

UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRE DE BEJAIA



Faculté des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion

Département des sciences commerciales

Mémoire de fin d'études

En vue de l'obtention d'un diplôme de

Master en Sciences Commerciales

Option Logistique et Distribution

Intitulé du thème

**L'impact de la pandémie COVID-19 sur la
logistique et la chaîne logistique.**

Cas d'étude « CANDIA ».

Préparé par :

M.AMAMRA Zakaria Mohamed Ali

Dirigé par :

MME.BOULHOUAT Mahdia

Année universitaire : 2021/2022



DEDICACE

Je dédie ce humble travail

À mon très cher Papa FOUAD AMAMRA (dieu ait son âme) et mon très chère Maman ZAIDI DJAHIDA (dieu ait son âme) qui nous à quittés avant que j'atteigne ce stade et je leurs dis que je suis là grâce à vous, à votre patience, à votre amour, et à votre sacrifices.

À mon frère Abderachide et à mes chères trois sœurs Soumia, Khadidja et Oumaima, Pour son soutien et pou être toujours une source de ma force.

À ma petite chaleureuse Razane qui est la source de mon sourire et de ma joie.

À toute ma grande famille : ma grand-mère, oncles, tantes, Mes cousins et toute la famille de ZAIDI et AMAMRA Pour leurs encouragements et prières.

À mes amis et mes camarades, Pour leur bonne compagnie dans le long de mon chemin.

Et à tous ceux qui ont contribué à la réussite de ce travail de près et de loin.



REMERCIEMENT

D'abord, remercions ALLAH qui nous a donné la force et la patience d'arriver au bout de nos études et à la réalisation de ce travail.

Merci à nos enseignants pour leurs conseil, savoir, et sur tout leur présence enrichissante tout le long de notre cursus universitaire.

Je tiens à remercier Mme Boulhouat Mahdia , de l'université de Béjaia d'avoir accepté de m'encadrer et suivre mon travail .

Je remercie Mr Bennacer et Mr Beloumi pour leurs coup de mains.

Je remercie toutes les responsables du Candia.

Je remercie tous qui ma aidée pour réalisée ce travail .

Et en fin, je remercie tous les amis qui m'ont aidé et encouragé pour réaliser ce mémoire.

Table des matières

Résumé en arabe

Résumé en français

Résumé en anglais

Dédicaces

Remerciements

Liste des tableaux

Liste des figures

Liste des images

Liste des abréviations

Introduction générale.....01

Chapitre 01 : Généralités sur la logistique et la chaîne logistique

Introduction.....	04
1. Notion sur la logistique.....	04
1.1. Historique et définitions de la logistique.....	04
1.1.1. Historique.....	04
1.1.2. Définitions.....	05
1.2. Les différents types de la logistique.....	06
1.2.1. Logistique d'approvisionnement.....	06
1.2.2. Une logistique d'approvisionnement générale.....	06
1.2.3. Une logistique de production.....	06
1.2.4. Une logistique de distribution.....	06
1.2.5. Une logistique militaire.....	06
1.2.6. Une logistique de soutien.....	07
1.2.7. Une activité dite de service après-vente.....	07
1.2.8. Des reverses logistiques.....	07
1.3. Les flux de la logistique	07
1.3.1. Flux logistiques internes.....	07
1.3.2. Flux logistiques externes.....	07
1.4. Les objectifs de la logistique.....	08
1.4.1. La gestion et l'optimisation des flux.....	08
1.4.2. Le cost control.....	08
1.5. Le rôle de la logistique dans l'entreprise.....	08
1.6. La performance logistique.....	09
2. Notions sur la chaîne logistique.....	09
2.1. Définition de la supply chaîne.....	09
2.2. Les flux de la chaîne logistique.....	10

2.2.1. Les flux physiques.....	10
2.2.2. Les flux d'informations.....	10
2.2.3. Les flux financiers.....	11
3. Activités d'une chaîne logistique.....	12
4. Définitions de gestion de la chaîne logistique « supplychain management »SCM....	14
5. Les principes du supplychain management.....	14
5.1. L'intégration de la chaîne logistique.....	14
5.2. L'optimisation des processus.....	15
5.2.1. La prise de décision dans la chaîne logistique.....	15
5.2.1.a. les décisions stratégiques.....	15
5.2.1.b. les décisions opérationnelles.....	15
5.2.1.c. Les décisions tactique.....	16
5.2.2. Les indicateurs de performance.....	17
5.2.2.a. les indicateurs financiers.....	18
5.2.2.b. les indicateurs de satisfaction du client.....	18
5.3. Les mesures de la performance de la chaîne logistique.....	18
6. Les tâches de la gestion de la chaîne logistique.....	18
6.1. La gestion des stocks et de l'entreposage.....	18
6.2. La distribution.....	18
6.3. Le transport.....	19
6.4. L'importation et l'exportation.....	19
Conclusion.....	19

Chapitre II : L'impact de la pandémie sur la logistique et la chaîne logistique Mondiale.....20

Section01 : Généralités sur la pandémie Covid-19.....21

Introduction.....	21
1. Définitions de la pandémie Covid-19.....	21
2. Les pandémies dans l'histoire ...au Coronavirus !.....	21
3. La logistique pharmaceutique.....	23
3.1. La chaîne logistique du froid.....	24
3.2. La gestion de la chaîne logistique des vaccins.....	25

Section02 : La chaîne logistique face à la pandémie covid-19.....25

1. La gestion des crises.....	25
2. La chaîne logistique et la gestion des crises.....	26
3. La chaîne logistique et la crise sanitaire COVID-19 : les degrés de résilience.....	28
4. La gestion des risques de la chaîne logistique.....	29
4.1. Se constituer une équipe de leaders.....	29
4.2. Déterminer la demande pour chaque produit.....	29
4.3. Le choix des articles en stock.....	29
4.4. Élaborer des plans d'urgence.....	30
4.5. Communiquer, et penser à long terme.....	31
5. La pandémie a eu des effets négatifs considérables sur la chaîne logistique.....	31

Section03 : Les enjeux de la logistique face au covid-19.....32

1. Défis auxquels la logistique est confrontée en raison du COVID-19.....	32
1.1. Limitations du fret aérien et maritime.....	33
1.2. Le transport terrestre en prend un coup.....	33

1.3.Frontières fermées.....	33
1.4.Pénurie de main-d'œuvre.....	34
1.5.Absence de stratégies de résilience et de plans d'urgence.....	34
2. Solutions aux défis rencontrés par la logistique en raison de la pandémie de COVID-19.....	34
3. l'avenir de la logistique après la pandémie pour les entreprises.....	35
3.1. Alignez vos opérations pour renforcer la relation avec les clients.....	35
3.2. Tirer parti du commerce électronique en investissant dans la technologie.....	35
3.3. Réduire les risques grâce à la diversification.....	36
3.4. Utiliser les stress tests pour renforcer la résilience de l'entreprise.....	36
Conclusion.....	36

Chapitre 03 : Etude de cas de Groupe TCHIN-LAIT (CANDIA).....37

Section 01: Généralité sùr l'entreprise TCHIN-LAIT.....38

Introduction.....38

1. Données générales.....	38
1.1.Historique.....	38
1.2.Choix Stratégiques.....	38
1.3.Franchise Candia.....	39
1.4.Situation juridique et naissance du groupe TCHINLAIT.....	39
1.5.Situation géographique.....	40
2. Données Techniques.....	40
2.1.Capacités de production.....	40
2.2.Le procédé UHT	41
2.3.La gamme de produits	41
3. Données économiques	48
3.1.Ressources humaines	48
3.2.Commercialisation.....	49
3.3.Réseau de distribution.....	49
3.4.Evolution du chiffre d'affaires.....	49
4. Les perspectives à 2025.....	50
5. Fiche Signalétique.....	50

Section 02: L'impact de la pandémie sur la logistique et la chaine logistique de groupe TCHIN-LAIT.....52

1.Méthodologie	52
2.L'impact de la pandémie sur les grossistes dans le marché algérien.....	52
2.1.Les mesures de sécurité sanitaires suivez par l'entreprise	52
2.2.Le règlement de distribution de Candia	54
2.3.La gestion des produits de CANDIA	54
2.4.L'évaluation de grossistes sur CANDIA	56
3. L'impact de la pandémie sur les consommateurs du marché algérien.....	58
3.1. L'utilisation de consommateur.....	58
3.2. La faciliter de la procuration des produits de CANDIA	59
3.3. La qualité des produits CANDIA au point de vue du consommateur.....	61

3.4. La réaction publiques sur les prix des produits de CANDIA	63
3.5. l'opinion publique sur CANDIA	65
Conclusion	67
Conclusion générale	69
Bibliographie	
Annexes	

Liste des abréviations

CL : Chaîne Logistique.

DA : Dinard Algérien

IA : Intelligence Artificielle.

MERS : Middle East Respiratory Syndrom.

OMS : Organisation Mondiale de Santé.

PLM: Product Lifecycle Management.

SARL : Société à Responsabilité Limitée.

SARS-CoV : virus de covid-19.

SAS: Security Air- lock System.

SC: SupplyChain.

SCM: SupplyChain Management.

SCOR: The Supply Chain Operations Reference Model.

SIS : Service d'Incendie et de Secours.

SPA : Société Par Actions.

SRAS : Syndrome Respiratoire Aigu Sévère.

UH : Ultra Haute.

UHT : Ultra Haute Température.

VAD : La Vente à Distance.

