain est finalisé, nous avons recueilli des données qu'il convient désormais d'analyser et d'interpréter afin d'en tirer les résultats issus de l'enquête par questionnaire menée auprès des consommateurs des produits de la gamme coca-cola de l'entreprise ECCBC.

Après avoir établi, testé, distribué et vérifié tous les 200 questionnaire, nous avons procédé à l'élimination des questionnes dont les réponses ont été incomplètes ainsi que ceux dont les répondants ont fait preuve d'une ignorance totale vis-à-vis des produits de l'entreprise en question. C'est ainsi que nous avons pu dégager un échantillon pertinent pour l'analyse de 101 répondants.

Afin de traiter les informations recueillies, nous avons utilisé d'abord l'Excel qui nous a permis de classifier nos données d'une base facilement utilisable sur le logiciel d'analyse de données SPSS V 26 (Statistical Package for the Social Sciences). Ensuite, nous avons procédé à l'analyse des réponses par le tri à plat à l'aide des tableaux et des graphes qui nous ont permis interpréter les résultats obtenus.

Ainsi, dont ce qui suit, nous avons établis une fiche signalétique des résultats obtenues :

4.1. La fiche signalétique :

À la base du questionnaire établit, voici les éléments important :

4.1.1. Répartition de l'échantillon selon l'âge

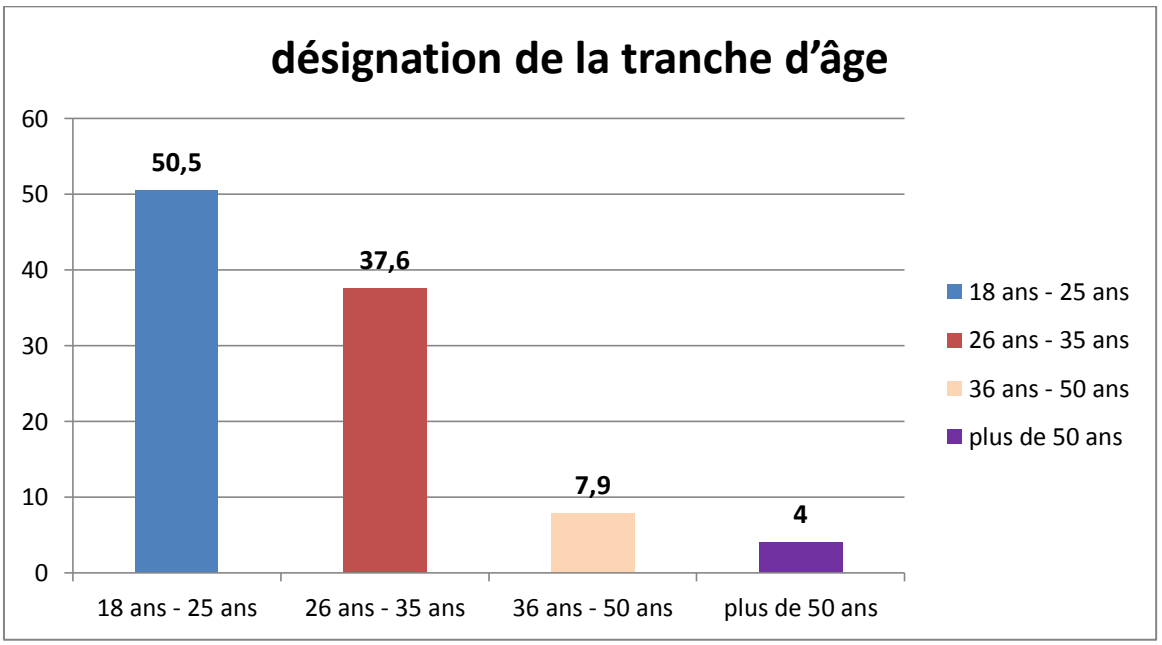
Question n°01 : désignation de la tranche d'âge

Tableau n° 08 : répartition selon la tranche d'âge.

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	18 ans - 25 ans	51	50,5	50,5	50,5
	26 ans - 35 ans	38	37,6	37,6	88,1
	36 ans - 50 ans	8	7,9	7,9	96,0
	plus de 50 ans	4	4,0	4,0	100,0
	Total	101	100,0	100,0	

Source : Etablie par nous-mêmes via SPSS

Figure n° 18 : la répartition selon l'âge.



Source : Etablie par nous-mêmes via SPSS

Notre échantillon est composé de 49,50 % de personnes dont l'âge est compris entre 18 ans-25ans, et 36,6% entre un âge compris entre 26ans-35ans, une part de 7,92% de personnes ayant un âge compris entre 36ans-50ans et enfin une très petite part de 3,96 % de personnes ayant 51 ans et plus.

A partir du tableau ci-dessus, les résultats ayant recueillis indiquent que la population interrogée est dominée par les répondants compris dans la tranche d'âge allant entre 18 à 25 ans, qui constituent 49,50% des répondants. Cette prédominance s'explique par leur aisance numérique et leur propension à participer aux enquêtes en ligne, et également d'un fort degré de notoriété et d'attractivité des marques agroalimentaires de l'entreprise ECCBC auprès de cette génération jeune et influente. Les 26 à 35 ans (36,6%) apportent une perspective d'adultes actifs financièrement autonomes, tandis que les 36 à 50 ans est de (7,92%) reflètent une vision plus stable et expérimentée de la consommation.la catégorie des 51 ans et plus, peu représentée, mais elle reste importante en tant que clients fidèles et attachés à la marque. Cette répartition montre ainsi la capacité de l'entreprise ECCBC à s'imposer dans l'esprit des jeunes consommateurs, tout en maintenant une présence essentielle pour la pérennité de la marque.

4.1.2. Répartition de l'échantillon selon le sexe.

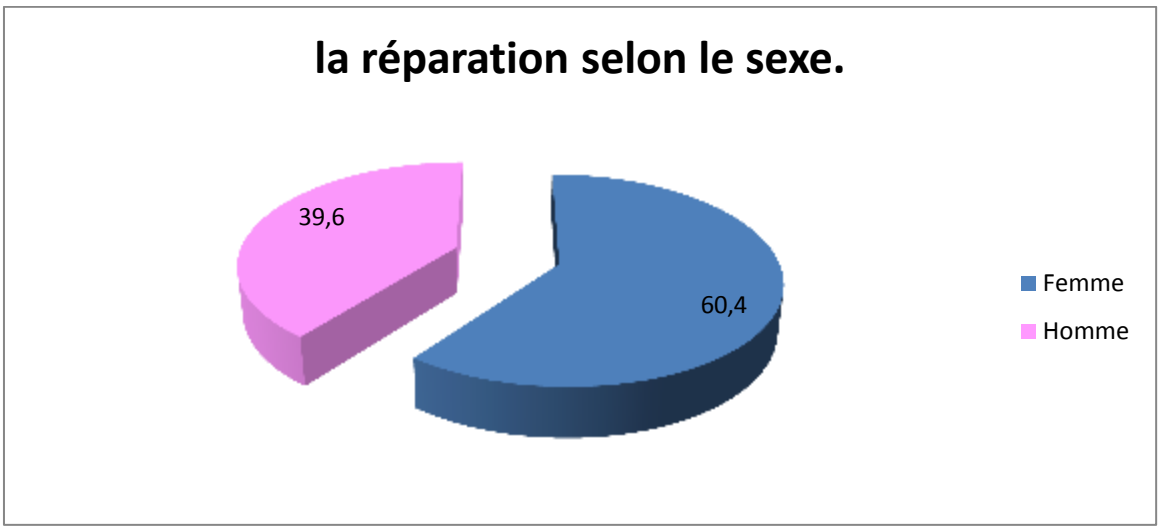
Question n°2 : Quel est votre genre.

Tableau n°09 : la réparation selon le sexe.

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Femme	61	60,4	60,4	60,4
Homme	40	39,6	39,6	100,0
Total	101	100,0	100,0	

Source : Etablie par nous-mêmes via SPSS

Figure n°19 : la répartition selon le genre.



Source : Etablie par nous-mêmes via SPSS

Notre échantillon est formé par 101 personnes reparties de la manière suivante :

60,40% de femmes et 39,60% de hommes.

Nous constatons que la majorité des répondants sont du genre féminin, cette forte présence féminine n'est pas insignifiante, surtout dans le contexte des produits agroalimentaires,

Généralement, dans toutes les maisons que ça soit en Algérie ou autres c'est les femmes qui s'occupent des achats alimentaires au sein du foyer, Elles veillent attentivement à la qualité des produits consommés par les membres de leur famille, notamment les enfants, afin de garantir leur santé et leur bien-être. Cette responsabilité les conduit naturellement à être plus sensibles et plus engagées dans le choix des produits, ce qui justifie leur forte représentation parmi les répondants à cette enquête.

4.1.3. La répartition de la consommation des boissons.

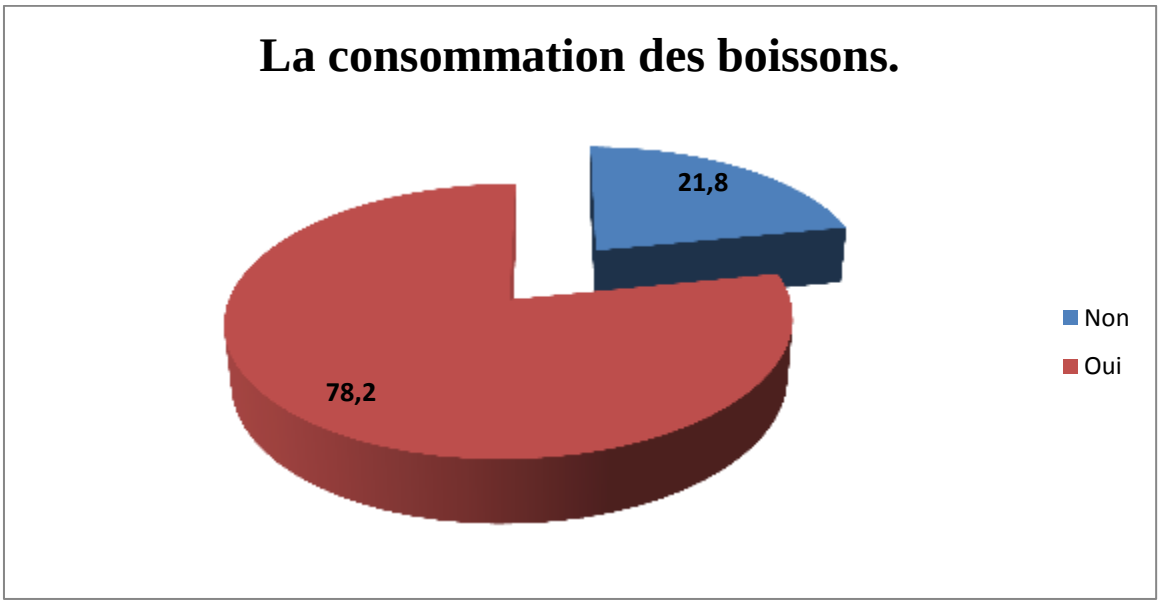
Question n°03 : consommez-vous régulièrement les boissons ex (coca-cola,Fanta,Pepsi…)

Tableau n°10 : la consommation des boissons.

		Fréquence	%	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Non	22	21,8	21,8	21,8
	Oui	79	78,2	78,2	100,0
	Total	101	100,0	100,0	

Source : Etablie par nous-mêmes via SPSS

Figure n°20 : la répartition de la consommation des boissons.



Source : Etablie par nous-mêmes via SPSS

Nous constatons que (78,22%) de personnes consomment les boissons ainsi (21,78%) de personnes ne les consomment. Cela peut varier à travers les préférences des consommateurs.