Liste des figures

Figure.01 : Les questions clés dans la logistique.....	06
Figure.02 : Découpage traditionnel des flux de matière et d'information dans la chaîne.....	11
Figure.03 : Les flux dans la chaîne logistique.....	12
Figure.04 : Description de la chaîne logistique par le modèle SCOR.....	13
Figure.05 : Dimensions de l'alignement de la CL.....	17
Figure 06 : Structure de la chaîne Logistique en vaccins.....	25
Figure 07 .Certains graphiques totalisent plus de 100 %	31
Figure.08 : Réseau de distribution de TCHIN-LAIT CANDIA.....	49
Figure.09 :Evolution du chiffre d'affaires	49
Figure.10 : Statistiques des avis des grossistes sur les règles sanitaires respectées pendant la pandémie.....	53
Figure.11 : Statistiques sur les règlements de distribution.....	54
Figure.12 : Le produit le plus touché au cours de la pandémie.....	55
Figure.13 : Evaluation des méthodes de distribution de CANDIA.....	56
Figure.14 : Evaluation de comportement des distributeurs de CANDIA.....	57
Figure.15 : Evaluation des produits de CANDIA par rapport a le choix des clients.....	58
Figure.16 : Statistiques d'utilisation des produits de CONDIA pendant la pandémie.....	59
Figure.17 : Statistiques sur la facilité de trouver les produits CANDIA pendant la pandémie.....	60
Figure.18 : évaluation des produits de CANDIA.....	61
Figure.19 : statistiques sur la qualité des produits du CANDIA.....	62
Figure.20 : Statistiques sur les prix des produits de CANDIA.	63
Figure.21 : statistiques sur la période de changement des prix des produits de CANDIA...	64
Figure.22 : Statistiques de classement des produits CANDIA.....	66

Liste des images

Image.01 : Lait stérilisé UHT (Ultra haute température), partiellement écrémé, à dominante bleue.....	41
Image 02 : Existe aussi en conditionnement 50cl. Lait stérilisé UHT (Ultra haute température), ENTIER, à dominante Rouge	42
Image 03 : Lait stérilisé UHT Silhouette, écrémé (sans matière grasse), à dominante verte, enrichi en vitamine D.....	43
Image.04 : Lait stérilisé UHT Viva, partiellement écrémé, enrichi en vitamines B1, B2, B3, B5, B6, B8, B9, B12, E,D.....	43
Image.05 : Lait stérilisé UHT sans lactose.....	44
Image.06 : Boisson au lait goût chocolat, dénommé «Candy Choco», en emballage 1l ,20 cl, 125 ml.....	44
Image.07 : Boisson au lait goût Fraise, dénommé« Candy fraise », en emballage 20cl et 125ml.....	45
Image.08 : Boisson au lait goût Banane, dénommé « Candy Banane », en emballage 125ml.....	45
Image.09 : Boisson au lait goût Caramel, dénommé « Candy Caramel », en emballage 125ml.....	45
Image.10 : Lait additionné de jus de fruits (Orange-Ananas, Orange-Fraise-banane, Orange-Mangue et Pêche-Abricot), dénommé «Twist», en emballage 1l et 20cl, avec paille.....	45
Image.11 : Boisson à l'orange.....	46
Image.12 : Cocktail de fruits.....	46
Image.13 : Citronnade (Boisson au citron) : disponible en format 1 litre seulement.....	47
Image.14 : Nectar de grenade : disponible en format 1 litre seulement.....	47
Image.15 : Le Maître Cuisinier, disponible en format 20cl.....	48
Image.16 : Préparation pour glace au lait stérilisé UHT : Le Maître glacier est disponible en format 1l.....	48

Liste des tableaux

Tableau .1 : Catégorie des risques dans la Supply Chain.....	27
---	----

Introduction Générale

Introduction générale :

Ces dernières années, le monde a connu de profonds changements dans les stratégies des entreprises. Aujourd'hui, les clients sont de plus en plus exigeants et les entreprises doivent essayer de répondre à leurs exigences en termes de réactivité, de traitement des commandes et de rapidité de livraison. Cette évolution permet de passer d'une politique entièrement articulée autour du produit à un politique client.

Les chaînes logistiques sont désormais un axe stratégique pour les entreprises, ces derniers capables de gérer efficacement leurs chaînes d'approvisionnement seront des leaders sur leurs marchés. Elle recouvre l'ensemble des flux physiques, informationnels et financiers qui permettent à une entreprise de répondre aux besoins de ses clients.

Le commerce international se développe et les sociétés de production développent des marchés dans plusieurs pays. Cette évolution à grande échelle nécessite un suivi afin de pouvoir produire des biens et des services répondant à la demande des consommateurs ; afin de mieux organiser toutes les opérations liées à la production internationale de biens, avec ou sans restrictions, les experts et les praticiens ont vu l'importance de mise en place de services logistiques, Afin d'augmenter l'efficacité, le système logistique essaie d'intégrer tous ses agents. Ainsi est né le concept de supplychain.

Le concept de chaîne logistique globale (supplychain) est un sujet de préoccupation croissante pour les entreprises depuis l'avènement de la mondialisation et l'évolution des organisations vers plus de réactivité et de flexibilité. Ces phénomènes imposent de fortes contraintes sur la chaîne de production et obligent les personnels logistiques à répercuter ces contraintes sur leurs fournisseurs. A cela s'ajoutent aujourd'hui de nouvelles contraintes d'optimisation des stocks, de gestion simultanée des flux et de traçabilité de la production pour répondre à des marchés de plus en plus volatils et exigeants. C'est pourquoi la notion de supplychain, qui recouvre les processus inter-entreprises et intra-entreprise et gère l'ensemble des processus de « l'entreprise étendue », est devenue cruciale pour certains secteurs d'activité.

La gestion de la chaîne logistique définit l'ensemble des ressources, moyens, méthodes, outils et techniques conçus pour gérer le plus efficacement possible la chaîne d'approvisionnement globale, du premier fournisseur au client final. Pour les grandes entreprises qui font appel à de nombreux sous-traitants, c'est le seul moyen de servir les clients en termes de prix, de délais et de qualité. Si une entreprise se lance dans un projet SCM, c'est qu'elle souhaite améliorer les processus et les délais tout en assurant un strict contrôle des coûts.

Quelques jours seulement après le début de la pandémie de COVID-19, les secteurs du transport de marchandises et de l'entreposage semblaient cruciaux pour la reproduction de sociétés fermées, notamment dans les secteurs de l'alimentation et de l'hygiène. A ses débuts, la pandémie apparaît comme une aubaine pour les acteurs de la logistique communiquant dans les

entrepôts et les drives tournants, approvisionnant les grandes surfaces ou livrant directement aux particuliers.

Les entreprises impliquées dans le transport, le stockage et la circulation des marchandises sont directement touchées par la pandémie de Covid-19. En tant que partie intégrante de la chaîne de valeur, à l'intérieur et au-delà des frontières internationales, les entreprises de logistique facilitent le commerce et aident les entreprises à acheminer les produits jusqu'aux clients. Par conséquent, les perturbations de la chaîne d'approvisionnement de l'industrie causées par la pandémie pourraient avoir des répercussions sur la compétitivité, la croissance économique et la création d'emplois.

En tant qu'étudiant en LD (Logistique et Distribution) et ayant eu l'opportunité d'effectuer un stage dans une grande entreprise de renommée nationale et internationale "CANDIA"; j'ai parlé de l'impact de la pandémie sur la chaîne d'approvisionnement de cette dernière.

Mon problématique est de voir quelle est l'impact de cette pandémie sur la chaîne logistique ?

Pour mieux comprendre notre question centrale et y répondre, nous avons choisi le sous

Les questions suivantes:

- Qu'est-ce qu'une chaîne logistique et à quel rôle est-elle assignée ?
- Comment le monde a-t-il réagi à la pandémie COVID-19 ?
- La réaction de CANDIA à la pandémie COVID-19 en termes de logistique et la chaîne logistique ?

Afin de pouvoir répondre aux différentes questions posées et d'éclairer nos hypothèses, nous avons adopté une approche méthodologique basée sur des recherches bibliographiques et bibliographiques internes et externes, portant principalement sur « l'analyse de la logistique et de la chaîne logistique » ; tandis que pour les études de cas d'entreprises, nous nous appuyons d'observations et d'entretiens avec des maîtres de stage, ainsi que des informations recueillies lors de notre stage chez CANDIA.

Après avoir commencé mon travail et donné une introduction générale, j'ai le divisons en trois chapitres suivants :

- Le premier chapitre se concentrera sur les concepts de base de la logistique et de la chaîne d'approvisionnement.
- Le deuxième chapitre parle sur la réponse post-COVID19 aux chaînes d'approvisionnement mondiales.
- Le troisième chapitre présentera une étude de cas de l'entreprise CANDIA sur l'impact de la pandémie sur la chaîne logistique de cette dernière.

Chapitre 01 :
Généralités sur la
logistique et la chaîne
logistique

Chapitre 01 : Généralités sur la logistique et la chaîne logistique

Introduction

La logistique est une fonction essentielle d'une entreprise car elle comprend l'ensemble des activités réalisées pour s'assurer que les biens ou services sont disponibles là où ils sont nécessaires et que le portefeuille est géré de manière optimale (quantité, durée et coût). Cette dernière ne se limite pas à l'organisation des transports, des matières premières et des marchandises, elle regroupe l'ensemble des techniques de contrôle de gestion des flux de matières premières et de produits depuis la source d'approvisionnement jusqu'au point de consommation.

L'évolution de la logistique intègre ses différents acteurs pour générer le concept de supply chain. La chaîne logistique joue un rôle important dans le fonctionnement de l'entreprise : elle part du fournisseur du fournisseur jusqu'au client du client, en passant par la fabrication et le stockage du produit en amont et en aval. Ainsi, face à la concurrence, chaque entreprise se voit intéressée à maîtriser le processus afin d'obtenir toutes les informations nécessaires à la mise en œuvre des politiques commerciales, lui permettant de suivre la concurrence et de maintenir sa part de marché.

Dans ce chapitre, nous allons d'abord définir les concepts de base de notre sujet de recherche et les méthodes de gestion et d'évaluation des chaînes logistiques.

1. Notion sur la logistique

La logistique trouve son origine dans le domaine militaire et elle est nécessaire au succès de la stratégie et de la tactique d'une armée : transport, stockage, production, approvisionnement...etc.

C'est un ensemble de méthodes et de moyens liées à l'organisation d'une entreprise, notamment la manutention, le transport, le conditionnement et l'approvisionnement.

1.1. Historique et définitions de la logistique

1.1.1. Historique

Le dictionnaire de l'Académie française donne : « la science du calcul » comme premier sens au mot « logistique ». Étymologiquement, le terme « logistique » provient du grec *logistikos*, ce qui est relatif à « l'art du raisonnement ». Platon est notamment cité comme le premier à avoir utilisé le mot *logistikos* pour opposer le calcul pratique (logistique) à l'arithmétique théorique. La logistique est encore largement empreinte de cette acception puisque de nombreux travaux académiques ainsi que de nombreuses préoccupations des entreprises se centrent sur l'optimisation (de tournées, de chargement de palette, des coûts...).

Le terme « logistique » trouve ensuite son origine dans le milieu militaire et provient du grade d'un officier en charge du « logis » des troupes, lors du combat. Napoléon est le premier qui met en place un encadrement de l'approvisionnement en vivres et en munitions. Ainsi, le grade de « major général des logis » fut donné à « un officier qui avait la fonction de loger ou de

camper les troupes, de diriger les colonnes, de les placer sur le terrain»¹. Le logisticien militaire avait en charge le transport, le ravitaillement et le campement des troupes.

Le terme « logistique » est entré dans le langage courant à partir du début des années quatre-vingt-dix, lorsque la première guerre du Golfe a éclaté. La presse a, à partir de cette période, démocratisé le mot en parlant de « soutien logistique » dans le cadre d'actions militaires ou humanitaires. Il est classiquement reconnu qu'une des principales organisations logistiques à caractère militaire du **XX^{ème}** siècle fut la coordination du débarquement des troupes alliées en Normandie en juin 1944. Le savoir-faire acquis est alors diffusé dans les entreprises, d'abord aux États-Unis, ensuite dans les pays européens. Le développement de la fonction logistique au sein des entreprises européennes est également lié à un contexte économique qui en a amené l'émergence².

1.1.2. Définitions

La logistique recouvre toujours des fonctions de transport, stockage et manutention et, dans les entreprises de production, tend à étendre son domaine en amont vers l'achat et l'approvisionnement, en aval vers la gestion commerciale et la distribution. On cite souvent la définition d'origine militaire : « La logistique consiste à apporter ce qu'il faut, là où il faut et quand il faut »³.

La logistique est l'ensemble des activités ayant pour but la mise en place au moindre coût d'une quantité de produits, à l'endroit et au moment où une demande existe.

La logistique demande une gestion de la circulation physique des produits mais aussi de la circulation immatérielle des flux d'informations. La logistique concerne donc toutes les opérations déterminant le mouvement des produits telles que : approvisionnement, localisation des usines et entrepôts, gestion physique des en-cours de fabrication, emballage, stockage et gestion des stocks, manutention et préparation des commandes mais aussi prestations informatiques, gestion des retours de produits dans le cadre du service après-vente, travaux de finition industrielle,...etc.⁴

La logistique est une série d'activités visant à établir une certaine quantité de produits au coût optimal, où et quand la demande existe.

¹Jomini, 1837

²Barbara Lyonnet, Marie-Pascale Senkel, la logistique, Paris, 2005, page 9,10.

³Yves Pimor, Michel Fender, Logistique Production Distribution Soutien, 5^{ème} édition, Paris, Page 4.

⁴NaimaLgarch, Edition 1 Quelques Notions Logistiques, Page 3.

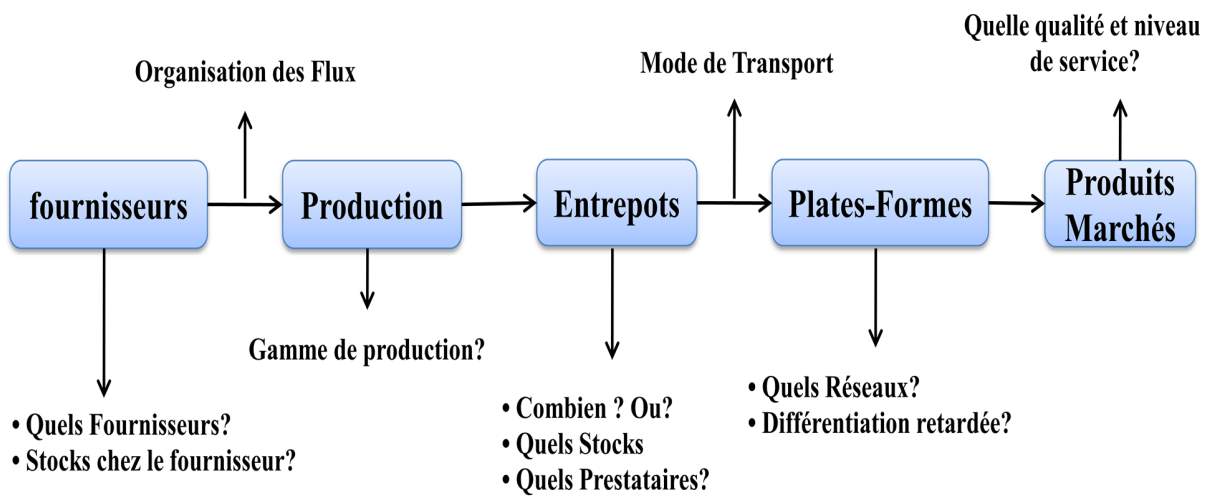


Figure.01 : Les questions clés dans la logistique.

Source : par nos soins.

1.2. Les différents types de la logistique

On peut distinguer plusieurs types différents par leurs objets et leurs méthodes⁵ :

1.2.1. Logistique d'approvisionnement

Elle permet d'amener dans les usines les produits de base, composants et sous-ensembles nécessaires à la production.

1.2.2. Une logistique d'approvisionnement générale

Elle permet d'apporter à des entreprises de service ou des administrations les produits divers dont elles ont besoin pour leur activité (fournitures de bureau par exemple).

1.2.3. Une logistique de production

Elle consiste à apporter au pied des lignes de production les matériaux et composants nécessaires à la production et à planifier la production ; cette logistique tend à absorber la gestion de production tout entière.

1.2.4. Une logistique de distribution

Elle concerne celle des distributeurs, qui consiste à apporter au consommateur final, soit dans les grandes surfaces commerciales, soit chez lui en **VAD**(La vente à distance) par exemple, les produits dont il a besoin.

1.2.5. Une logistique militaire

Elle vise à transporter sur un théâtre d'opération les forces et tout ce qui est nécessaire à leur mise en œuvre opérationnelle et leur soutien.

⁵Yves Pimor, Michel Fender, Logistique Production Distribution Soutien, 5ème édition, Paris, Page 4

1.2.6. Une logistique de soutien

Née chez les militaires mais étendue à d'autres secteurs : aéronautique, énergie, industrie,...etc, elle consiste à organiser tout ce qui est nécessaire pour maintenir en opération un système complexe, y compris à travers des activités de maintenance.

1.2.7. Une activité dite de service après-vente

Assez proche de la logistique de soutien avec cette différence qu'elle est exercée dans un cadre marchand par celui qui a vendu un bien ; on utilise assez souvent l'expression « management de services » pour désigner le pilotage de cette activité ; on notera cependant que cette forme de logistique de soutien tend de plus en plus souvent à être exercée par des spécialistes du soutien différents du fabricant et de l'utilisateur, qui est dite :Third Party Maintenance.

1.2.8. Des reverses logistiques

Parfois traduites en français par « logistique à l'envers », « rétro-logistique » ou encore « logistique des retours », qui consiste à reprendre des produits dont le client ne veut pas ou qu'il veut faire réparer, ou encore à traiter des déchets industriels, emballages, produits inutilisables depuis les épaves de voiture jusqu'aux toners d'imprimantes. Une distinction commode est celle que l'on fait souvent entre les logistiques de flux, production et distribution d'une part, et les logistiques de soutien d'autre part. Ces deux catégories de logistique ont, en effet, des caractéristiques assez différentes, les premières étant plus liées aux techniques de gestion de la production et aux techniques de marketing et de ventes, les deuxièmes étant plus liées à des méthodes de maintenance et de gestion de rechanges, particulièrement développées dans le domaine militaire ou dans celui de la maintenance des équipements techniques. Il y avait donc bien des logistiques différentes jusqu'à ce que le concept de supply chain ne vienne apporter une certaine unité en ce domaine.

1.3. Les flux de la logistique

Dans l'espace, on distingue deux catégories de flux logistiques : les flux logistiques internes et les flux logistiques externes.

1.3.1. Flux logistiques internes

- **Flux de production** : circulation de matières et composants dans le réseau de fabrication. Ces flux sont constitués par la chaîne des opérations de transformation, d'usinage, de manutention et de stockage intermédiaire.

1.3.2. Flux logistiques externes

- **Flux d'approvisionnement ou flux amont** : circulation des matières et consommables depuis le Magasin du fournisseur jusqu'au magasin de l'entreprise cliente.
- **Flux de distribution ou flux aval** : circulation des produits finis ou semi-finis de l'entrepôt de l'entreprise jusqu'à ce lui d'une autre entreprise cliente.

Selon la méthode d'approvisionnement choisie dans le processus, les flux logistiques peuvent prendre différentes formes. C'est ainsi qu'on distingue : Les flux *poussés*, les flux *tirés*, les flux *tendus* et les flux *synchrones*.

1.4. Les objectifs de la logistique

La logistique et sa gestion jouent un rôle clé, et ont un impact significatif sur le bien-être de l'entreprise et sur l'économie du pays. L'objectif de la logistique est de livrer systématiquement la bonne quantité du bon produit au client, dans le bon état, au lieu, à l'heure et au prix requis. L'efficacité et l'efficience avec lesquelles une entreprise et sa fonction logistique y parviennent ont un impact significatif sur la compétitivité et le succès de l'entreprise.

1.4.1. La gestion et l'optimisation des flux

La logistique recommande d'établir une fonctionnalité optimale en employant des stratégies basées sur l'équilibre entre les boucles de production et de vente. Elle s'intéresse à toute la chaîne de vie du produit jusqu'au client final, afin de mettre en place des circuits efficaces et économiques dans l'organisation et les ressources humaines. Ceux-ci prennent en compte⁶ :

- **Les flux entrants** : approvisionnement et contrôle de qualité, commande, réception, stockage entre les étapes,...etc.
- **Les flux sortants** : stockage des produits, conditionnement, envoi, tri,...etc.
- **Les flux d'informations** : carnet de commandes, précommandes, fichiers clients, plannings, retours et services après-vente,...etc.

1.4.2. Le cost control

La logistique a une fonction globale et transversale qui permet l'adaptation stratégique et coordonnées des achats de matière ou de produits (dépenses), des temps de stockage (immobilisation de capitaux), et de distribution (libération d'espace). Les systèmes de fonctionnement que la logistique développe permettent donc une planification en temps réel qui assure une gestion optimale des coûts.

Grâce à une entreprise logistique, on est par exemple en mesure de connaître le prix d'achat idéal des produits et articles pour la rentabilité de l'activité : achetés en très grande quantités, et donc à très bas prix, ils sont susceptibles de périmer ou de finalement coûter cher en stockage. La chaîne logistique permet de déterminer la quantité et le prix optimum, en fonction de la nature du produit (périssable, volumineux, durée de stockage). Elle permet également de rationaliser les dépenses liées à la distribution physique : conditionnement, stockage, manutention, transport, après-vente. En plus de l'opérationnel, une entreprise logistique fournit donc de précieux conseils logistiques pour permettre aux professionnels de se concentrer sur leur cœur de métier.