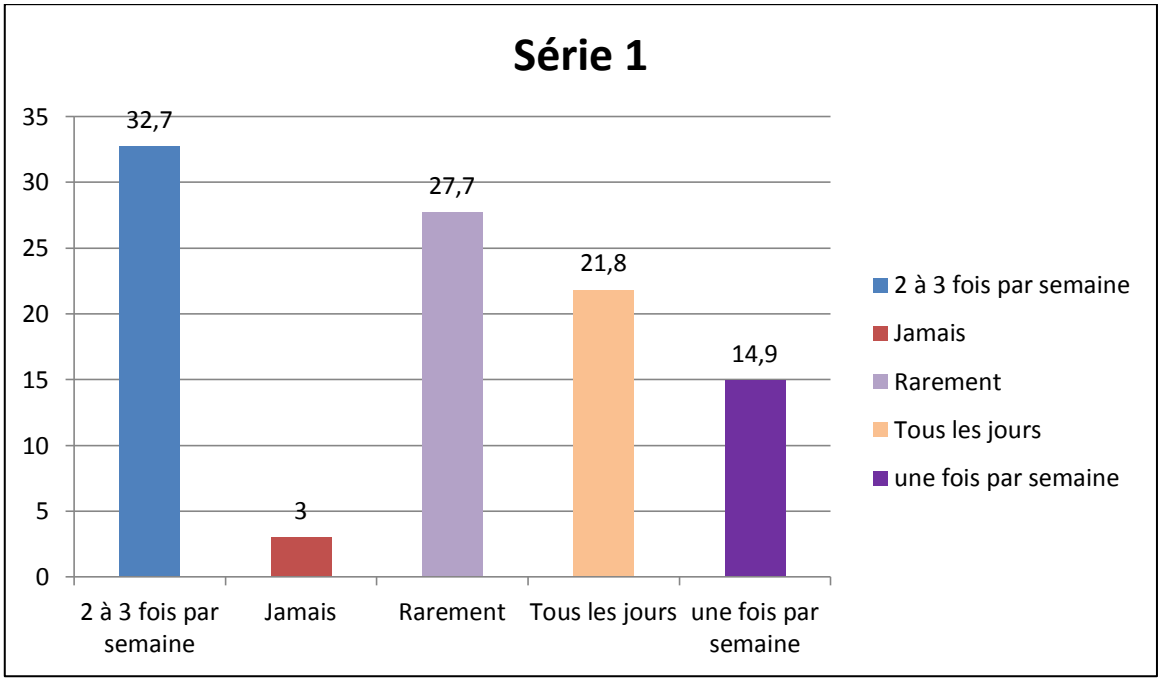
4.1.4. la répartition des fréquences de consommations.

Question n°04 : A quelle fréquence en consommez-vous ?

Tableau n°11 : les fréquences de consommations.

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	*2 à 3 fois par semaine*	33	32,7	32,7	32,7
	Jamais	3	3,0	3,0	35,6
	Rarement	28	27,7	27,7	63,4
	Tous les jours	22	21,8	21,8	85,1
	une fois par semaine	15	14,9	14,9	100,0
	Total	101	100,0	100,0	

Figure n°21 : represente les frequences de consommation.



Source : Etablie par nous-mêmes via SPSS

Nous constatons (32,7%) de personnes qui consomment les boissons 2 à 3 fois par semaine, ainsi les personnes qui consomment les boissons tous les jours représente un faible pourcentage de (21,8%). Nous avons vu aussi que pas mal de personnes qui consomment rarement les boisons représentent un pourcentage de (27,7%).

(14,9%) de personnes qui consomment la boisson une fois par semaine, et enfin un tout petit pourcentage qui représente la catégorie qui ne consomme pas les boissons est de (3%).

D'après notre étude nous avons remarqué que beaucoup de gens surveillent leurs habitudes afin de préserver ou garder leurs santés et ils ont pris conscience des effets du sucre et des additifs sur la santé. C'est pour cela qu'ils essayent réduisez leur consommation. Malgré que des fois boire les boissons gazeuses peut procurer une sensation de plaisir et de satisfaction.

4.1.5. Les préférences des marques de boisson

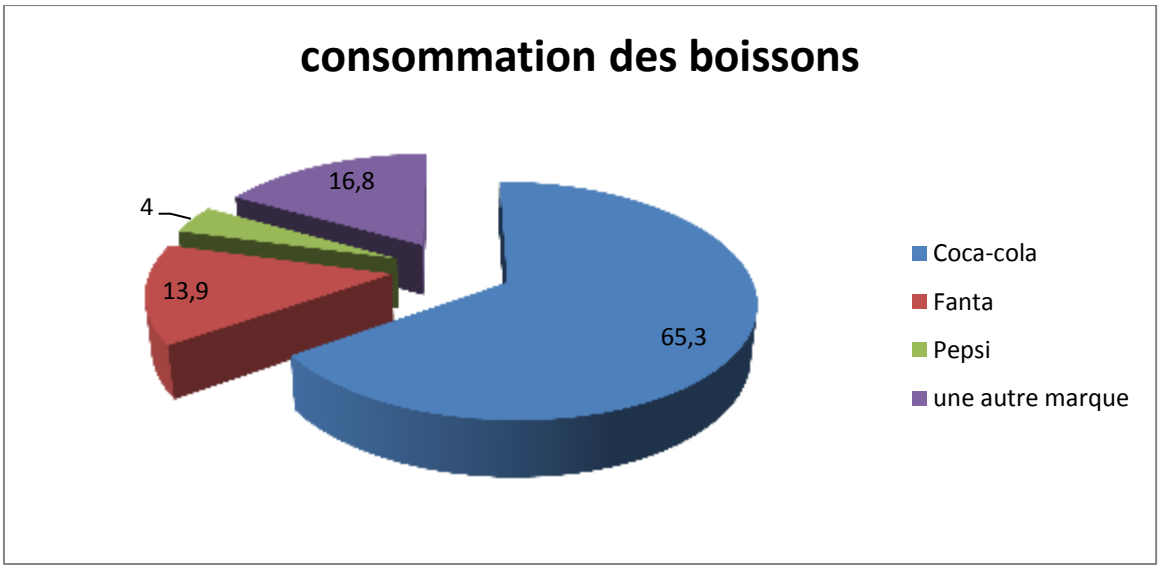
Question n°05 : Quelles marques de boissons consommez-vous le plus ?

Tableau n°12 : la répartition de la consommation des boissons

Quelles marques de boissons consommez-vous le plus ?					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Coca-cola	66	65,3	65,3	65,3
	Fanta	14	13,9	13,9	79,2
	Pepsi	4	4,0	4,0	83,2
	une autre marque	17	16,8	16,8	100,0
	Total	101	100,0	100,0	

Source : Etablie par nous-mêmes via SPSS

Figure n°22 : représente les boissons consommées.



Source : Etablie par nous-mêmes via SPSS

Nous constatons (65,3%) de personnes qui consomment du coca-cola, (13,9%) qui boivent Fanta, et une catégorie de faible pourcentage de (4%) de personnes qui boivent Pepsi. Et enfin (16,8%) de personnes qui préfèrent de boire d'autres marques comme (Hammond boualem…)

Ces pourcentages varient selon les préférences des consommateurs en effet la consommation des boissons est considérée comme un moyen de s'hydrater, se rafraichir, savourer les goûts et notamment ou chaque consommateur cherche à trouver son gout et aussi, c'est comme une activité sociale ou une tendance.

4.1.6. Désignation des critères importants dans le choix d'une boisson

Question n° 06 : Quels critères sont les plus importants pour vous dans le choix d'une boisson ?

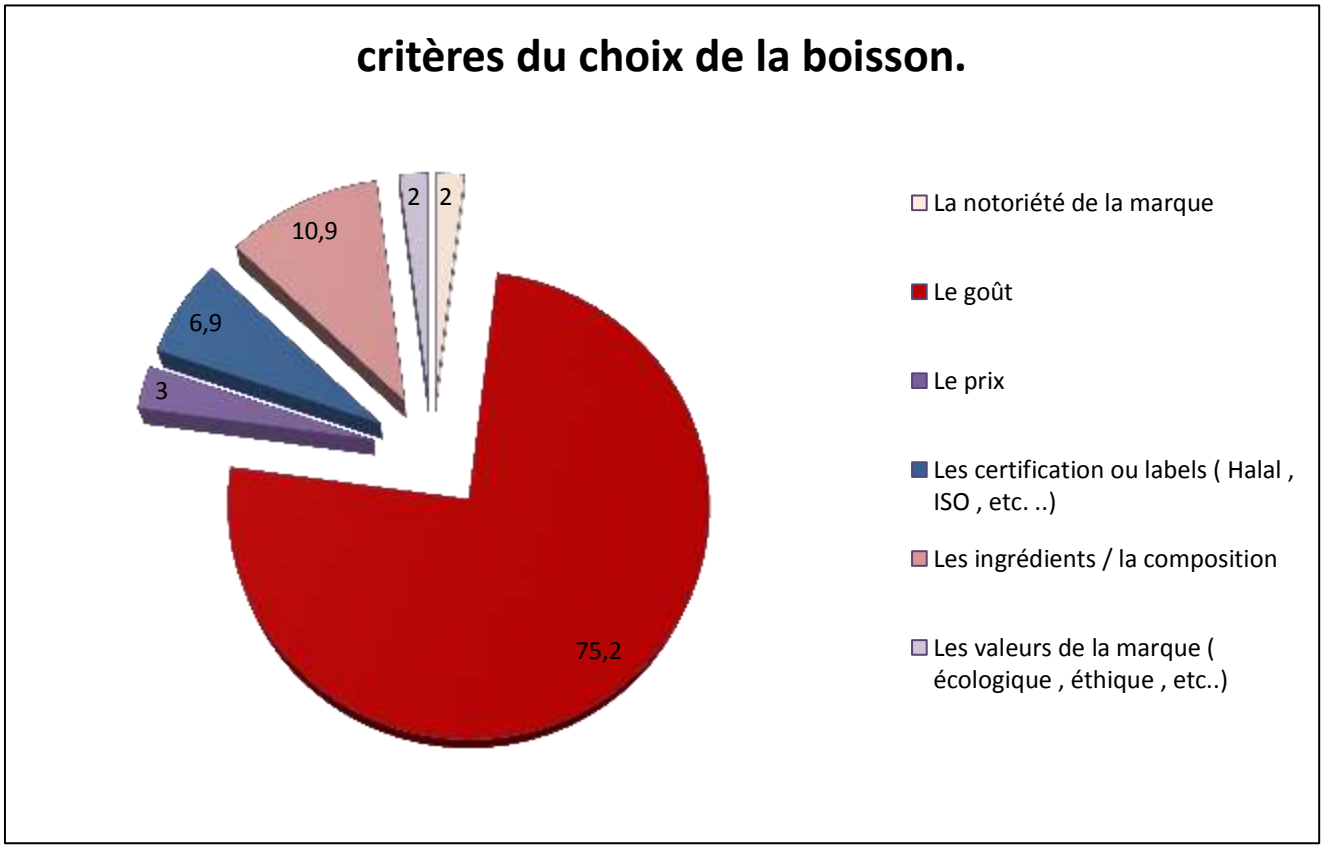
Tableau n°13 : les critères les plus important pour le choix d'une boisson.

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	La notoriété de la marque	2	2,0	2,0	2,0
	Le goût	76	75,2	75,2	77,2
	Le prix	3	3,0	3,0	80,2

	Les certification ou labels (Halal , ISO , etc. ..)	7	6,9	6,9	87,1
	Les ingrédients / la composition	11	10,9	10,9	98,0
	Les valeurs de la marque (écologique , éthique , etc..)	2	2,0	2,0	100,0
	Total	101	100,0	100,0	

Source : Etablie par nous-mêmes via SPSS

Figure n°23 : représente-les pourcentages des critères du choix de la boisson.



Source : Etablie par nous-mêmes via SPSS

Nous constatons un pourcentage de (75,2%) de personnes qui choisissent la gamme de coca-cola par rapport à leur goût. Et (10,9%) de personnes qui préfèrent cette boisson par rapport à ses ingrédients et sa composition, en revanche, un faible pourcentage qui choisissent la boisson par rapport à la notoriété de la marque et les valeurs de la marques (écologique, éthiques…) qui représentent de (2%)

Ainsi que (3%) de personnes qui choisissent la boisson par rapport à son prix, et enfin nous avons vu un pourcentage de (6,9%) qui reflète la catégorie qui choisissent coca-cola par rapport à son label et certifications (Halal, Iso…)

4.1.7. la répartition de la confiance aux boissons certifiées.