1.5. Le rôle de la logistique dans l'entreprise

A mesure que le marché s'ouvre, le succès de toutes entreprises repose sur ses capacités à se différencier de ses concurrents en proposant de meilleures offres commerciales aux clients (optimisation des coûts et des délais) tout en générant des bénéfices. Dans ce contexte, la logistique est à la fois une arme stratégique offensive et une arme stratégique défensive. De nombreuses études ont montré que les entreprises les plus avancées en matière de logistique sont

⁶<https://www.stock-az.fr/faq/but-logistique/> , consulté le : 22/05/2022 à 22:20

aussi celles qui occupent les meilleures positions concurrentielles. Alors qu'elle est un levier de performance.

1.6. La performance logistique

C'est en gestion que la place de la performance apparaît capitale. De très nombreuses recherches s'intéressent à l'influence d'un paramètre particulier sur la performance d'une organisation, celle-ci étant le plus souvent évaluée en termes de résultats financiers ou commerciaux.

Peu de résultats sur la performance logistique sont mis en évidence et lorsque c'est le cas, ils sont la plupart du temps de nature financière⁷ ou ne prennent en considération que les dimensions temps et/ou espace⁸.

Toutefois, face à un environnement de plus en plus complexe et turbulent, des publications relativement convergentes tendent à indiquer que l'efficacité d'une chaîne logistique globale se mesure à laune de son niveau de réactivité, de reconfiguration rapide des processus, d'élimination des gaspillages et d'intelligence. Pour Mesnard et Dupont, les piliers d'une logistique performante sont de quatre ordres :

- la réactivité, c'est à dire la vitesse à laquelle le système répond aux perturbations.
- l'agilité, c'est à dire la vitesse à laquelle le système adopte sa structure de coûts.
- l'efficacité, soit l'élimination de toute forme de gaspillage.
- l'intelligence, à savoir l'exploitation maximale de toutes les informations⁹.

2. Notions sur la chaîne logistique

2.1. Définition de la supply chaine

Le Cambridge Dictionary définit la supply chaine ainsi : « the system of people and things that are involved in getting a product from the place where it is made to the person who buys it », ce qui pourrait être traduit en français par « un système de personnes et d'éléments impliqués dans la fourniture d'un produit depuis son lieu de production jusqu'à son acheteur »¹⁰.

Nous pouvons citer les définitions suivantes issues de la littérature :

"La chaîne logistique est un réseau d'installations qui assure les fonctions d'approvisionnement en matières premières, de transformation de ces matières premières en composants puis en produits finis, et de distribution du produit fini vers le client."¹¹

"Une chaîne logistique est un ensemble de deux ou plusieurs entreprises liées par des flux de marchandises, d'informations et financiers."¹²

⁷Cadiou, 1995 ; Jaffeux, 1997

⁸Fabbe-Costes, 1991 ; Fiore, 1995

⁹AntjeBurmeister, FaridahDjellal, C. Meunier, F. Payen, Thomas Zérroual, Performance logistique et développement de l'entreprise, Hall open science université, 13 Déc 2010.

¹⁰David Annotel, Thierry Fara, Sébastien Freidig, Christophe Roucoule, Optimiser la chaînelogistiqued'un serviced'industrie et desecourspar le supplychain management, l'École Nationale Supérieure des Officiers de Sapeurs-Pompiers, France, décembre 2018.

¹¹Lee et al., 1993

¹²Tsay et al., 1999

“La chaîne logistique d'un produit fini se définit comme l'ensemble des entreprises qui interviennent dans les processus d'approvisionnement en composants, de fabrication, de distribution et de vente du produit, du premier des fournisseurs au client ultime¹³¹⁴.”

2.2. Les flux de la chaîne logistique

2.2.1. Les flux physiques

Les flux physiques décrivent les matières qui circulent entre les différents maillons de la chaîne. Ces matières peuvent être des composants, des produits semi-finis, des produits finis ou des pièces de rechanges. Ces flux constituent le cœur d'une chaîne logistique, sans lesquels les autres flux n'existeraient pas¹⁵.

2.2.2. Les flux d'informations

Le flux d'information représente l'ensemble des transferts ou d'échanges de données entre les différents acteurs de la chaîne logistique, il s'agit, en premier lieu, des informations commerciales, notamment les commandes passées entre les clients et fournisseurs. Une commande comprend généralement la référence du produit, la quantité commandée, la date de livraison souhaitée et le prix éventuellement négocié lors de la vente. D'autres éléments peuvent s'ajouter à cette liste des options désirées pour le produit, la fréquence si besoin livraison, mais les entreprises s'échangent aussi des informations plus techniques : paramètre physique du produit, gamme opératoire, capacités de production et éventuellement de transport, informations de suivi des niveaux de stock. Ces dernières sont de plus en plus réclamées par les clients qui souhaitent connaître l'état d'avancement de la fabrication de leur produit. De manière plus générale, le principe de traçabilité se traduit par un endroit de regard accru du client envers le fournisseur.

Le flux d'information est de plus en plus rapide grâce aux progrès technologiques. Le développement des flux d'informations au sein de la chaîne logistique trouve ses limites dans le besoin de confidentialité entre acteurs. Par ailleurs, le problème de qualité des données véhiculées subsiste, et le risque existe que des décisions soient basées sur des données erronées ou simplement périmées¹⁶.

¹³Rota- Franz et al., 2001

¹⁴Laurent Buzon, « Contribution à la structuration des échanges de connaissances dans le cadre de relations de collaboration dans les chaînes logistiques » Thèse de doctorat d'Informatique, Université Lumière Lyon 2, P 12 , Le 8 décembre 2006.

¹⁵Merzouk, 2007

¹⁶Mohamed ZiedBabai, « Politique de pilotage de flux dans les chaînes logistiques : impact de l'utilisation des prévisions sur la gestion des stocks », thèse grade de doctorat, Paris, 2005, P 8.

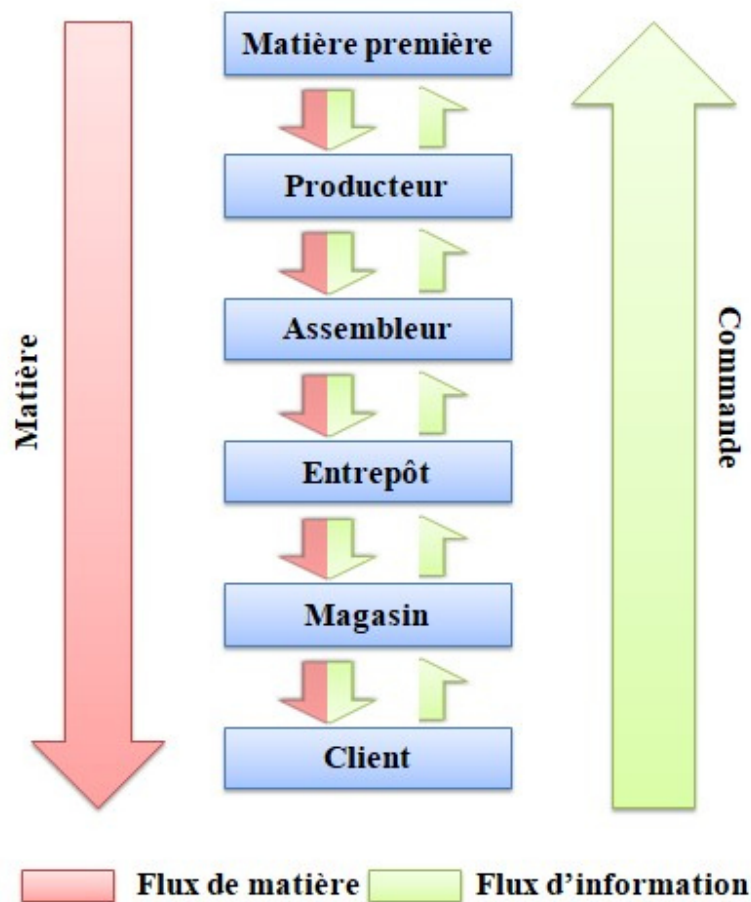


Figure.02 : Découpage traditionnel des flux de matière et d'information dans la chaîne.

Source : inspirée de (Greis et Kasarda, 1997).par nos soins.

2.2.3. Les flux financiers

Ces flux sont créés avec les différentes activités que subissent les flux physiques, tel que la production, le transport, le stockage, le recyclage,...etc. Ils sont également utilisés comme un indicateur de performance du fonctionnement de ces activités.

Les flux monétaires visant à satisfaire les acteurs ayant participé au fonctionnement de la chaîne logistique. Ils se composent en 4 processus :

- Le processus payé (fournisseur),
- Le processus facturé (les produits aux clients),
- Le processus encaissé (l'argent issue de la transaction du flux physique),
- Le processus budgété (prévoir des variations et le niveau du flux financier)¹⁷.

¹⁷NaimaLgarch, Edition 1, Quelques Notions Logistiques, Page 4,6.

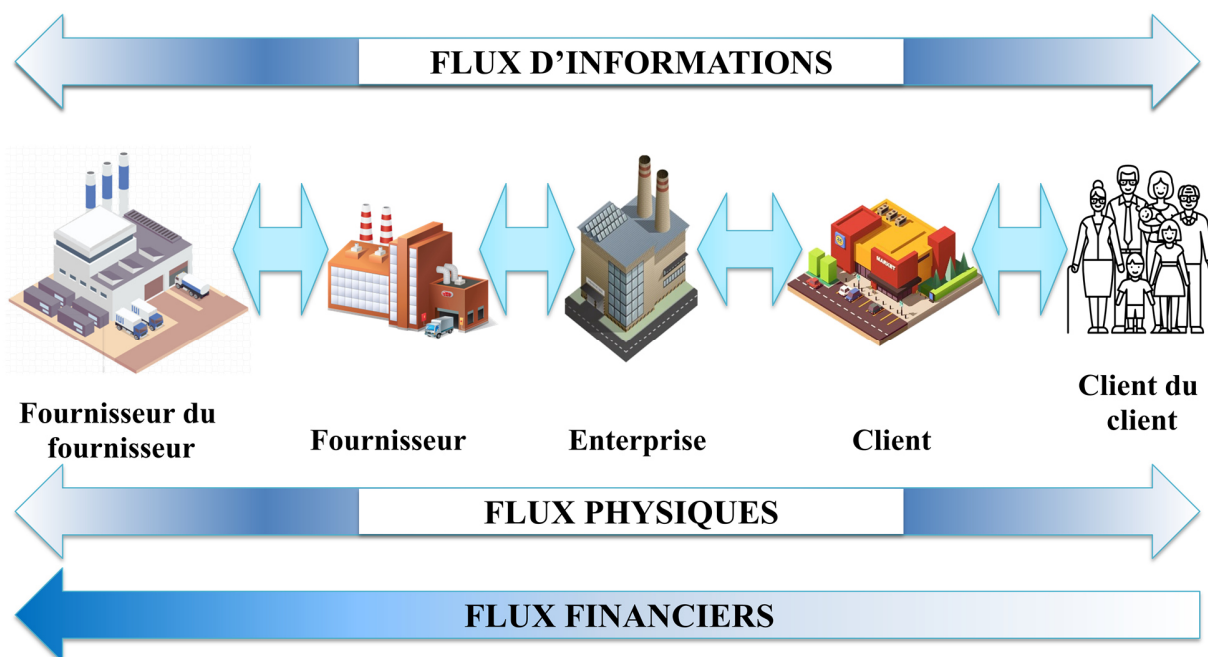


Figure.03 : Les flux dans la chaîne logistique.

Source : par nos soins.

3. Activités d'une chaîne logistique

Parmi les principales fonctions des chaînes logistiques, nous distinguons :

- **L'approvisionnement** : Celui-ci constitue un moyen potentiel pour améliorer la qualité des produits fabriqués en réduisant leurs coûts et par conséquent leurs prix. Les matières et les composants approvisionnés constituent 60% à 70% de coûts des produits fabriqués dans presque toutes les entreprises¹⁸. Les délais de livraison des fournisseurs et la fiabilité de la distribution influent plus que le temps de production sur le niveau de stockage ainsi que le niveau de service de chaque fabricant¹⁹.

- **La production** : Le processus de production concerne l'ensemble des transformations que vont subir les composants pour réaliser les produits finis. Il peut s'agir de fabrication ou d'assemblage des produits semi-finis.

- **Le stockage** : Des entrepôts ou des zones de stockage peuvent être nécessaires le long de la chaîne pour donner de la souplesse dans la production.

- **La distribution et le transport** : Au niveau des chaînes logistiques, les problèmes de distribution et de transport sont vus sous plusieurs angles. Certaines recherches ont étudiés le problème de cheminement des véhicules au sein de la chaîne en essayant d'optimiser les circuits qu'ils peuvent suivre, d'autres se sont concentrés sur les moyens de transport qui optimisent la distribution. D'autres s'intéressaient aux quantités de produits qui doivent être distribués aux clients et à la stratégie minimisant les coûts de transport et de stockage sur l'ensemble de la chaîne.

¹⁸Ouzizi, 2005.

¹⁹Harmon, 1992.

• **La vente** : Il s'agit d'unités de distribution et de vente des produits. Le processus vente, mis en œuvre par le service commercial, développe les relations envers le client (négociation des prix et des délais, enregistrement des commandes, ...etc) et par extension, recherche une meilleure connaissance du marché²⁰.

Le modèle SCOR explique également les activités de la chaîne logistique (the Supply Chain Operations Reference model), modèle de référence du Supply Chain Council (Supplychain Council, 2006), où l'on distingue cinq processus.

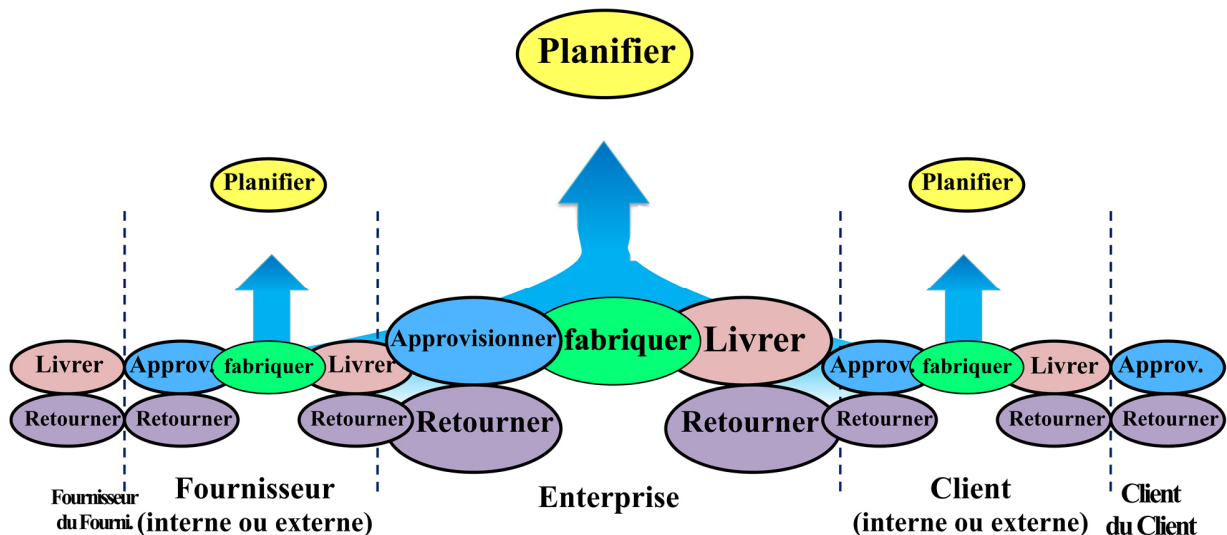


Figure.04 : Description de la chaîne logistique par le modèle SCOR.

Source : SCOR, 2005, réalisé par nos soins.

- **La planification** : qui correspond à la mise en adéquation des capacités avec la demande.
- **L'approvisionnement** : qui regroupe l'ensemble des actions qui concourent à la mise à disposition de matière.
- **La fabrication** : qui contient l'ensemble des actions de transformation du produit.
- **La Distribution (ou la livraison)** : qui correspond à l'ensemble des étapes qui permettent de livrer le produit conformément à la demande (gestion des commandes, stocks, transport,...).
- **Le retour** : qui regroupe les activités de pilotage des flux de retour des produits.

²⁰Imane Bouhaddou, Vers une optimisation de la chaîne logistique : proposition de modèles conceptuels basés sur le PLM (Product Lifecycle Management), Université du Havre, 25 Oct 2017, France, P 26.

4. Définitions de gestion de la chaîne logistique « supplychain management »SCM

Arrivée à maturité, la supplychain a poursuivi son intégration dans l'entreprise. C'est ainsi qu'au début des années 90, le terme de supplychain management (SCM) a fait son apparition. Littéralement, la traduction peut en être pilotage de la chaîne logistique. Cependant de très nombreuses définitions ou approches existent dans la littérature anglo-saxonne. Les trois définitions suivantes ont retenu notre attention. « La tâche d'intégrer les unités organisationnelles tout au long de la chaîne logistique et la coordination des flux physiques et d'informations dans le but de satisfaire la demande du client (final) en ayant pour but d'améliorer la compétitivité de la chaîne dans son ensemble »²¹.

« Faire du SCM signifie que l'on cherche à intégrer l'ensemble des moyens internes et externes pour répondre à la demande des clients. L'objectif est d'optimiser de manière simultanée, et non plus séquentielle, l'ensemble des processus logistiques »²².

« Le SCM englobe la planification et la gestion de toutes les activités liées à l'approvisionnement et l'achat, la transformation, et toutes les activités de management logistique. [...] la coordination et la collaboration avec les partenaires de la chaîne, qui peuvent être des fournisseurs [...] des prestataires logistiques et des clients. En substance, le supplychain management combine la gestion de l'offre et de la demande au sein d'une entreprise et entre les entreprises »²³.

[Simchi-Levi et al.] a défini la gestion de la chaîne logistique comme suit : « La gestion des chaînes logistiques est un ensemble d'approches utilisées pour intégrer efficacement les fournisseurs, les producteurs, les distributeurs, de manière à ce que la marchandise soit produite et distribuée à la bonne quantité, au bon endroit et au bon moment dans le but de minimiser les coûts et d'assurer le niveau de service requis par le client. »²⁴

5. Les principes du supplychain management

5.1. L'intégration de la chaîne logistique

Avant la naissance du concept de supplychain et de son développement jusqu'à la notion de supplychain management, les acteurs de la chaîne d'approvisionnement prévoyaient les ventes et la production en fonction des prévisions calculées par le niveau précédent. Ainsi, c'est tout d'abord le fournisseur direct du consommateur, c'est-à-dire le distributeur, qui va prévoir les ventes prochaines sur une période en se basant sur les sorties de caisse. Il va ensuite transmettre ses prévisions à son fournisseur qui va, à son tour, établir des prévisions de ventes en partant de celles de son client mais en prévoyant une marge d'erreur (10 % environ). De même, chaque intervenant de la chaîne va réaliser ses prévisions en les augmentant de 10 % afin d'être capable de répondre à la demande. C'est ce qu'on appelle le « bull whip effect », ou effet coup de fouet, qui induit des frais pour chaque agent. Chacun détiendra un stock d'inventus dans la majorité des

²¹Stadtler et Kilger, Supply Chain Management and Advanced Planning, Springer, 2005, P 512 .

²²Rotta-Franz, Thierry et Bel, Gestion des flux dans les chaînes logistiques, Hermès, 2001, P 186.

²³Définition du « Council of Supply Chain Management Professionnals » (équivalent américain de l'ASLOG).

²⁴Pierre Medan, Anne Gratacap, op ci, P 15.

cas ou une incapacité à répondre aux besoins. Dans ce type de gestion, les entreprises étaient dans la plupart des situations perdantes. Pour comprendre cette notion, le Massachusetts « Institut of Technology » a développé un jeu dans les années 60, dénommé le « Beer Game »²⁵.

Cette simulation permet, à travers le pilotage d'une chaîne logistique, de démontrer l'importance des flux d'informations. La tendance actuelle est donc à l'intégration de l'information sans intermédiaire avec une mise à jour en temps réel. L'ensemble des acteurs obtient les mêmes informations au même instant. Ces flux d'informations peuvent être constitués d'une multitude d'éléments dont nous pouvons citer principalement : le transport (géolocalisation des véhicules), les stocks (états en temps réel), les commandes (en ligne ou automatisées)²⁶.