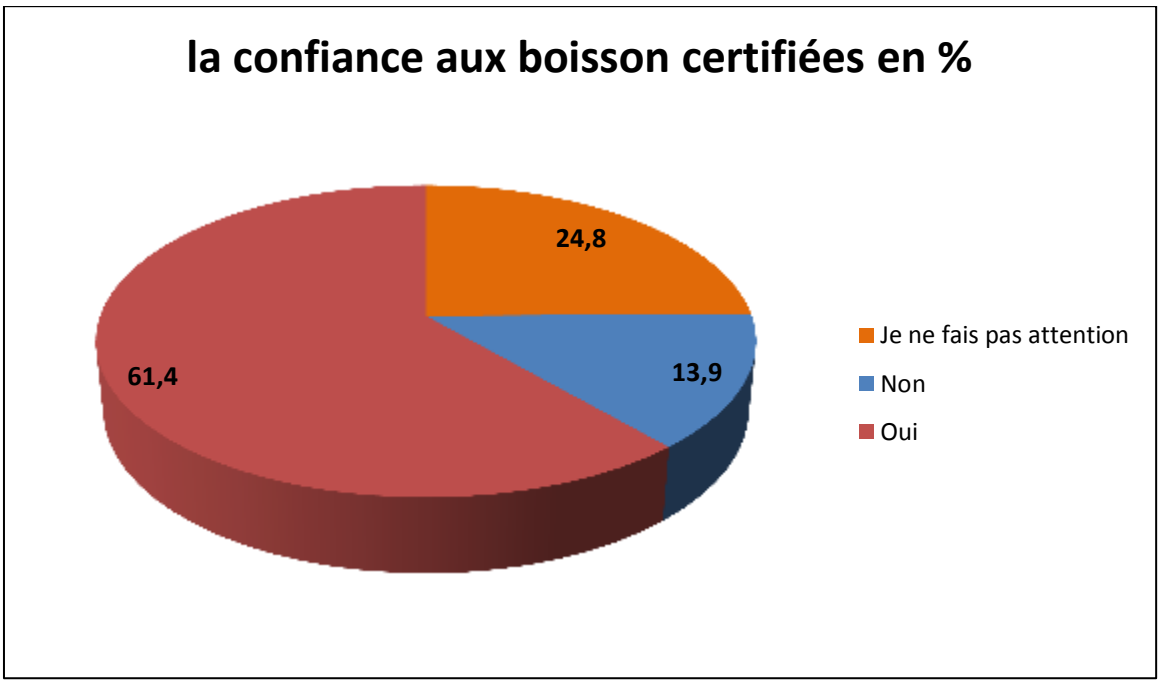
Question n°07 : Faites-vous confiance aux boissons certifiées (Halal, iso, bio)

Tableau n°14 : la répartition de la confiance aux boisson certifiées en %

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Je ne fais pas attention	25	24,8	24,8	24,8
	Non	14	13,9	13,9	38,6
	Oui	62	61,4	61,4	100,0
	Total	101	100,0	100,0	

Source : Etablie par nous-mêmes via SPSS

Figure n°24 : représente-les % de la confiance des boissons certifiées.



Source : Etablie par nous-mêmes via SPSS

Commentaire

Nous constatons, (61,4%) de personnes qui font confiance aux boissons certifiées et ça s'est dû aux respects des normes et certifications internationales qui répondent aux exigences clients comme le taux de sucre, la livraison à temps, (24,8%) de personnes ne font pas attention aux boissons certifiées, et enfin un faible pourcentage de (13,9%) qui représente la catégorie de personnes qui ne vérifient pas la certification des boissons.

4.1.8. Les certifications internationales garantissent une meilleure qualité.

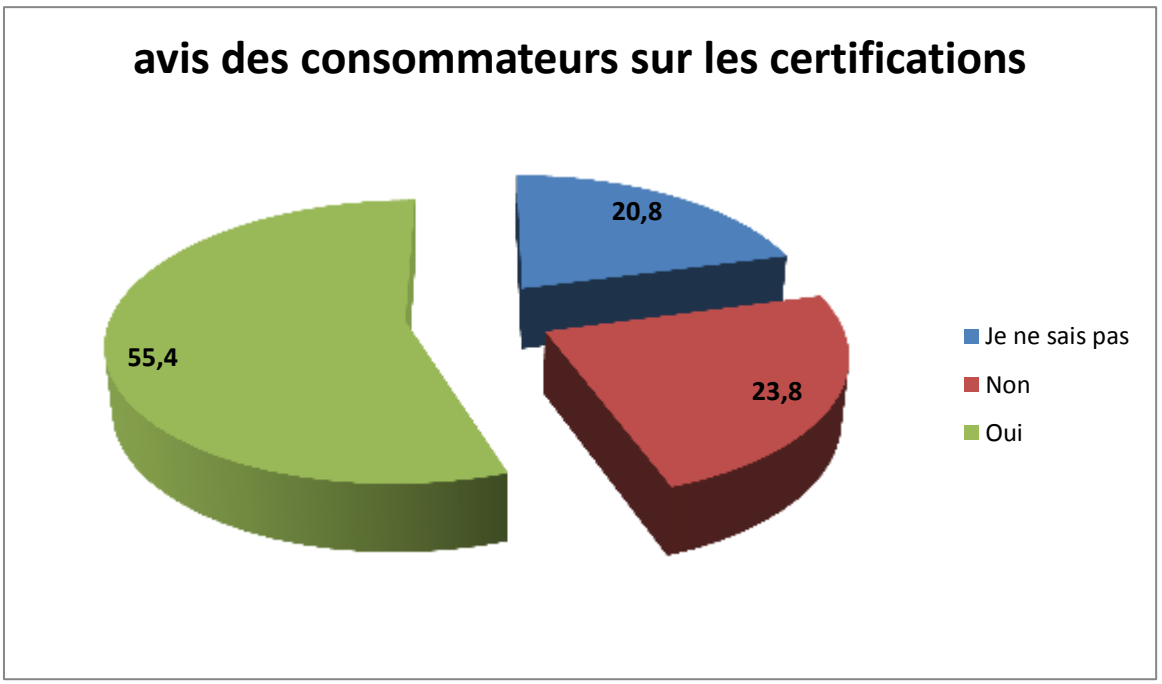
Question n°08 : Pensez-vous que les certifications internationales garantissent une meilleure qualité ?

Tableau n°15 : représente des % des avis sur la qualité

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Je ne sais pas	21	20,8	20,8	20,8
	Non	24	23,8	23,8	44,6
	Oui	56	55,4	55,4	100,0
	Total	101	100,0	100,0	

Source : Etablie par nous-mêmes via SPSS

Figure n°25 : la répartition des avis des consommateurs sur les certifications



Source : Etablie par nous-mêmes via SPSS

A travers notre étude nous constatons que (55,45%) de personnes pensent que les certifications internationales garantissent une meilleure qualité de produit, et d'autres qui pensent que les certifications ne garantissent pas une bonne qualité représentent un pourcentage de (23,78%), et enfin nous constatons une catégorie de 20,79% qui ne prenant pas en considérations la certification.

4.1.9. L'avis des consommateurs sur les boissons exportées.

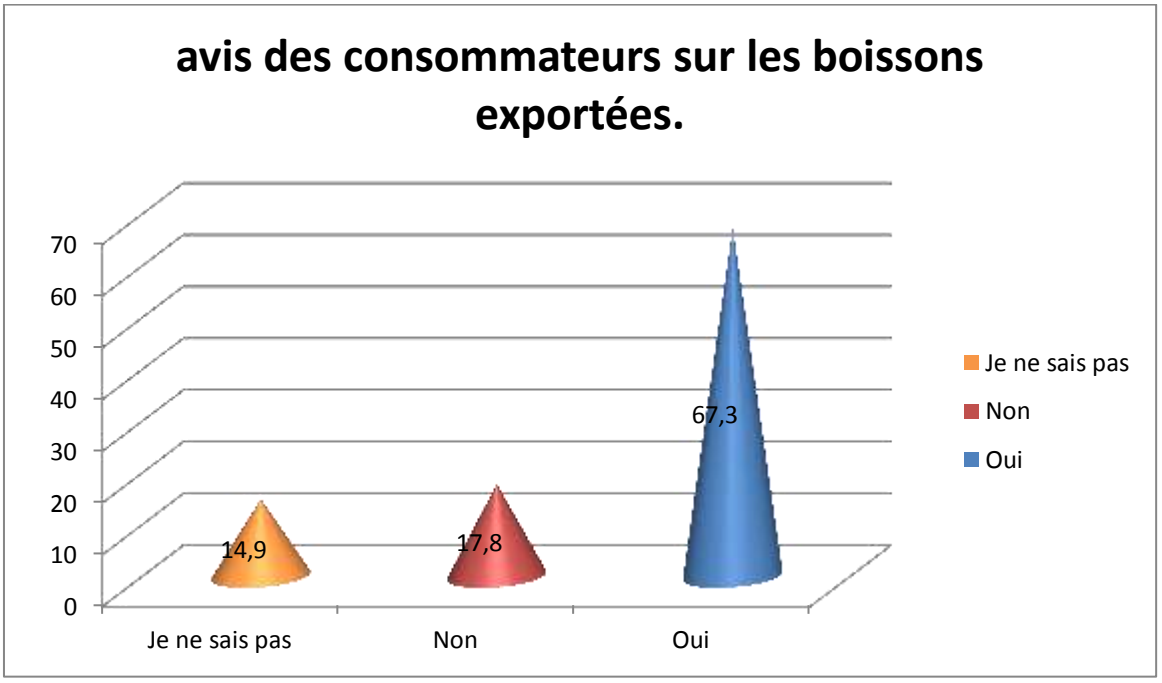
Question n°09 : A votre avis, est-ce que vous savez que les boissons industrielles produites dans votre pays telle que coca-cola sont exportées vers d'autres pays ?

Tableau n°16 : avis des consommateurs sur les boissons exportées.

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Je ne sais pas	15	14,9	14,9	14,9
	Non	18	17,8	17,8	32,7
	Oui	68	67,3	67,3	100,0
	Total	101	100,0	100,0	

Source : Etablie par nous-mêmes via SPSS

Figure n°26 : avis des consommateurs sur les boissons exportées.



Source : Etablie par nous-mêmes via SPSS

Nous constatons que (67,3%) de personnes sont au courant que les produits fabriqués en Algérie comme la gamme de coca-cola sont exportés vers d'autres pays, et (17,8%) de personnes pensent que les boissons gazeuses ne sont pas exportées, d'autre catégorie de (14,9%) qui ne savent même pas.

4.1.10. L'exportation des produits à un avantage économique pour un pays ?

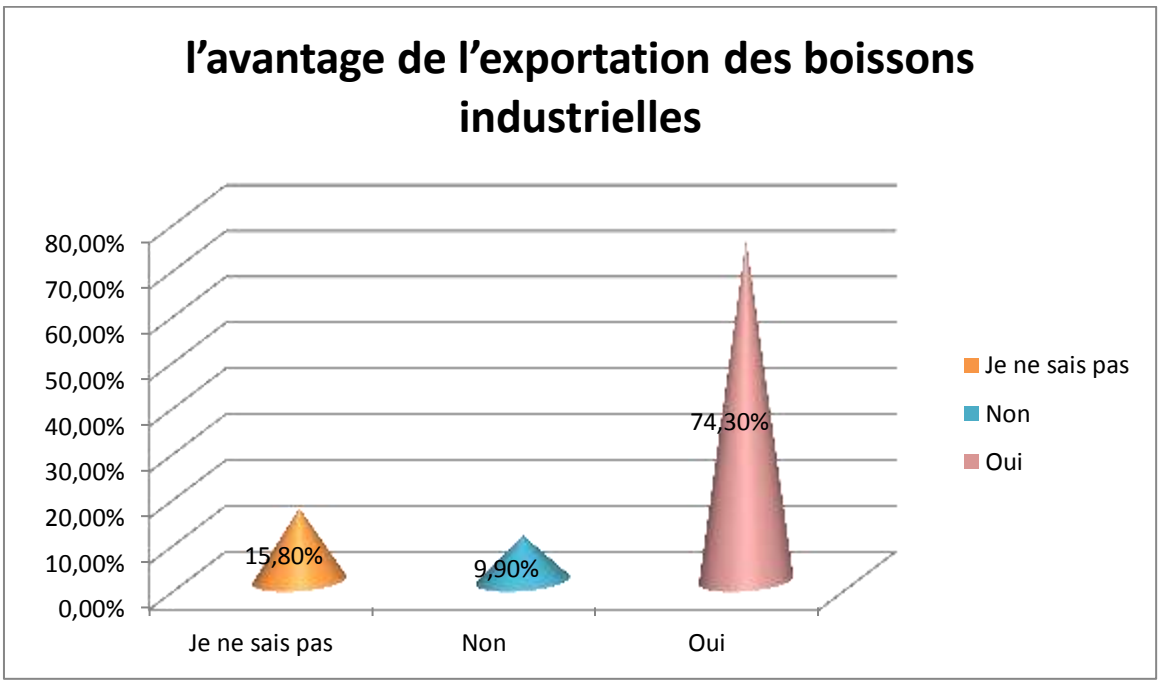
Question 10 : Pensez-vous que l'exportation de boissons industrielles est un avantage économique pour votre pays ?

Tableau N° 17 : l'avantage de l'exportation des boissons industrielles

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Je ne sais pas	16	15,8	15,8	15,8
	Non	10	9,9	9,9	25,7
	Oui	75	74,3	74,3	100,0
	Total	101	100,0	100,0	

Source : Etablie par nous-mêmes via SPSS

Figure n°27 : l'avantage de l'exportation des boissons industrielles



Source : Etablie par nous-mêmes via SPSS

Nous constatons (74,3%) de personnes qui pensent que l'exportation des produits ont un avantage économique pour un pays, et un faible pourcentage de (9,9%) qui estiment que l'exportation des produits n'impact pas l'économie d'un pays, enfin une catégorie de (15,8%) ne savent pas si les boissons industrielles exportées ont un avantage économique ou non.