5.2. L'optimisation des processus

La définition et la mise en œuvre d'une véritable chaîne de valeur ne peut pas se limiter à une amélioration de la « logistique » réduite au transport ou au stockage. Elle doit résulter d'une stratégie mise en œuvre par la direction générale de l'établissement, renforcée au besoin par le vote de l'organe délibérant.

5.2.1. La prise de décision dans la chaîne logistique

Les orientations retenues doivent aboutir à un ensemble de décisions établies selon 3 niveaux hiérarchiques :

5.2.1.a. les décisions stratégiques

Le management stratégique est un processus itératif qui commence par l'élaboration d'une stratégie globale au niveau de l'entreprise pour guider l'ensemble de l'organisation. Les décisions stratégiques déterminent le domaine d'activité et la conception de la CL au cours d'une série d'années à venir. Elles fournissent l'environnement dans lequel les décisions tactiques et opérationnelles seront exécutées. Ce sont des décisions à long terme qui prescrivent la localisation géographique, les capacités et les technologies de production des installations (ex. usines, entrepôts) à ouvrir. Par ces décisions stratégiques, l'entreprise détermine le niveau de performance attendu qui est lié au degré de flexibilité de son système de production pour répondre à une demande. Cette dernière est définie en fonction d'une diversité (portefeuille de produits) et d'une variation temporelle données.

5.2.1.b. les décisions opérationnelles

Les décisions opérationnelles nous intéressent plus particulièrement. Elles sont prises pour mettre en application les objectifs prévus par le planning tactique. Elles correspondent à des décisions à court terme ayant un impact sur un horizon court allant de quelques jours à quelques semaines. Elles concernent la gestion quotidienne des ressources, la programmation des tâches dans les unités de production et l'affectation des opérateurs aux tâches,... etc.

²⁵cf. annexe 3 – Présentation du « Beer Game » et du « BullwhipEffect ».

²⁶ S. Veronneau, L'information dans la chaîne logistique, Revue française de gestion n°186, 2008, p 149- 161.

Dans la littérature, les décisions opérationnelles font souvent référencer aux décisions de programmation et d'ordonnancement. Elles portent principalement sur les détails des opérations, l'affectation des ressources, les détails de la gestion des stocks et l'acheminement des livraisons, afin de garantir l'efficacité des opérations et l'optimisation des flux de produits tout au long des chaînes de production. En d'autres termes, au niveau opérationnel, la question est de savoir quand effectuer une tâche de fabrication et dans quelle installation afin que les délais de livraison soient respectés dans toute la mesure du possible. Étant donné les contraintes établies par la configuration stratégique des ressources permanentes et les politiques de planification à moyen terme, au niveau opérationnel, il s'agit de garantir l'utilisation efficace des installations de la CL et de maximiser le profit des opérations à court terme

En outre, les décisions opérationnelles sont généralement décentralisées et prises sur un périmètre limité d'un système physique, même si l'impact de leurs conséquences peut se propager sur un périmètre plus large de la CL affectant ainsi sa performance globale. Les décisions opérationnelles sont également révisées et ajustées fréquemment en raison de la structure dynamique des conditions internes et externes des CLs.

Au niveau opérationnel « la procédure de prise de décision intervient durant la production de deux façons : de façon périodique ou événementielle »²⁷. Dans le premier cas, le processus de prise de décision est déclenché d'une façon régulière et périodique. Dans le second cas, le déclenchement du processus de décision est lié à l'apparition de certains événements (franchissement d'un point de commande en gestion des approvisionnements, incident de production,...etc.).

Chaque décision prise par l'entreprise peut être classée selon deux dimensions qui sont depuis longtemps associées à la théorie économique de l'entreprise: le degré d'engagement, et le champ d'action de l'entreprise. Le degré d'engagement est mesuré par le degré de réversibilité d'une décision prise ; certaines décisions sont très coûteuses à annuler. Le champ d'action de l'entreprise fait souvent référence aux choix des produits, des services, des activités et des marchés de l'entreprise.

5.2.1.c. Les décisions tactiques

S'intéressent à des problématiques de planification sur un horizon à moyen terme de quelques mois. Elles consistent « à occuper le mieux possible les entités physiques du réseau Supply Chain et à configurer les flux de cette dernière »²⁸. En considérant le design et les contraintes de capacité, déterminées au niveau stratégique, les décisions tactiques prescrivent l'affectation des produits aux usines de production, l'affectation des commandes client aux installations, la détermination des objectifs en termes de niveaux de production et de stocks dans chaque entité et les questions d'approvisionnement,...etc²⁹.

« Le suivi de la mise en œuvre et le retour d'expérience sur les actions d'entreprises viennent nourrir régulièrement de leur contenu concret la réflexion stratégique »³⁰. Par exemple,

²⁷Mirdamadi, 2009

²⁸Féniès, 2004

²⁹Ganeshan et al., 1999 ; Schmidt et Wilhelm, 2000 ; Mula et al., 2010 ; Maravelias et Sung 2009

³⁰Demeestère et al., 2017

il est important de déterminer une mesure du niveau de service clientèle, qui peut être obtenue au niveau tactique, et de la fournir en retour au niveau stratégique afin d'améliorer ce niveau de service en fournissant une conception de réseau plus réactive³¹.

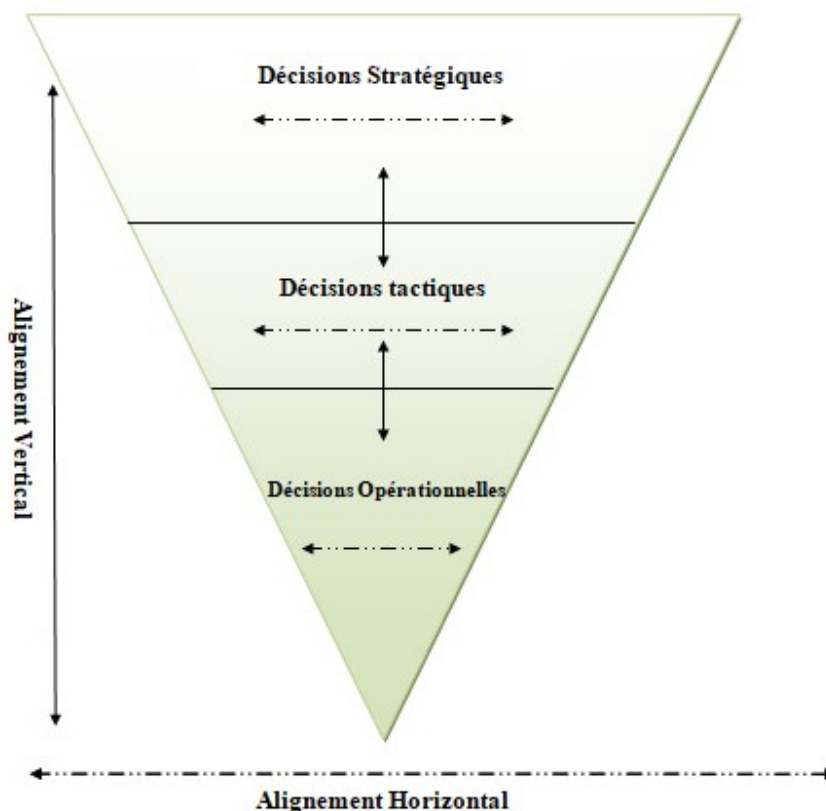


Figure.05 : Dimensions de l'alignement de la CL.

Source : Par nos soins.

5.2.2. Les indicateurs de performance

Un indicateur de performance est défini comme « une donnée quantifiée qui mesure l'efficacité de tout ou partie d'un processus ou d'un système, par rapport à une norme, un plan ou un objectif qui aura été déterminé et accepté, dans le cadre d'une stratégie d'ensemble »³².

Les indicateurs de performance sont des outils indispensables pour la prise de décisions. Ils permettent d'évaluer une situation, et de mesurer l'écart entre les objectifs fixés initialement et la réalité du moment. Le choix des indicateurs retenus dépend donc des objectifs initiaux du projet.

³¹Najat Bara, Modèles d'aide à la décision en Supply Chain Management et valorisation économique : principes méthodologiques et applications, Université Paris I Panthéon Sorbonne, Paris, 10 DÉC 2020.

³²Alain Courtois et Chantal Bonnefous, Indicateurs de performance, Hermès, 2001, P 285.

Nous pouvons classer les principaux indicateurs utilisables par les SIS (Service d'Incendie et de Secours) en deux catégories :

5.2.2.a. les indicateurs financiers

Valeur du stock quel que soit son emplacement, masse salariale de l'ensemble des acteurs de la chaîne logistique, coût global reprenant les indicateurs précédents en y ajoutant le coût des plateformes, du transport, des équipements administratifs et informatiques, les frais financiers,...etc.

5.2.2.b. les indicateurs de satisfaction du client

Taux de service (*nombre de commandes honorées / nombre total de commandes*), lead time, réactivité face aux demandes de livraison urgente.³³

5.3. Les mesures de la performance de la chaîne logistique

La performance d'une organisation est le résultat de toutes les décisions prises et mises en œuvre. La mesure de la performance repose sur deux dimensions, l'efficacité et l'efficience.

a- L'efficacité : Est l'adéquation des moyens choisis et appliqués en vue d'atteindre une fin. Une organisation est dite efficace si ses clients sont satisfaits en termes de caractéristiques de produits livrés, de la réactivité (respect des délais de livraison) et de la qualité des produits. La mesure de l'efficacité est généralement traduite par un critère physique à minimiser (délais de livraison, nombre de pièces non conformes,...etc.) ou à maximiser (ex. taux de service).

b- L'Efficience : vise l'efficacité au moindre coût. L'efficience est reflétée par les marges d'exploitation de l'entreprise. Clark (1921) lie l'efficacité et l'efficience, pour lui, un système est inefficent s'il n'est pas cher mais inefficace³⁴.

6. Les tâches de la gestion de la chaîne logistique

6.1. La gestion des stocks et de l'entreposage

Un stock est une réserve permettant de satisfaire une demande provenant soit de la clientèle, on parle alors de stock de produit fini, soit de la production, il s'agira de stocks de matières premières et d'articles consommables, du service entretien et donc du stock de pièces de rechange ou encore du service après-vente soit de stock de pièces détachées. Les stocks restent souvent un mal nécessaire malgré les progrès des transports et de la logistique.