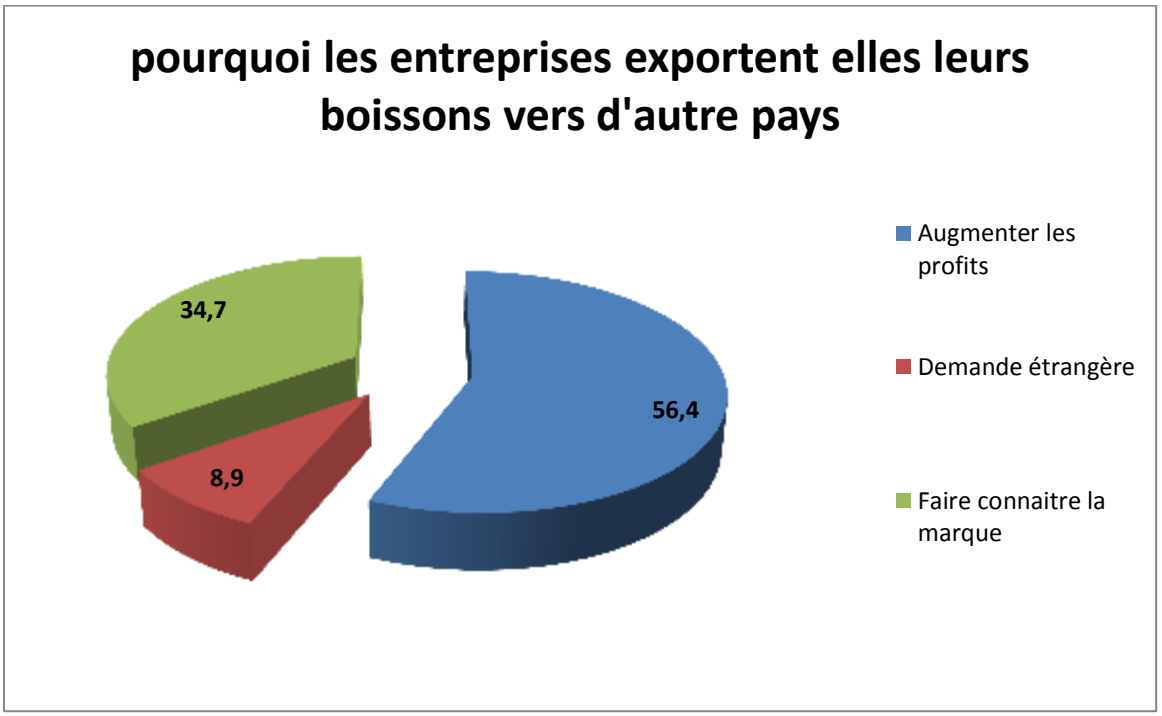
Question 11 : Selon vous, pourquoi les entreprises exportent elles leurs boissons vers d'autre pays ?

Tableau n°18 : pourquoi les entreprises exportent elles leurs boissons vers d'autre pays

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Augmenter les profits	57	56,4	56,4	56,4
	Demande étrangère	9	8,9	8,9	65,3
	Faire connaitre la marque	35	34,7	34,7	100,0
	Total	101	100,0	100,0	

Source : Etablie par nous-mêmes via SPSS

Figure n°28 : pourquoi les entreprises exportent elles leurs boissons vers d'autre pays



Source : Etablie par nous-mêmes via SPSS

Nous constatons, (56,4%) de personnes qui pensent que les entreprises exportent leurs boissons vers d'autres pays pour augmenter leurs profits, et la catégorie qui représente (34,7%) estime qu'elles exportent leurs produits afin de faire connaitre la marque, et enfin (8,9%) qui pensent que ces entreprises veulent une demande étrangère.

Les entreprises exportent-elles leurs produits à d'autres pays pour accroitre les ventes et les revenus en vendant à l'étranger les entreprises peuvent toucher un marché plus large et augmenter les ventes, ainsi d'augmenter la compétitivité. Les exportations permettent d'atteindre de nouveaux marchés ce qui permet de renforcer la notoriété de la marque et d'améliorer son image.

Question 12 : considérez-vous coca-cola comme une marque préférable à d'autres en raison de son prix ou de sa qualité ?

La majorité des répondants considèrent Coca-Cola comme une marque de qualité, notamment en raison de son goût unique, de sa notoriété et de son prix jugé raisonnable par certains. Toutefois, plusieurs critiques reviennent concernant un taux de sucre trop élevé, la présence de colorants et un changement de goût perçu négativement. Certaines suggestions d'amélioration portent sur la réduction du sucre, l'utilisation de composants plus naturels, la variation des saveurs et un meilleur rapport qualité/prix. Enfin, une minorité exprime une préférence pour d'autres boissons ou rejette les sodas pour des raisons de santé.

Synthèse générale :

L'enquête menée auprès d'un échantillon de 101 personnes met en lumière plusieurs tendances significatives liées à la consommation de boissons gazeuses, en particulier la g

Sur le plan démographique, la majorité des répondants ont entre 18 et 35 ans, avec une forte représentation féminine (60,4 %). La grande majorité des participants (78,22 %) consomment des boissons gazeuses, avec des fréquences variables : la plupart en boivent 2 à 3 fois par semaine (32,7 %), tandis qu'une proportion moindre (21,8 %) en consomme quotidiennement.

Parmi les marques consommées, **Coca-Cola domine largement** avec 65,3 % de préférence, suivi par Fanta (13,9 %) et d'autres marques locales ou concurrentes comme Pepsi ou Hammoud Boualem. Le **goût** est le critère principal de choix pour 75,2 % des consommateurs, tandis que les **certifications** (Halal, ISO…) n'influencent que 6,

Cependant, une **majorité (61,4 %) accorde de l'importance aux boissons certifiées**, en considérant qu'elles respectent des normes de qualité et répondent mieux aux attentes des consommateurs, notamment en termes de sécurité, de conformité et de traçabilité. Par ailleurs, 55,45 % estiment que les certifications internationales garantissent une meilleure qualité de produit, contre 23,78 % qui pensent le contraire.

En ce qui concerne l'exportation, 67,3 % des répondants sont conscients que les produits Coca-Cola fabriqués localement sont exportés vers d'autres pays. Une large majorité (74,3 %) pense que l'exportation constitue un **avantage économique pour le pays**, principalement en termes de création de richesse et d'image à l'international.

Enfin, les **motivations attribuées à l'exportation** sont dominées par la recherche de **profit (56,4 %)**, suivie par la volonté de **faire connaître la marque (34,7 %)**.

D'un point de vue qualitatif, Coca-Cola reste perçue comme une marque de qualité, mais certains aspects sont critiqués, notamment **la forte teneur en sucre, la présence d'additifs** et un **changement de goût** jugé négatif par certains. Des suggestions récurrentes concernent une composition plus naturelle, une baisse de sucre, et un meilleur rapport qualité/prix.

Cette enquête montre que les normes et certifications internationales sont **reconnues et jugées utiles**, mais qu'elles restent encore **secondaires dans les critères d'achat**. Le goût, la notoriété et le prix dominent dans les choix des consommateurs, même si la **confiance envers les produits certifiés** commence à s'ancrer. L'exportation est perçue positivement, aussi bien pour son impact économique que pour la valorisation de la production nationale. Ces résultats

confirment l'importance pour des entreprises comme **ECCBC** de continuer à miser sur la **qualité certifiée**, tout en répondant aux **préférences gustatives** et aux **attentes de transparence** des consommateurs.

Section 4 : l'impact des normes et certifications internationales sur l'entreprise exportatrice ECCBC.

Dans un monde des affaires mondialisé, Les normes et certifications jouent rôle important pour les entreprises exportatrices plus exactement l'entreprise ECCBC qui souhaitent expédier à l'échelle internationale leurs produits et services, a vrai dire elles facilitent l'accès aux nouveaux marchés. Ces normes fournissent un cadre commun pour garantir la qualité, la sécurité des produits et des processus.

L'obtention des normes et certifications, telles que la norme ISO 9001 pour la gestion de qualité, la norme ISO 45001 pour la sécurité des employés, FSSC avec le système HACCP veille sur la sécurité des aliments, peuvent avoir un impact significatif sur l'entreprise exportatrice ECCBC de plusieurs manières.

Tout d'abord, les normes et certifications internationales améliorant la crédibilité et la confiance des clients. En démontrant la conformité aux normes reconnues, les entreprises peuvent rassurer les clients sur la qualité et la fiabilité de leurs produits, ce qui peut conduire à une fidélisation accrue et à une réputation positive. Ainsi que ces normes facilitent l'accès aux marchés internationaux. Plusieurs pays préfèrent que les produits soient conformes à des normes spécifiques, et l'obtention des certifications peut aider les entreprises à se conformer aux exigences réglementaires et à surmonter les barrières commerciales.

Enfin, les normes et certifications peuvent stimuler l'efficacité opérationnelle et l'augmentation du chiffre d'affaire notamment la mise en œuvre de système de gestion de la qualité et d'autres normes peut rationaliser les processus, réduire les erreurs et les gaspillages, et améliore la productivité globale.

Ce section traite l'influence des normes et certifications internationales sur l'entreprise exportatrice ECCBC.

1. .l'impact des normes et certifications internationales sur l'entreprise ECCBC.

Les normes et certifications internationales, c'est un peu le langage universel de la qualité et de la sécurité dans le monde des affaires. Elles établissent des règles et des exigences que les entreprises doivent respecter pour garantir la qualité de leur produits et services, mais aussi

pour protéger les consommateurs et l'environnement, c'est ainsi que les normes et certifications ont un impact majeur sur l'entreprise exportatrice ECCBC dont elles peuvent améliorer l'efficacité de renforcer la confiance des clients, ainsi qu'elles ouvrent les portes des marchés internationaux.

Dans ce point nous allons vous présenter des explications des normes obtenues par l'entreprise ECCBC avec leurs dates d'obtentions et leurs impacts prévisionnels ainsi leurs objectifs. Afin de confirmer **où -est ce que l'entreprise ECCBC applique correctement ces normes** ? si c'est le cas **y a-t-il** un **impact sur l'entreprise ECCBC depuis l'obtentions des normes et certifications internationales ?**

1.1.1. Tableau représentatif des impacts prévisionnels des normes obtenues :

Tableau n°19 : Représentations des impacts prévisionnels des normes obtenues

Les normes obtenues.	Explications.	Les impacts prévisionnels.
La norme ISO 9001 système de management de la qualité « SMQ »	La norme ISO 9001 est une norme qui définit les exigences relatives aux (SMQ) ,elle aide les entreprises de toute taille quel que soit le secteur , à améliorer leur performance , à répondre aux attentes de leurs clients et à démontrer leur engagement en faveur de la qualité.	- Amélioration de la satisfaction clients. - Augmentation de l'efficacité opérationnelle. - Réduction de nombre de réclamations clients.
La norme ISO 14001 système de management environnemental « SME »	La norme ISO 14001 est une norme internationale qui établit les exigences pour un (SME) elle fournit un cadre permettant aux organisations de concevoir, mettre en œuvre, maintenir et améliorer un (SME), dans le but de réduire leur impact sur l'environnement.	- Réduction des couts comme les couts d'assurance. - Renforcement de la conformité règlementaire comme : identification des exigences légales et réglementaire. - Amélioration de la performance environnementale comme : la réduction de la pollution et des déchets.
La norme ISO 45001 système de management de la santé et de la sécurité au	La norme ISO 45001 est une norme qui spécifie les exigences que dot remplir un « SST » qui sert à améliorer leur performance en matière de SST et de gérer les	- Réduction des accidents de Travail. - Amélioration de la productivité. - Renforcement de la culture SST.

travail « SST »	risques.	-
La norme FSSC 22000 Food Safety system certification.	La certification FSSC 22000 est un système de gestion de la sécurité des aliments, ainsi qu'il garantit que les entreprises alimentaires mettent en place des mesures pour identifier et contrôler les dangers potentiels, assurer la sécurité des produits.	- Avantage concurrentiel. - Accès aux marchés. - Fidélisation des clients à travers la confiance des consommateurs.

1.1.2. Tableau représentatif des objectifs des normes obtenues :

Normes	Année de mise en œuvre	Objectifs
Iso 9001 V2015	2017	Assurer la satisfaction clients
		Améliorer l'efficacité
		Favoriser une amélioration continue.
Iso 14001 V2015	2017	Aider les organisations à identifier, gérer et réduire leur impact environnemental.
		Favoriser une conformité réglementaire.
		Promouvoir une amélioration continue des performances environnementales
Iso 45001 V2018	2019	Prévenir les accidents du travail et les maladies professionnelles.
		Améliorer les conditions de travail.
		Créer un environnement de travail sûr et sain.
		Assurer la conformité réglementaire en matière de sécurité
FSSC 22000 V06	2019	Assurer la sécurité des denrées alimentaires.
		Renforcer la confiance des consommateurs et partenaires.
		Se conformer aux exigences légales et contractuelles.
		Réduire les risques de contamination ou de rappel produit

Tableau n°20 : Représentations des objectifs des normes obtenues

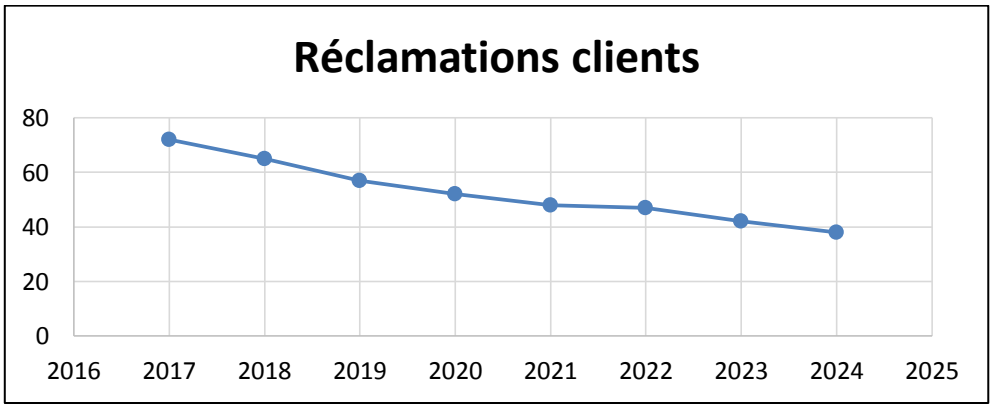
D'après, ces tableaux qui représentent les objectifs des normes ISO 14001, ISO 9001, ISO 45001, FSSC 22000 nous constatons impacts prévisionnels remarquable ce que nous allons confirmer au sein de l'entreprise exportatrice ECCBC.

1.1.3. Impact de la norme ISO 9001 V2015

Tableau n°21 : Impact de la norme ISO 9001 V2015

Nbr de réclamation clients							
2017	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
72	65	57	52	48	47	42	38

Figures N°29 : Impact de la norme ISO 9001 V2015



Source : Etablie par nous-mêmes via SPSS

Synthèse : Pour voir l'impact de la norme ISO 9001, nous avons pris en considérations le nombre de réclamations clients et le taux de satisfactions clients il est à noter qu'une enquête de satisfactions clients est menée chaque année par l'entreprise ECCBC regroupent un échantillon de 280 clients et il ressort les résultats ci-après :

Depuis la mise en œuvre de la norme ISO 9001, Nous constatons une diminution significative du nombre de réclamation client qui est dû à la mise en œuvre de cette norme.

Les réclamations enregistrées, s'articulent essentiellement sur les aspects principaux liés au taux faible de CO2, aux bouchons trop serrés et des canettes feuillardes.

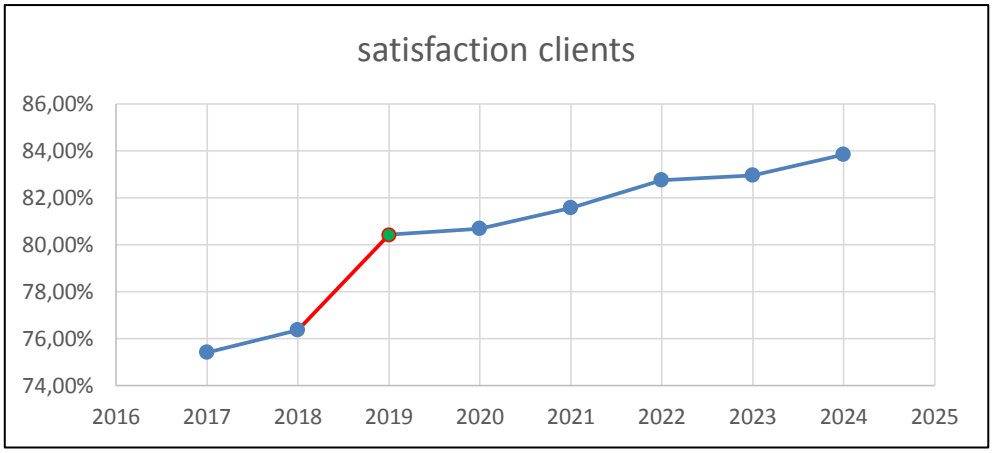
1.1.4. Impact de la norme ISO 9001 V2015 & FSSC 22000 V06

Tableau n°22 : Impact de la norme ISO 9001 V2015 & FSSC 22000 V06

satisfaction clients							
2017	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
75.42%	76.36%	80.42%	80.67%	81.56%	82.74%	82.96%	83.85%

Source : Etablie par nous-mêmes via SPSS

Figures N°30 : Impact de la norme ISO 9001 V2015 & FSSC 22000 V06



Source : Etablie par nous-mêmes via SPSS

Synthèse : La norme ISO 9001 V 2015 a eu un impact positif depuis sa mise en œuvre comme l'indique le tableau ci-dessus mais accentué par la mise en place de la norme FSSC 2200 V6.0 en 2019, comme l'indique le graphe ci-dessus.

NB : il est à signaler que l'entreprise ECCBC réalise annuellement une enquête satisfaction clients sur un échantillon comprenant 280 Clients.

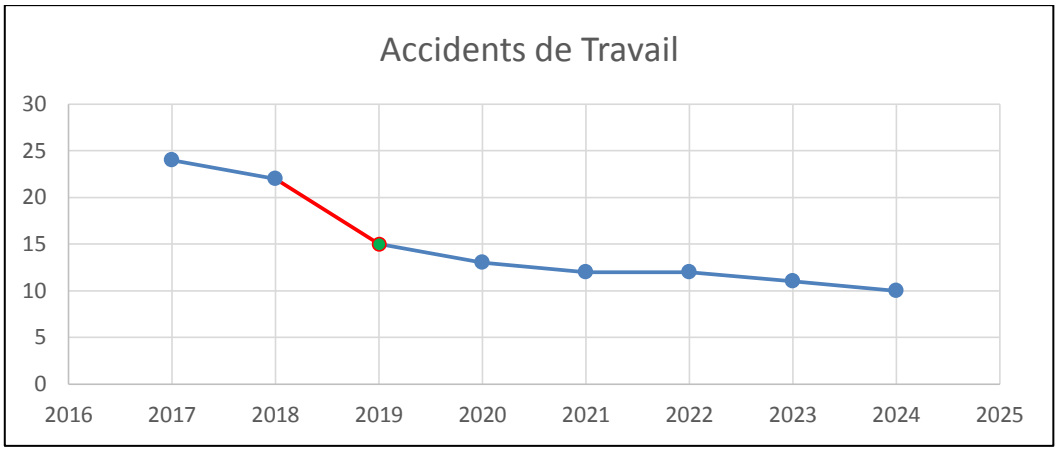
1.1.5. Impact de la norme ISO 45001 V2018

Tableau n°23 : Impact de la norme ISO 45001 V2018

Accidents de Travail							
2017	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
24	22	14	13	15	14	11	10

Source : Etablie par nous-mêmes via SPSS

Figures N°31 : Impact de la norme ISO 45001 V2018



Source : Etablie par nous-mêmes via SPSS

Synthèse : la mise en œuvre de la norme de 45001 vs 2018 a eu un impact positif sur la sécurité des employés ce que nous constatons dans le cas de l'entreprise ECCBC comme le tableau et le schéma précédents l'indiquent

1.1.6. Impact de la norme ISO 14001 V2015

Après la mise en œuvre de la norme ISO 14001 V 2015, l'entreprise ECCBC a mis en place un centre de traitement des eaux usées, ce qui a réduit considérablement son impact environnemental notamment sur la pollution des sol d'une manière significative et ce, en récupérant en moyenne 1,8 TONNE par année de déchets contenant des détergents des acides, des sucres, des arômes et des huile

1.1.6. L'impact des normes internationales sur le chiffre d'affaire des exportations de l'entreprise ECCBC.

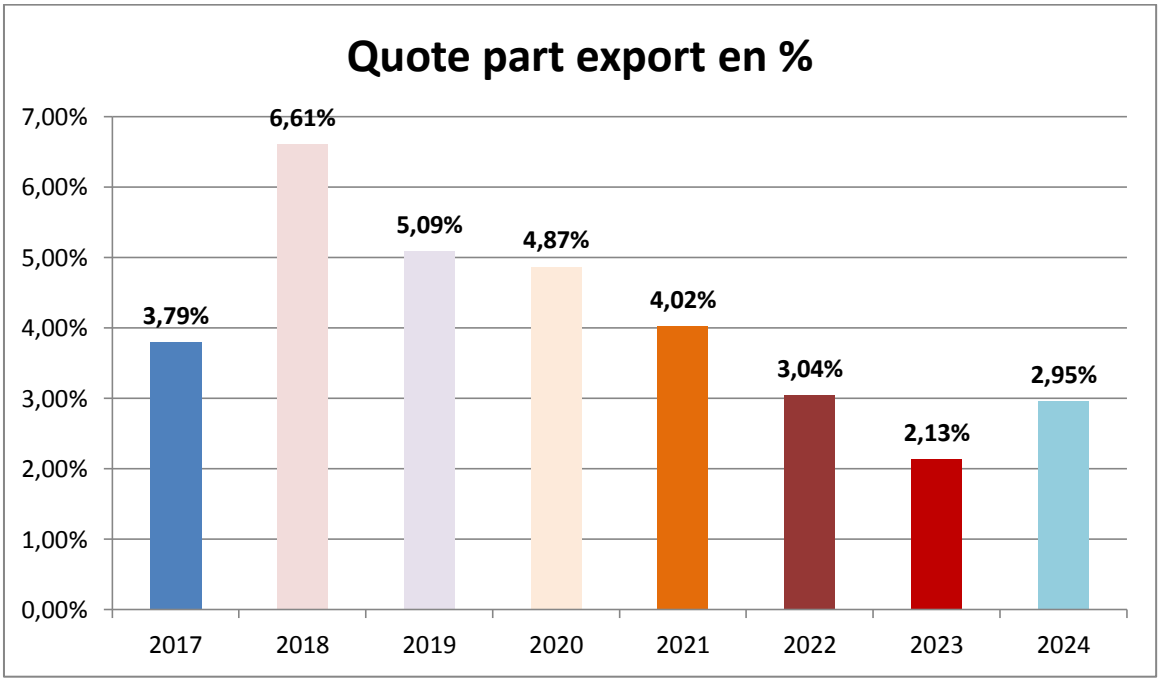
Tableau n°24 : chiffre d'affaire des exportations de l'entreprise ECCBC.

Années	Chiffres d'affaires export	Chiffres d'affaires global	Quote part export en %
2017	82 491 478 ,98	2 177 756 597,01	3,79%
2018	157 077 717 ,42	2 377 157 339,71	6,61%
2019	136 255 436, 42	2 675 943 504,26	5,09%
2020	136 255 436, 42	2 799 290 369,73	4,87%

2021	133 794 426,17	3 327 993 450,69	4,02%
2022	141 106 218 ,42	4 647 478 082,88	3,04%
2023	120 715 675,48	5 668 028 212 ?46	2,13%
2024	127 189 936, 73	4 304 907 555,36	2,95%

Source : Etablie par nous-mêmes via SPSS

Figure N° 32: chiffre d'affaire des exportations de l'entreprise ECCBC.



Source : Etablie par nous-mêmes via SPSS

Synthèse :

Évolution générale du chiffre d'affaires à l'export

Sur la période 2017–2024, l'entreprise a enregistré une évolution marquée de son chiffre d'affaires à l'export, avec des **hausses importantes suivies de baisses significatives** :

- En **2018**, le chiffre d'affaires export a connu un **bond exceptionnel**, passant de **82,5 millions DZD en 2017** à **157,1 millions DZD**, soit une **hausse de près de 90 %**. Ce pic peut être interprété comme une **phase d'expansion commerciale** ou une **opération exceptionnelle à l'export**.

- À partir de **2019**, les résultats montrent une **stabilisation autour de 136 millions DZD**, mais cette stabilité s'est accompagnée d'un **déclin progressif** dans les années suivantes.
- En **2023**, le chiffre d'affaires export tombe à **120,7 millions DZD**, marquant le **niveau le plus bas depuis 2017** (hors point de départ).

En **2024**, on note une **légère reprise** avec un chiffre d'affaires export de **127,2 millions DZD**, ce qui peut indiquer un effort de relance ou une amélioration de la stratégie export.

2. **Tendance de la quote-part export dans le chiffre d'affaires total**

La **quote-part export**, c'est-à-dire la part que représentent les exportations par rapport au chiffre d'affaires global de l'entreprise, **diminue presque continuellement** :

- Elle passe de **6,61 % en 2018** à **2,13 % en 2023**, avant de remonter à **2,95 % en 2024**.
- Cette **chute progressive** indique que, même si le chiffre d'affaires export reste important en valeur absolue, il **représente une part de plus en plus faible dans l'activité totale** de l'entreprise.
- Cela peut s'expliquer par :
    - une **priorité accordée au marché national** (avec croissance interne plus rapide),
    - une **baisse des volumes exportés**,
    - ou une **compétitivité réduite à l'international**, possiblement liée aux exigences réglementaires ou aux coûts logistiques.