6.2. La distribution

La distribution rassemble l'ensemble des opérations qui visent à mettre un produit ou service à la disposition du consommateur ou de l'utilisateur final, tout au long de la chaîne logistique. Cette opération suit celle de la production, de la fabrication ou de l'importation d'un bien ou d'un service, à partir du moment où il est commercialisé par le producteur, le fabricant ou l'importateur jusqu'au transfert au consommateur ou à l'utilisateur final.

³³Entretien avec M. Fabrice SEGURA - groupe Stanley/Black&Decker, 9 février 2018

³⁴Clark, 1921 ; Moran et Ghoshal, 1999

6.3. Le transport

La logistique du transport est en particulier la gestion de circulation des marchandises. Les principaux aspects de la chaîne du transport des marchandises figurent parmi les activités de transport local, national et international selon les différents modes de transport : terrestre, ferroviaire, maritime, aérien ou intermodal.

6.4. L'importation et l'exportation

Le service import/ export est présent pour permettre l'application de la réglementation douanière propre à chaque pays hôte. Un certain nombre de spécificités existent donc dans chaque secteur pour régir ces particularités. Les fonctions de base sont toutefois identiques et reprennent pour les échanges extranationaux les activités gérant les échanges «standards ».

Les import/export vont assister les achats dans le choix des partenaires commerciaux (transporteurs, transitaires...) du mode de transport et des incoterms les plus appropriés à une commande donnée.³⁵

Conclusion

Lors de l'élaboration du chapitre 1, nous avons découvert que l'efficacité de la *chaîne logistique* est devenue un enjeu majeur pour les entreprises, car c'est à la fois un *générateur d'économies* et un *différenciateur de la concurrence*. En termes de réactivité et de service client, c'est au cœur de vous assurer de vous démarquer de la concurrence. Par des économies de coûts, une intervention de la chaîne d'approvisionnement dans la réduction des stocks, une utilisation rationnelle des boucles d'approvisionnement et de distribution, etc., cela génère des coûts importants pour l'entreprise appliquant la chaîne d'approvisionnement, ce qui donne à l'entreprise un avantage sur ses concurrents.

³⁵Marchel (A) : « logistique globale », ellipses, édition Marketing S.A, 2006, P.31.

Chapitre 02 :
L'impact de la
pandémie sur la
logistique et la chaine
logistique Mondiale

Chapitre II : L'impact de la pandémie sur la logistique et la chaîne logistique Mondiale

Introduction

L'année 2019 s'est terminée avec l'annonce d'une épidémie d'une mystérieuse maladie respiratoire dans la ville chinoise de Wuhan. Depuis lors, le virus, officiellement connu sous le nom de "COVID-19", s'est propagé dans plus de 200 pays et régions du monde au 31 décembre, touchant plus de 85 millions de personnes et causant plus de 1,87 million de décès. , 2020. En plus des vies humaines, la pandémie a gravement touché l'économie mondiale, provoquant la pire contraction économique depuis la Grande Dépression, l'interdépendance des économies du fait de la mondialisation des échanges, a créé des dépendances critiques.

La pandémie de COVID-19 a révélé l'importance stratégique de la logistique dans les chaînes de valeur des entreprises, mais aussi ses vulnérabilités. Je vais donc analyser et étudier la situation des entreprises mondiales, l'économie mondiale et sa réaction à ce virus au moment de la pandémie.

Section01 : Généralités sur la pandémie Covid-19

1. Définitions de la pandémie Covid-19

La Covid-19 est une maladie infectieuse, très contagieuse, causée par un coronavirus³⁷, de transmission principalement aérienne, à l'origine d'une pandémie mondiale conduit à confiner plus de 3 milliards de personnes au printemps 2020.

Cette maladie, dont les symptômes peuvent être bénins, notamment chez les jeunes, risque, dans ses formes graves, d'atteindre plusieurs organes et de conduire à une détresse respiratoire, voire au décès, particulièrement chez les personnes âgées ou fragiles. Elle est difficile à distinguer, dans ses formes légères, d'un rhume ou d'une grippe et s'accompagne souvent d'anosmie sans obstruction nasale³⁸.

Les pandémies dans l'histoire ... au Coronavirus ! Dolla Karam Sarkis Vice-recteur à la recherche Professeur de microbiologie³⁹.

2. Les pandémies dans l'histoire ... au Coronavirus !

Parler des épidémies, alors qu'on pensait que les grandes épidémies meurtrières ont disparu à jamais, nous a automatiquement incités à remonter à l'histoire de l'humanité, au temps où Homo Sapiens vivait libre en chassant et se déplaçant dans une terre pas aussi peuplée. Des

³⁷le SARS-CoV-2, identifié en 2019

³⁸ Dictionnaire de LAROSSE, édition 2021, covid-19.

³⁹Karam Sarkise,2021.texte scientifique.(site internet)<https://www.auf.org/wp-content/uploads/2021/03/D.-Karam-Sarkis-II-e%CC%81t-une-fois.pdf>.

siècles plus tard, ce même bipède a délaissé la chasse au profit de l'agriculture, qui fût une vraie révolution mais qui l'a transformé à jamais : l'homme libre solitaire est devenu esclave de ses plantations, obligé de se fixer lui et sa descendance ; c'est le début de la vie communautaire à l'origine des endémies, épidémies et pandémies.

En effet, depuis l'antiquité, Le bilan des maladies infectieuses transmissibles fût lourd pour l'humanité. Parlons de quelques-unes :

La lèpre est citée dans la Bible ; elle était considérée comme un châtement divin et non une maladie qu'on doit chercher à guérir. Le lépreux était pour la communauté un être impur, à écarter absolument. C'est cette injustice face à la maladie qui fût à l'origine de l'action de Mère Teresa de Calcutta, qui a fini sa vie avec les lépreux en Indes.

Les pandémies les plus récentes dans notre mémoire et documentées furent celles de la **peste**, le **choléra**, la **grippe espagnole**, le **SIDA**, la réémergence de la **grippe espagnole**, **Ebola** et enfin celle du **CORONA virus- nouveau**.

La peste, évoquée dans l'Ancien Testament, des centaines d'années plus tard a fait des ravages chez les Grecs et les Romains de l'antiquité et a sévi pendant des siècles notamment en Europe. L'agent causal, une bactérie a été découverte à l'Institut Pasteur en 1894 par monsieur Yersin.

La **syphilis**, maladie sexuellement transmissible, serait originaire des Amériques et aurait été importée en Europe après la conquête de Christophe Colomb. Apparue au 16ème siècle, ce fléau a fait des ravages inouïs au 19ème siècle. De nombreuses personnalités ont été contaminées comme Baudelaire, Maupassant, Daudet et bien d'autres. La syphilis épidémique a été éradiquée avec la découverte de la pénicilline en 1943.

La **grippe espagnole** qui a sévi en Europe entre 1918 et 1920 est due à une souche du virus de la grippe (H1N1) particulièrement virulente et a fait 40 Millions de morts.

Le **SIDA** apparaît en 1981. Le Syndrome d'Immunodéficience Acquis est consécutif à la destruction des cellules du système immunitaire par un virus : le VIH. La pandémie a causé la mort d'environ 32 millions de personnes, essentiellement en 2 continents à savoir l'Asie et l'Afrique. La panique et la maladie ont été relativement maîtrisées depuis que la transmission s'est avérée limitée au sang et aux humeurs.

La réémergence du virus Ebola (en Afrique), due à la déforestation et d'autres changements **non-écologiques**, s'est limitée au continent africain.

Et puis est réapparu le « Corona virus » (aspect de couronne), qui s'est transformé d'un virus banal à l'origine d'un simple syndrome grippal à un monstre dont l'impact ressemble à une guerre microbiologique... du SRAS au MERS au CORONA-nouveau, agent de la COVID-19 et la pandémie éclate. Le SRAS (Syndrome Respiratoire Aigu Sévère) dû au virus SARS-CoV, de la famille des coronavirus est apparu en 2007, comme une détresse respiratoire qui a causé peu de cas et puis plus rien. Le MERS, (Middle East RespiratorySyndrom) apparu en 2012, parmi les pèlerins en Arabie, probablement transmis par les chameaux mais le nombre de cas est resté limité et localisé.

Là, il est bon de préciser que l'Asie du sud-ouest est connue être le fournisseur mondial en virus respiratoires nouveaux : tous les ans on attend les nouveaux virus de la grippe pour préparer le vaccin grippal. Pourquoi alors le virus Corona nouveau et pourquoi la pandémie a la COVID - 19 ?

Les premiers cas apparus en Chine n'ont été rapportés qu'en décembre 2019, mais rapidement, les cas sont apparus dans tous les pays du monde, l'un après l'autre sans aucune exception. Enfin l'OMS sonne le glas d'une pandémie comparable à celle de la grippe espagnole de 1918. D'un virus banal à un mutant dangereux, tous les scénarios étaient envisageables, même celui du complot ...qui a fait couler beaucoup d'encre. Quoique qu'il en soit, le virus identifié serait un mutant de son ancêtre peu virulent et cause une nouvelle maladie par sa transmission et surtout par sa pathologie incomparable à aucune autre connue auparavant.

La source de ce virus serait peut-être les chauves-souris et / ou le pangolin, deux espèces animales hébergeant des coronavirus très proches du SARS-CoV-2. Le problème est que ce nouveau virus fut à l'origine d'une nouvelle pathologie qui a fait que la médecine a pataugé avant de savoir comment gérer les malades qui en sont atteints...

3. La logistique pharmaceutique

La logistique pharmaceutique est chargée de stocker et de distribuer des médicaments, des principes actifs et d'autres produits biologiques du fournisseur au point de vente final. Il convient de signaler que les produits pharmaceutiques nécessitent des conditions de conservation spéciales, par conséquent, ils sont soumis à un contrôle strict qui garantit une consommation sans risques.

Voici les principales caractéristiques de la logistique pharmaceutique :

- **Traçabilité logistique maximale et contrôle d'inventaire:** comme mesure préventive, ces deux aspects sont pensés pour identifier rapidement les lots de médicaments au cas où ils présenteraient une quelconque anomalie ou irrégularité.
- **Un contrôle qualité exigeant:** la bonne conservation des produits pharmaceutiques exige la mise en place de procédures et de zones spéciales dans l'entrepôt. Nous citons, à titre d'exemple, les zones de quarantaine ou de stérilisation, conçues pour stocker les médicaments et les autres produits médicaux exempts de microorganismes.
- **Stockage et transport de produits dans des conditions spéciales:** il est indispensable d'éviter la rupture de la chaîne du froid des vaccins et des médicaments thermolabiles. Il est également nécessaire de prévenir la contamination du matériel médico-sanitaire ou même le vol des produits.
- **Délais de livraison serrés:** il s'agit généralement de marchandises de haute valeur qui exigent très souvent une livraison urgente, raison pour laquelle il est fondamental d'atteindre la précision maximale dans le transport.