3. Interprétation et impact des normes

La baisse de la quote-part export peut également être mise en relation avec **les exigences croissantes des marchés étrangers** en matière de normes et de certifications. Si l'entreprise ne parvient pas à **s'adapter suffisamment vite aux standards internationaux** (qualité, traçabilité, sécurité alimentaire, durabilité…), elle peut perdre des parts de marché à l'export au profit d'entreprises concurrentes mieux préparées ou plus certifiées.

Par ailleurs, une stratégie de certification efficace, centrée par exemple sur les normes **ISO 22000**, **FSSC 22000** ou **ISO 9001**, pourrait permettre à l'entreprise de **redynamiser ses**

exportations, en répondant mieux aux attentes des clients étrangers et en facilitant l'accès à de nouveaux marchés.

Conclusion

Le tableau révèle que **l'exportation reste une activité non négligeable**, mais qui **perd en poids relatif** au sein de l'entreprise. Pour inverser cette tendance, il serait pertinent de renforcer l'engagement de l'entreprise envers **les normes et certifications internationales**, qui peuvent jouer un rôle moteur pour améliorer sa compétitivité à l'export et mieux répondre aux exigences des marchés mondiaux.

Synthèse générale :

L'analyse menée autour de l'entreprise **ECCBC** met clairement en évidence l'importance stratégique des **normes et certifications internationales** dans la performance globale et plus particulièrement dans le **développement des exportations**.

La mise en œuvre progressive de normes telles que **ISO 9001 (qualité)**, **FSSC 22000 (sécurité alimentaire)**, **ISO 45001 (santé et sécurité au travail)** et **ISO 14001 (environnement)** a permis d'améliorer significativement plusieurs aspects internes de l'entreprise. On observe notamment :

- Une **réduction notable des réclamations clients**,
- Une **meilleure satisfaction client**,
- Une **amélioration des conditions de travail et de sécurité des employés**,
- Et une **diminution de l'impact environnemental** grâce à la gestion des déchets et à la mise en place d'un système de traitement des eaux usées.

Sur le plan commercial, les normes ont contribué à renforcer la crédibilité de l'entreprise, à **accroître la confiance des clients**, et à **garantir la conformité aux exigences des marchés étrangers**.

Cependant, les données économiques révèlent une **tendance à la baisse de la quote-part des exportations** dans le chiffre d'affaires total, malgré une certaine stabilité des autres axes.

les axes des normes internationales du chiffre d'affaires export. Cette évolution est multifactorielle :

- D'une part, la **forte croissance du marché national** réduit mécaniquement la part relative des exportations.
- D'autre part, des **fluctuations externes** (comme les campagnes de boycott en 2022 et 2025 pour raisons géopolitiques) ont également perturbé les performances export.
- Enfin, une **concurrence internationale de plus en plus exigeante et normée** rend l'accès aux marchés étrangers plus complexe.

En conclusion, même si les certifications ont eu un **impact positif sur la performance interne**, leur **potentiel reste sous-exploité à l'international**. Pour renforcer durablement sa position à l'export, l'entreprise ECCBC gagnerait à :

- Intensifier ses **efforts d'adaptation aux normes spécifiques des marchés cibles**,
- Mettre en place une **veille concurrentielle et réglementaire continue**,
- Et développer une **stratégie export plus proactive**, adossée à une politique qualité et RSE solide.

Les normes ne doivent pas être perçues uniquement comme une obligation, mais comme un **levier stratégique de croissance et de différenciation**, notamment sur les marchés mondiaux.

3. Les recommandations et les suggestions de l'entreprise ECCBC :

Cette recherche avait pour ambition d'apporter des explications claires et complètes sur les normes et certifications internationales sur les entreprises exportatrices d'une manière générale et celle d'une entreprise algérienne exportatrice d'une manière particulière. Pour cela nous avons choisi d'étudier sur « **l'impact des normes et certifications internationales sur l'entreprise exportatrice ECCBC** »

Le présent travail a été structuré autour de deux chapitres théorique et un chapitre cas pratique, qui ont traité la notion des normes et certifications internationales, les exigences à respecter lors de la production ou la distribution d'un produit, l'évolution du commerce extérieur en Algérie l'intégration des normes sur stratégie exportatrice ainsi que l'effet de la compétitivité. En dernier nous avons signalé l'impact des normes et certifications internationales sur le secteur agroalimentaire de l'entreprise exportatrice ECCBC.

La structure des échanges internationaux a connu une grande variation avec l'émergence de nouvelles puissances économiques et la création des organismes de commerce international

qui ont joué un rôle crucial dans la libéralisation du commerce mondial et la diversification des échanges inter-pays.

Cependant, la réussite à l'international dépend de la stratégie export déployée par l'entreprise de sa capacité financière, et des normes et certifications internationales à respecter afin de répondre aux attentes des clients, du produit exporté, et du mode d'entrée sur les nouveaux marchés.

L'analyse des données recueilles à travers notre enquêter réalisée auprès des consommateurs de la boisson coca-cola de l'entreprise ECCBC sur un échantillon de 101 répondants, a permis de mieux comprendre la manière dont les consommateurs algériens perçoivent la marque coca-cola, et comment les normes et certifications ont impactés l'avis des consommateurs.

A la lumière de ces constatations, nous nous sommes permis de faire part aux responsables de l'entreprise ECCBC d'une part les recommandations et d'autre part ces modestes suggestions perçus à notre niveau :

1-les recommandations :

- Réaliser des études de marchés approfondie pour comprendre les besoins et les préférences clients potentiels dans les pays cible.
- Définir un plan d'exportation afin de fixer les objectifs, les stratégies et les ressources nécessaire à l'exportation.
- Se conformer aux réglementations locales internationales en matière y compris les aspects douaniers, fiscaux et juridiques.
- Adapter les produits et services aux exigences spécifiques du marché cible en tenant compte des normes, des gouts et des attentes.
- Sélectionner les bons canaux de distributions appropriés pour atteindre efficacement les clients en fonction des caractéristiques du marché et des produits.
- Développer des relations de confiance avec les partenaires commerciaux et les clients.
- Elaborer les normes et certifications spécifiques requises par le marché cible.
- S'assurer que les produits et services respectent ces normes et certifications internationales.
- Maintenir à jour les certifications en se conformant aux audits et renouvellements.
- Communiquer clairement les certifications obtenues aux clients et partenaires commerciaux.

- Utiliser la certification comme un avantage concurrentiel pour la confiance des clients.
- Optimiser la logistique et la chaine d'approvisionnement pour assurer une livraison efficace et rentable des produits.
- Maitriser les aspects financiers de l'exportations, tels que le financement les assurances et les modes de paiement.

2- les suggestions de l'entreprise :

- Comprendre les besoins et les préférences des clients potentiels dans les pays cibles.
- Définir les objectifs, les stratégies et les ressources nécessaires à l'exportation.
- Appliquer et respecter les normes et certifications internationales du pays d'exportation.
- Mettre en place un service client multilingue et réactif pour répondre aux demandes et aux préoccupation des clients internationaux.
- Développer et former l'équipe les compétences de l'équipe des exportations, en mettant l'accent sur la connaissance des marchés étrangers, des langues et des cultures.
- S'adapter aux différences culturelles et aux coutumes locales pour établir des relations de confiances et faciliter les échanges commerciaux.
- Mettre en place un système de gestion de la qualité conforme aux normes internationales, tel que la norme iso 9001.
- Faire appel à des organismes de certifications accrédités pour garantir la crédibilité des entreprises.
- Utiliser les certifications comme un avantage concurrentiel, en démontrant la conformité aux exigences internationales en rassurant les clients.

Les recommandations et les suggestions sont essentielles pour toute entreprise souhaitent réussir et prospérer, a vrai dire pour exceller à l'exportation les entreprises doivent prioriser les normes et certifications internationales. En suivant ces recommandations, l'entreprise exportatrice ECCBC peut renforcer leur compétitivité, consolider la confiance des clients et assurer leurs succès sur les marchés internationaux.

Conclusion du chapitre :

D'après L'étude effectuer à l'entreprise ECCBC met en lumière l'importance des normes et certifications internationales dans l'amélioration des performances internes. La mise en œuvre de référentiels comme **ISO 9001 pour la qualité**, **FSSC 22000 pour la sécurité alimentaire**, **ISO 14001 pour l'environnement**, et **ISO 45001 pour la sécurité des employés** a permis des avancées concrètes : baisse des réclamations, meilleure satisfaction client, réduction des déchets et meilleure gestion des risques professionnels. Ces résultats témoignent d'une démarche structurée axée sur la qualité et la conformité.

Sur le plan économique, l'analyse du chiffre d'affaires export sur la période 2017–2024 montre une évolution contrastée : une forte progression en 2018, suivie d'une baisse continue de la part de l'export dans le chiffre d'affaires total. Cette tendance semble davantage liée à des facteurs externes comme les contextes géopolitiques ou la priorité donnée au marché local qu'à l'efficacité des normes elles-mêmes. Cela souligne un point essentiel : les certifications apportent une base solide, mais **doivent être accompagnées d'une stratégie export claire et proactive**.

En résumé, les normes et certifications ne sont pas une fin en soi, mais un **levier de confiance, de compétitivité et d'ouverture à l'international**. Si ECCBC souhaite renforcer son positionnement sur les marchés étrangers, il lui faudra miser non seulement sur la qualité de ses produits, mais aussi sur une politique d'exportation ambitieuse, capable de tirer pleinement parti des atouts qu'offrent ces référentiels. Les normes sont un passeport, mais c'est à l'entreprise de tracer sa route à l'international.

Conclusion générale

Conclusion générale :

L'étude menée sur l'impact des normes et certifications internationales au sein de l'entreprise exportatrice ECCBC (Equatorial Coca-Cola Bottling Company) a permis de démontrer que les normes et certifications internationales jouent un rôle crucial dans la dynamique de croissance et sur la compétitivité internationale de l'entreprise., à l'image d'ECCBC (Equatorial Coca-Cola Bottling Company)..

Ce travail de recherche avait pour ambition d'analyser l'impact des normes et certifications internationales sur la compétitivité des entreprises exportatrices, à travers le cas concret de l'entreprise **ECCBC**. À la lumière des résultats obtenus, nous avons pu répondre aux différents objectifs fixés au départ.

Dans un premier temps, nous avons identifié les **différentes typologies de normes et certifications** internationales qui s'appliquent aux entreprises exportatrices. Il en ressort que les normes, qu'elles soient relatives à la qualité (ISO 9001), à l'environnement (ISO 14001), à la sécurité (ISO 45001), ou à d'autres domaines, sont devenues des références incontournables sur les marchés internationaux. Elles fixent des exigences précises qui permettent d'harmoniser les pratiques et d'assurer un niveau de qualité commun reconnu à l'échelle mondiale.

Ensuite, en répondant à notre **deuxième objectif**, nous avons mis en évidence les **contraintes et exigences** que doivent affronter les entreprises qui souhaitent exporter. Ces contraintes ne se limitent pas aux normes techniques ; elles incluent aussi les attentes des clients, les réglementations douanières, les enjeux de traçabilité, ou encore les exigences éthiques et environnementales. L'entreprise ECCBC a su relever ces défis grâce à une démarche structurée d'alignement avec les standards internationaux, en intégrant la qualité et le respect des normes au cœur de son organisation.

Enfin, l'étude de cas réalisée dans le cadre du **troisième objectif** nous a permis d'évaluer concrètement **l'impact des normes et certifications** sur les performances export de l'entreprise. Il ressort de l'enquête menée et des entretiens réalisés que ces normes ont permis à ECCBC d'améliorer la confiance des consommateurs, de renforcer sa réputation à l'international, de sécuriser ses processus internes et, surtout, de se positionner comme un acteur fiable sur des marchés exigeants. Ainsi, les normes se révèlent être un véritable facteur de compétitivité et non un simple outil de conformité.

En conclusion, ce mémoire confirme que les normes et certifications internationales ne doivent pas être perçues uniquement comme des obligations administratives ou techniques, mais comme **des leviers stratégiques** pour toute entreprise souhaitant s'ouvrir à l'international. Bien qu'elles puissent représenter un investissement important, notamment pour les PME, elles constituent également une **opportunité de différenciation**, d'amélioration continue et de création de valeur.

Ce travail ouvre la voie à des pistes de réflexion plus larges sur l'accompagnement des entreprises algériennes dans leur processus de mise en conformité, et sur le rôle que peuvent jouer les politiques publiques pour faciliter leur accès aux marchés internationaux.

Ses processus internes, et surtout de renforcer la confiance de ses partenaires commerciaux à l'international. Grâce à cela, elle a pu conquérir de nouveaux marchés, mieux répondre aux attentes des clients étrangers et garantir la qualité et la sécurité de ses produits. Ces démarches ont également eu un impact économique concret, en contribuant à l'augmentation de son chiffre d'affaires et à la fidélisation de sa clientèle.

Cette étude montre donc que les normes, bien qu'exigeantes à mettre en œuvre, offrent à long terme des bénéfices réels et mesurables. Elles deviennent un véritable outil de structuration interne, de différenciation sur les marchés et de valorisation de l'image de l'entreprise. Dans le cas d'ECCBC, elles participent pleinement à son positionnement en tant qu'acteur exportateur solide, responsable et tourné vers l'avenir.

En conclusion, les normes internationales ne doivent pas être perçues comme des contraintes, mais comme un levier de développement durable, de professionnalisation et de réussite commerciale à l'échelle mondiale.

Bibliographie

Bibliographie

Ouvrage :

- Abdallah Alaoui en (2005). La **compétitivité internationale : stratégies pour les entreprises françaises, ,** publié aux éditions L'Harmattan (collection **L'esprit économique)**
- Allard, C. (2019). *Management de la conformité internationale*. Paris : Éditions Dunod.
- Amelon, J. L., & Cardebat, J. M. (s.d.). Les nouveaux défis de l'internationalisation : Quel développement international pour les entreprises après la crise publié en 2010 op. cit., p. 202.
- Audroing, J.-F. (1995). *Les industries agroalimentaires*. Paris : Économica.
- Bouacherine, H., & Chabani, S. (2013). *Guide de la méthodologie de la recherche en sciences sociales* (1re éd.). Taleb Impression, p. 55.
- Capul, J.-Y., & Garnier, O. (2005). *Dictionnaire d'économie et des sciences sociales*. Paris : Hatier.
- Capul, J.-Y., & Martory, B. (2005). *Économie générale*. Paris : Armand Colin.
- Caumont, D. (2007). *Les études de marché* (3e éd.). Paris : DUNOD, p. 52.
- Debourg, M. C., Clavelin, J., & Perrelier, O. (2002). *La mercatique en action*. Paris : Le Génie des Glaciers, p. 427.
- Denis, J.-E. (1990**). Histoire de la pensée économique**, 10e édition, Presses universitaires de France
- Gaborieau, J.-P. (2014). *Management de la qualité, de la conformité et de la certification*. Paris : AFNOR.
- Gomis, M. (2019). *Certification, normalisation et performance des entreprises*. Caen : Éditions EMS.
- Guillochon, B., & Kawecki, A. (2003). *Économie internationale : commerce et macroéconomie*. Paris : Éditions Dunod.
- Jollebert, A., & Jouarda, P. (2006). *Marketing research, méthodes de recherche et d'étude en marketing*. Paris : DUNOD, p. 125.
- Jouve, J. L., & Rohmer, Ph. (1992). *La méthode HACCP : contexte et principes d'utilisation*. CTCPA/CT Info, p. 4–5.

- Julien, P.-A., et al. (1998). L'état de la recherche sur la petite entreprise et l'entrepreneuriat
- Lamban, J.-J., & de Moerloose, C. (s.d.). *Marketing stratégique et opérationnel* (7e éd.). Paris : DUNOD, p. 167.
- Laubet, J.-L. (2000). *Initiation aux méthodes de recherche en sciences sociales*. Paris : L'Harmattan, p. 120.
- Maurel, C. (2009, mai). *Considérations financières et performance export dans les PME vitivinicoles françaises*. Colloque international « Vulnérabilité des TPE et des PME dans un environnement mondialisé », 11e Journée scientifique du Réseau Entrepreneuriat, 27–29 mai, pp. 3–4.
- Meunier, P. (2016). *Les normes ISO dans la gestion d'entreprise*. Caen : Éditions EMS.
- Niosi, J., & Zhegu, M. (2011, août). *Étude sur l'accompagnement à l'internationalisation des petites et moyennes entreprises québécoises*. Montréal : Université du Québec à Montréal.
- Pantin, F. (2004). *La conduite du processus d'internationalisation par les compétences de l'équipe dirigeante : Cas d'une moyenne entreprise française*. *Revue Management et Avenir*, (2), 119.
- Prost, D. (2017). *Management de la conformité réglementaire en entreprises*. Paris : L'Harmattan.
- Rainelli, M. (1997). *Le commerce international*. Paris : La Découverte.
- Rachid Boujemaa (2003). *Cours de comptabilité nationale*. Édition OPU, Alger.
- Tiegom, J. (s.d.). *Améliorer la performance des équipes : outils efficaces* (1re éd.). Books on Demand GmbH.
- Yeats, A. J. (1990, décembre). *À quoi tient la marginalisation de l'Afrique subsaharienne dans le commerce mondial ? Finances et Développement*, 33(4), 36.

Les sites web :

- AFNOR. (2025). *Site officiel de l'AFNOR*. Consulté le 21 avril 2025, depuis : https://www.afnor.org

- ANSI. (2025). *About ANSI*. Consulté le 21 avril 2025, depuis : https://www.ansi.org/about

- Eduscol. (s.d.). *Ressource sur la normalisation*. Consulté le 10 avril 2025, depuis : https://eduscol.education.fr/sti/sites/eduscol.education.fr.sti/files/ressources/pedagogique/6236/6236-ressource-sur-la-normalisation.pdf

- FAO - Food and Agriculture Organization. (2025). *FAO Labels*. Consulté le 13 avril 2025, depuis : https://www.fao.org

- Hector Asset Manager. (2025). *ISO 27001*. Consulté le 11 mai 2025, depuis : https://hectorassetmanager.com/iso27001

- IEC - International Electrotechnical Commission. (2025). *About IEC*. Consulté le 21 avril 2025, depuis : https://www.iec.ch/about

- ISO. (2015). *Qu'est-ce qu'une norme ?* (p. 2). Consulté le 10 avril 2025, depuis : https://www.iso.org

- ISO. (2025). *À propos de l'ISO*. Consulté le 21 avril 2025, depuis : https://www.iso.org/about-us.html

- ISO. (2025). *Organisation internationale de normalisation – Normes*. Consulté le 14 avril 2025, depuis : https://www.iso.org/fr/standards.html

- ISO/IEC. (2017). *ISO/IEC 17025:2017 – Exigences générales concernant la compétence des laboratoires d'étalonnages et d'essais : Introduction et domaine d'application*. Consulté depuis : https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso-iec:17025:ed-3.2:fr

- LinkedIn. (2025). *L'impact des certifications ISO sur la performance des entreprises*. Consulté le 23 mai 2025, depuis : https://fr.linkedin.com

- Organisation mondiale de la santé (OMS). (2025). *Sécurité sanitaire des aliments*. Consulté le 16 mai 2025, depuis : https://www.who.int/fr/news-room/fact-sheets/detail/food-safety

- Université de Tours. (s.d.). *Organisation internationale de normalisation – Wikipédia* [PDF]. Consulté le 8 avril 2025, depuis : http://genet.univtours.fr/gen002300/DONNEES/biotechsrouges/Les%20agences%20de%20securite%20e/Normalisation/Organisation%20internationale%20de%20normalisation%20Wikipedia.pdf

- Université maritime d'Alger (ENSM). (2021). *Polycopie du module : Normalisation, Accréditation, Certification* (Dr Boudebza D.). Consulté depuis : https://ensm.dz/wp-content/uploads/2024/12/Polycopie-du-module-Normalisation-Accreditation-Certification-Dr-BOUDEBZA-D-2021-20221

- Glossaire International. (s.d.). *Diagnostic export*. Consulté depuis : https://www.glossaire-international.com/pages/tous-les-termes/diagnostic-export.htm

- ASJP. (s.d.). *Article scientifique*. Consulté depuis : https://www.asjp.cerist.dz/en/down/Article/296/8/2/55669

- *(Entrée vide — à supprimer ou compléter)*

- Qualitiso. (2025). *Comparaison ISO 9001:2015 vs 2008*. Consulté le 9 juin 2025, depuis : https://www.qualitiso.com/comparaison-iso-9001-2015-vs-2008/

Mémoire et thèse :

- Boukhalfa, K. (2023). *Le management de qualité et son impact sur le choix des clients : Cas de la laiterie TASSILI* [Mémoire de fin d'étude, Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou, Faculté des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion].

- Chahma Dhahri. (2019). *Préparation de la migration du système de management de la santé et sécurité au travail de l'OHSAS 18001:2007 vers l'ISO 45001:2018* [Rapport de stage de fin d'études, Université virtuelle de Tunis, Master professionnel].

- Challal, O. (s.d.). *Normes internationales et les échanges dans le secteur agroalimentaire : Cas des entreprises algériennes* [Thèse de doctorat, Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou].

- Chouiref, H. (2022). *La mise en place du système HACCP selon la norme ISO 22000 dans une industrie alimentaire* [Mémoire de fin d'étude, Université de Biskra, Faculté des sciences de la nature et de la vie, Promotion 2021–2022].

- Khelil, M., & Kanet, N. (2021). *Impact de la certification ISO 9001:2015 sur la performance des entreprises algériennes* [Mémoire de master, Université Abou Bekr Belkaid de Tlemcen, Génie industriel, Promotion 2020–2021, pp. 17–19].

- Mor, J.-M. (2001). *La certification qualité dans les services : Outils de performance et d'orientation client*. Paris : Éditions AFNOR.

- Sadi, F., & Segueg, S. (2021). *Audit du processus de contrôle de la gestion des données collectées au sein de l'institut d'étude de marché et de l'analyse des données : Cas IMMAR* [Mémoire de fin d'étude, Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou, Promotion 2020–2021].

- Seddiki, A. (2008). *Le management de la qualité en production alimentaire : Qualité totale (T.Q.C), hygiène, Codex Alimentarius, normes ISO série 9000 et ISO 22000, système HACCP* (p. 213). Alger : Éditions Hibr.

Article :

L'article d'El Boissadi**,** A., & Oubouali, Y. (2019**)** s'intitule :Comprendre et mesurer la performance à l'export Publié dans la *Revue du contrôle, de la comptabilité et de l'audit*, vol. 3(4), décembre 2019

Annexes

Questionnaires :

Dans le cadre de préparation du mémoire de master en science commerciales, nous vous serions reconnaissants de bien vouloir accepter de répondre sur ce présent questionnaire.

Merci d'indiquer votre tranche d'âge.

- 18 ans – 25 ans
- 26 ans -35 ans
- 36 ans -50 ans
- Plus de 50 ans
- Autre

Merci de préciser votre identité de genre.

- Femme
- Homme

Consommez-vous régulièrement des boissons ex : (coca-cola, Pepsi, Fanta...)

- Oui
- Non

A quelle fréquence en consommez-vous ?

- Tous les jours
- 2 à 3 fois par semaine
- Une fois par semaine

- Rarement
- Jamais

Quelle marque de boisson consommez-vous le plus ?

- Coca-cola
- Fanta
- Pepsi
- Une autre marque

Quels critères sont les plus importants pour vous dans le choix d'une boisson ?

- Le gout
- Le prix
- La notoriété de la marque
- Les valeurs de la marques (écologique, éthique…)
- Les certifications ou les label (Halal, Iso…)
- Les ingrédients, la composition

Faites-vous confiance aux boissons certifier (bio, Halal)

- Oui
- Non
- Je ne fais pas attention

Pensez-vous que les certifications internationales garantissent une meilleure qualité ?

- Oui
- Non
- Je ne sais pas

Quelle est votre boisson préférée ? pourquoi ?

Votre réponse

Auriez-vous des remarques ou des suggestions à faire aux marques de boissons plus précisément coca-cola ?

Votre réponse

A votre avis, est- ce que vous savez que les boissons industrielles produites dans votre pays sont exportées vers d'autres pays

- Oui
- Non
- Je ne sais pas

Si, oui pouvez-vous citer des exemples de marques locales que vous pensez être exportées ?

Votre réponse

Pensez-vous que l'exportation des boissons est un avantage économique pour un pays ?

- Oui
- Non
- Je ne sais pas

Selon vous, pourquoi les entreprises exportent elles leurs boissons vers d'autres pays ?

- Augmenter les profits
- Faire connaitre la marque

- Demande étrangère

Est-ce que vous savez que coca-cola s'exporter vers d'autres pays comme : (l'Europe, Ghana, pays d'Afrique…)

- Oui
- Non
- Je ne sais pas

Dans le cadre de votre expérience en tant que consommateur, considériez-vous coca-cola comme une marque préférable à d'autres raisons de son prix ou de sa qualité ? le cas échéant, veuillez préciser les éléments déterminants.

Dans le cas contraire, nous vous invitons à des suggestions d'améliorations portant sur la qualité et le prix du produit.

Votre réponse

Merci pour votre temps accordé.

Le guide d'entretien est basé sur les grands axes suivants :

- **Axe 1 :** une présentation générale sur l'entreprise ECCBC (**EQUATORIAL COCA- COLA BOTTLING COMPANY)**
- **Axe 2 :** Quels sont les pays de destinations et les marques exportées de l'entreprise ECCBC.
- **Axe 3 :** Détermination des différentes raisons qui ont poussé l'entreprise ECCBC à se certifier.
- **Axe 4 :** Avez-vous rencontrées des améliorations depuis l'obtention des certifications internationales.
- **Axe 5 :** Le rôle et les avantages des normes et certifications internationales pour l'entreprise ECCBC.
- **Axe 6 :** A la fin, nous avons choisi de connaitre l'avis de notre interviewé sur les obstacles rencontrés lors de la mise en place normes et certifications internationales sur l'entreprise ECCBC.

Table des matières

Remerciements I

Dédicaces II

Liste des abréviations : III

Liste des tableaux et figures IV

Sommaire V

Introduction générale 01

Chapitre I : *Généralités sur les normes et certifications internationales*

Introduction : 06

Section 01 : Genèse des normes internationales : 06

1. Historique : 06

2. Définition et concepts clés des normes et certifications internationales : 09

2.1. Définition de la norme 09

2.2Définition de la normalisation : 10

2.3. Définition de la certification : 11

2.4. Définition d'un organisme certificateur : 11

2.5Certification de qualité : 13

2.6 Définition de l'accréditation : 14

Section 2 : Typologie des normes et certification internationales 17

1. Types de certification : 17

2. Types des normes : 18

2.1. Les normes fondamentales: 19

2.2. Les normes de spécifications: 19

2.3. Les normes d'organisation : 19

2.4. Les normes d'analyse et d'essais 20

3. Les normes de certification les plus connues : 21

3.1. L'organisation internationale de normalisation (ISO) : 21

3.2. ISO 9001 : 21

3.3. ISO 14001 : (Système de management de qualité). 22

3.4. ISO 22000 : (Management de la sécurité des denrées alimentaires) : 22

3.5. ISO 27001 (Les normes sur la sécurité de l'information) : 23

3.6. ISO 45001:(Management de la santé et de la sécurité au travil) : 23

3.7. FSSC 22000: 24

4. HACCP : 24

4.1. Fonctionnement de la norme : 25

Section 03 : les avantages des normes et certification international : 27

1. Avantage des normes : 27

1.1. Pour les entreprises : 27

1.2. Pour la société..... 28

2. Les avantages de la certification : 28

2.1. Encouragement de l'adoption de bonnes pratiques : 28

2.2. Augmentation de la productivité : 28

2.3. Satisfaction des clients : 29

3. Les étapes vers l'obtention de la certification : 29

4. Objectifs et risques de la certification de l'entreprise : 29

Section 04 : Les organismes de normalisation 31

1. Les instances mondiales de normalisation : 31

1.1 Le comité européen de normalisation (CEN) : 31

1.2Agence française de normalisation (AFNOR) : 31

1.3La normalisation en Algérie : 31

1.3.1L'institut algérien de normalisation (IANOR) : 31

1.3.2 Organisme algérien d'accréditation (Algerac) : 33

2Les principaux avantages de la normalisation : 34

3 Les enjeux de la normalisation : 35

Conclusion : 36

Chapitre II : *L'impact des normes et certifications international sur la stratégie d'exportations des entreprises*

Introduction : 38

Section 01 : Le commerce extérieure et son évolution : 38

1 Définition de commerce extérieure : 38

2 L'évolution du commerce extérieur Son évolution en Algérie : 38

2.1. Les théories du commerce international : 39

2.2. Les théories traditionnelles du commerce international : 39

2.3. La théorie des avantages absolus d'Adam Smith : 40

2.4. La théorie des avantages comparatifs de David Ricardo : 40

2.5 Le théorème Heckscher-Ohlin-Samuelson (HOS) : 41

Section 02 : Les contraintes liées à l'exportation : 42

1 Définition d'une stratégie à l'exportation : 43

1.1 Le processus de l'exportation : 43

1.2. Les contraintes liées à l'exportation : 48

1.2.1 Les contraintes liées aux ressources et/ou compétences des entreprises : 48

1.2.2. Les contraintes liées aux compétences managériales de l'entreprise : 48

1.2.3. Ressources financières limitées et difficulté d'accéder aux financements : 48

1.2.4. Contraintes liées à l'appareil productif de l'entreprise exportatrice : 49

1.2.5. Un système d'information non performant : 49

1.2.6. L 'administration de l'export: absence de structure d'export : 50

1.2.7. Manque et/ou le non valorisation des ressources humaines : 50

1.2.8. Manque de développement en matière de marketing international : 50

1.2.9. Les contraintes liées à l'environnement externe de l'entreprise : 51

1.2.10. Difficultés liées à l'adaptation des produits aux normes internationales : 52

1.2.11. Les contraintes liées à la logistique internationale : 53

2 .Démarche d'intégration des normes dans la stratégie d'exportation : 54

2.1 Identification des marchés ciblés : 54

2.2 Évaluation de l'entreprise : 55

2.3 Élaboration d'un plan d'action : 55

2.4Formation du personnel : 56

2.5 Audits internes et suivi de la conformité : 56

3. Résultats de l'intégration des normes : 57

Section 03 : les exigences des clients pour les entreprises exportatrice 59

3.1Les Exigences : 59

3.2 : Genres d'exigences : 60

3.3 : Types d'exigences : 61

3.4: Catégorie d'exigences selon le modèle de Kano : 61

Section 04 : L'impact des normes et certifications international sur les exportations des entreprises. 63

4.1L'impact des certifications ISO sur les performances des entreprises exportatrices : 63

4. 1.1 Amélioration de la Productivité : 63

4.1.2 Augmentation de la Satisfaction Client : 63

4.1.3 Accès à de Nouveaux Marchés 64

4.2. L'impact de la compétitivité sur les entreprises exportatrices : 64

Conclusion : 66

Chapitre III : *L'impact des normes certifications internationales sur l'entreprise exportatrice ECCBC*

Introduction : 68

Section 1 : Présentation de l'organisme d'accueil 69

1. Présentation de l'entreprise ECCBC 69

1.1. Définition de la boisson coca-cola : 69

1.2. Historique l'entreprise ECCBC : 70

1.3. Les activités et les objectifs de ECCBC : 72

1.4. L'organisation de l'entreprise ECCBC : 73

1.4.1. L'organisation ECCBC : 74

Section 02 : les normes obtenues de l'entreprise ECCBC. 77

1. Les normes obtenues : 77

1.1. Norme ISO 9001 version 2015 77

1.1.1. Les apports de la version 2015 78

1.2. Avantages et inconvénients de la nouvelle version iso 9001 vs2015 : 78

1.2.1. Les avantages de la nouvelle version iso 9001 vs 2015 : 78

1.2.2. Les inconvénients de la nouvelle version iso 9001 vs 2015 : 79

1.3. Domaine d'application : 79

1.3.1. Norme iso 45001 vs 2018 : 79

1.3.2. Domaine d'application : 80

1.3.3. La norme iso 14001 vs 2015 : 82

1.3.4. La norme FSSC 22000 vs 6.0 83

1.4. Champ d'application 84

1.5. système HACCP : 85

1.5.1. HACCP et assurance qualité 86

1.5.2. Spécificités de la méthode HACCP : 86

1.5.3. Incitation à utiliser la méthode HACCP : 87

1.6. Relations entre ces normes 87

2. Les exigences clients de l'entreprise ECCBC. 88

2.1. Exigences liées au produit : 89

2.1.1. Les exigences liées au produit sont les suivantes : 89

2.1.2. Exigences documentaires : 90

2.1.3. Exigences contractuelles et commerciales : 92

2.1.4.Exigences logistiques 93

2.1.5.Exigences réglementaires 94

Section 3 : le déroulement de l'enquête 95

1- Le guide d'entretien : 95

1.1 Méthodologie de recherche : 95

1-1 L'outil de collecte de l'information : 95

1.2. Le guide d'entretien est basé sur les grands axes suivants : 96

1-3 Le traitement des données : 96

1-4 Aperçu général sur l'entretien déroulé : 97

1.4.1. Présentation de l'entreprise ECCBC : 97

1.4.2. Le contrat de la franchise ECCBC Algérie : 98

1.4.3. Les améliorations considérées par l'entreprise ECCBC : 102

1.4.4. les principales raisons qui ont pousser l'entreprise ECCBC à se certifier. 103

1.4.5. Les contraintes et obstacles liés aux normes et certifications internationales pour les entreprises exportatrices 104

1.4.6. Le rôle et les avantages des normes et certifications internationales sur l'entreprise ECCBC. 105

2-méthode de l'échantillonnage : 106

2.1 Définition de l'échantillonnage : 106

2.2 Les méthodes d'échantillonnage : 106

2.2.1. La méthode probabiliste (aléatoire) : 106

2.2.2. La méthode non probabiliste (empirique) 107

2.3. Caractéristiques de l'échantillon choisi 107

3. L'élaboration du questionnaire 107

3.1. Types de questions 107

3.1.1. Les questions fermées 107

3.1.2. Les questions ouvertes 108

3.2. Le Mode d'administration de questionnaire 108

3.3. Objectifs de questionnaire 108

4. Analyse et interprétation des résultats 109

4.1. La fiche signalétique : 109

4.1.1. Répartition de l'échantillon selon l'âge 110

4.1.2. Répartition de l'échantillon selon le sexe. 111

4.1.3. La répartition de la consommation des boissons. 112

4.1.4. la répartition des fréquences de consommations. 113

4.1.5. Les préférences des marques de boisson 114

4.1.6. Désignation des critères importants dans le choix d'une boisson 115

4.1.7. la répartition de la confiance aux boissons certifiées. 117

4.1.8. Les certifications internationales garantissent une meilleure qualité. 118

4.1.9. L'avis des consommateurs sur les boissons exportées. 119

4.1.10. L'exportation des produits à un avantage économique pour un pays ? 120

Synthèse générale : 123

Section 4 : l'impact des normes et certifications internationales sur l'entreprise exportatrice ECCBC. 124

1. .l'impact des normes et certifications internationales sur l'entreprise ECCBC. 124

1.1.1. Tableau représentatif des impacts prévisionnels des normes obtenues : 125

1.1.2. Tableau représentatif des objectifs des normes obtenues : 126

1.1.3. Impact de la norme ISO 9001 V2015 127

1.1.4. Impact de la norme ISO 9001 V2015 & FSSC 22000 V06 128

1.1.5. Impact de la norme ISO 45001 V2018 128

1.1.6. Impact de la norme ISO 14001 V2015 129

1.1.6. L'impact des normes internationales sur le chiffre d'affaire des exportations de l'entreprise ECCBC. 129

2. Tendance de la quote-part export dans le chiffre d'affaires total 131

3. Interprétation et impact des normes 131

Conclusion 132

4. Les recommandations et les suggestions de l'entreprise ECCBC : 133

Conclusion du chapitre : 136

Conclusion générale : 138

Bibliographie

Annexes

Table des matières

Résumé.

Résumé

Ce mémoire explore l'importance des normes et certifications internationales et leur influence sur les stratégies d'exportation des entreprises, à travers une étude de cas portant sur l'entreprise ECCBC, active dans le secteur agroalimentaire. Dans un contexte de mondialisation croissante, les normes (telles que l'ISO ou le HACCP) s'imposent comme des outils essentiels pour garantir la qualité, la conformité et la compétitivité des produits à l'international.

Le travail s'articule autour de trois axes : une présentation des fondements théoriques des normes et certifications, une analyse de leur impact sur les stratégies d'exportation, puis une application concrète à travers l'exemple d'ECCBC. Les résultats de l'étude de cas montrent que les certifications permettent non seulement d'accéder à de nouveaux marchés, mais aussi d'améliorer la crédibilité et les pratiques internes de l'entreprise. Le mémoire conclut en soulignant le rôle stratégique des normes dans la réussite à l'export, et propose des recommandations pour les entreprises souhaitant s'engager dans une telle démarche.

Abstract

This thesis explores the importance of international standards and certifications and their impact on companies' export strategies, with a case study focusing on ECCBC, a company operating in the agri-food sector. In the context of increasing globalization, standards such as ISO and HACCP have become essential tools for ensuring product quality, regulatory compliance, and competitiveness in international markets.

The study is structured into three main parts: a theoretical overview of international standards and certifications, an analysis of their influence on export strategies, and a practical case study of ECCBC. The findings show that certifications have enabled the company to enhance its credibility, access new markets, and improve internal practices related to quality and traceability. The thesis concludes by emphasizing the strategic role of standards in export performance and provides recommendations for companies seeking to engage in such certification processes.