3.1. La chaîne logistique du froid

La «*chaîne du froid*» est définie comme l'ensemble des processus qui assurent une température de sécurité comprise entre +2° et +8 °Celsius (C) des vaccins, lors de leur transport, leur stockage et leur manipulation.

Cette appellation de « chaîne » met en évidence l'importance de chaque maillon du cycle de vie d'un vaccin donné, de sa production à son administration à un patient. Une rupture de la chaîne du froid, c'est-à-dire une exclusion de température en dehors de la plage +2° et +8 °C, altère (impacte négativement) la qualité des vaccins.

En effet, la chaleur a tendance à rendre inactif les vaccins, tandis que toute congélation rend totalement inefficace la plupart des vaccins. En conséquence, c'est la qualité de la vaccination en elle-même qui s'en trouve compromise, avec tout ce que cela implique :

- efficacité vaccinale réduite.
- augmentation des échecs vaccinaux entraînant :
 - Risque accru d'épidémie.
 - Perte de confiance de la population et des professionnels à l'égard de la vaccination.
- hausse des coûts du Programme de Vaccination.

Cependant, la capacité des vaccins, à résister à des écarts de températures, dépend aussi de leur composition spécifique et de leurs propriétés de stabilité. Par ailleurs, la durée de l'exposition et l'ampleur de l'exclusion (dépassement des limites) de température sont des facteurs déterminants dans la décision d'écarter ou non les vaccins concernés, tout comme la répétition de ruptures sur une même dose de vaccin. Dès lors, il ne faut jamais prendre d'initiative de les détruire ou de les conserver, mais **respecter strictement les modalités prévues** dans ce guide.

Dans le chef de tout centre de vaccination quel qu'il soit, 3 moments sont plus particulièrement critiques en matière de gestion de la chaîne du froid. Il s'agit des phases de:

- réception d'une commande de vaccins.
- entreposage dans le frigo destiné à cette fin.
- préparation des produits destinés à la réalisation d'une séance vaccinale, singulièrement lorsque celle-ci nécessite un transport vers un autre centre de vaccination.⁴⁰

Il est important de tenir compte des principes suivants afin de protéger la chaîne du froid dans l'entrepôt :

- **Optimiser l'espace** : Maximiser la capacité de stockage pour obtenir une plus grande efficacité énergétique et être plus rentable. Dans ce sens, les systèmes de **stockage compact** se distinguent.
- **Automatiser les opérations** : Disposer d'éléments robotisés tels que les convoyeurs ou les transstockeurs permettent de limiter la présence des opérateurs à l'intérieur des chambres froides et de prévenir les risques professionnels. Automatiser le picking

⁴⁰Programme de vaccination de la fédération Wallonie-Bruxelles, Guide de gestion des vaccins et de préservation de la chaîne du froid, Edition 2019.

contribue également à préserver la chaîne du froid. Parallèlement, l'automatisation augmente la performance des opérations dans les chambres froides.

- **Garantir la traçabilité du produit** : Il est essentiel de disposer d'une traçabilité totale et d'un inventaire permanent afin de garantir que les produits sont expédiés dans leur état de conservation optimal.
- **Utiliser un SAS (Security Air- lock System)**: Il s'agit d'une préchambre qui minimise le risque de perte de froid à l'intérieur de l'entrepôt. Il se compose de deux portes qui ne sont jamais ouvertes en même temps, évitant les changements soudains de pression et de température.

3.2. La gestion de la chaîne logistique des vaccins

La chaîne Logistique des vaccins est caractérisée par deux parties principales : le *processus de fabrication* et le *processus de distribution*. (Figure.06) montre une représentation générale de la chaîne logistique des vaccins. Les deux premières étapes (fournisseur et production) peuvent être incluses dans le processus de production, tandis que les trois autres étapes peuvent être incluses dans le processus de livraison.

Apparemment c'est simple lorsque vous regroupez des consommateurs, considérez que les clients et les consommateurs sont au même stade de la chaîne logistique. Cela peut se produire en raison de situations extrêmes dans la chaîne logistique des vaccins affectant les clients, principalement les succursales des établissements de santé publics/privés jusqu'aux consommateurs finaux (patients).⁴¹



Figure 06. Structure de la chaîne Logistique en vaccins. (Par nos soins).

Section02 : La chaîne logistique face à la pandémie covid-19

1. La gestion des crises⁴²

Le monde des crises et des catastrophes est en train de muter pour intégrer de nouveaux risques. La fréquence, la nature et les conséquences de ces événements imprévisibles évoluent⁴³.

Une crise est une situation insolite et brutale qui présente un risque élevé d'instabilité pour l'entreprise et qui implique une gouvernance spécifique afin de revenir à un mode régulier et usuel de fonctionnement⁴⁴. La *gestion de crise* est le processus par lequel une organisation gère

⁴¹<https://www.mecalux.fr/blog/logistique-coronavirus>, Mecalux, 02 juin 2022.

⁴²Boulitama Othman, Rahli Driss & Sabri Karim. L'impact de la COVID-19 sur la chaîne logistique marocaine, Université Hassan II – Casablanca, Page 168, Mai 27, 2021.

⁴³Lagadec&Boin, 1970; Missiroli, 2006; Richard A. Posner, 2016

⁴⁴Shaluf et al., 2001

tout événement imprévisible majeur menaçant de nuire à l'organisation, à ses parties prenantes ou au grand public⁴⁵.

La crise est un phénomène dynamique qui évolue dans le temps et qui présente des caractéristiques communes ⁴⁶:

- L'incertitude et la complexité
- La pression temporelle et la durée de la situation (épuisement des hommes) ;
- Des décisions prises dans l'urgence ;
- Des plans d'urgence dépassés par l'ampleur de la situation ;
- Une mise en œuvre de moyens de secours importants ;
- Une altération des capacités cognitives (de connaissance) des intervenants suite au stress engendré par la situation ;
- Des événements déclencheurs inhabituels provoquant un sentiment de surprise.

La **gestion de la crise** implique la mise en place de **dispositifs opérationnels** (*dispositifs de veille et d'alerte, organisation ad-hoc, plan de sortie de crise, moyens matériels, plan de communication, processus de pilotage...*) permettant de prévoir les modes de fonctionnement et les ressources nécessaires avant, pendant et après la survenance des événements perturbateurs et ainsi réduire l'impact sur l'entreprise et sur ses parties prenantes.

Les stratégies de gestion des crises insistent sur la faculté d'anticipation des risques potentiels. Cette phase de préparation ou de pré-crise, implique une politique préventive permettant de minimiser les dommages probables⁴⁷.

Il s'agit d'identifier les risques pouvant perturber le fonctionnement, la réputation ou les parties prenantes de l'organisation. Elle implique la détection des signaux, la préparation des plans d'action et la formation des équipes.

Pendant la crise, les plans d'action sont mis en œuvre et ajustés afin de réduire au minimum les dommages sur la survie de l'entreprise. L'après-crise est une période de restructuration et de réparation. L'évaluation de la situation vécue doit être programmée afin de renforcer la maturité et la résilience de l'organisation.

2. La chaîne logistique et la gestion des crises

Les événements de crise se produisent plus fréquemment et deviennent de plus en plus graves⁴⁸. En général, les crises survenant dans les chaînes logistiques, représentent de réelles menaces pour les entreprises quelle que ce soit leur taille⁴⁹

Par contre, Khalifa (2019) voit que la crise offre des opportunités et la possibilité de commencer de développer des nouveaux modèles de gestion de crises et d'adopter des stratégies pour les surmonter.

⁴⁵O.Oparanma&Wechie, 2014

⁴⁶Chartier et al., 2010; Evans &Elphick, 2005; Weisath et al., 2002

⁴⁷Coombs&Laufer, 2018

⁴⁸Desoutter&Lavissière, 2018; James &Wooten, 2011;Jeong et al., 2020; Richey, 2009; Wright, 2008

⁴⁹James &Wooten, 2011

Cependant, dans une chaîne logistique, une crise survient lorsque les activités d'un ou de plusieurs maillons de la chaîne sont interrompus, ce qui entraîne une perturbation majeure du flux normal des biens ou des services⁵⁰. L'ampleur de l'effet d'une crise dépend de nombreux facteurs et varie à chaque fois⁵¹. Bien que la crise dans une chaîne logistique soit imprévisible, elle peut ne pas être inattendue⁵². Le processus, consistant à prendre des *décisions proactives*, (pour éviter la crise) et des *décisions réactives* (pour la surmonter), est appelé *gestion de crise*⁵³. La plupart des auteurs⁵⁴ conviennent que, la chaîne logistique mondiale étant devenue plus complexe dans un passé récent.

Le tableau suivant rassemble les principales menaces à la régularité et à la résilience (résistance aux chocs) de la chaîne logistique :

Tableau 1. Catégorie des risques dans la Supply Chain⁵⁵.

Catégorie des risques	Facteur de risque
Perturbations	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Catastrophe naturelle. ▪ Conflit de travail. ▪ Faillite de fournisseurs. ▪ Guerre et terrorisme. ▪ Dépendance à une seule source d'approvisionnement ainsi qu'à la capacité et la réactivité des fournisseurs alternatifs
Retards	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Utilisation élevée des capacités à la source d'approvisionnement ▪ Rigidité de la source d'approvisionnement ▪ Mauvaise qualité ou mauvais rendement à la source d'approvisionnement ▪ Manipulation excessive due au passage des frontières ou au changement dans les modes de transport
Systèmes	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Panne de 'infrastructure d'information ▪ Intégration système ou mise en réseau étendue des systèmes ▪ Commerce électronique
Prévisions	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prévisions inexactes en raison de délais longs, de la saisonnalité, variété de produits, cycles de vie courts, petite clientèle ▪ L'effet coup de fouet (Bullwhip Effect) ou distorsion de l'information due aux ventes promotions, incitations, manque de visibilité de la chaîne d'approvisionnement et exagération de la demande en période de pénurie

⁵⁰Natarajarathinam et al., 2009

⁵¹Lynch, 2009

⁵²Coombs, 2014

⁵³Abe & Hoontrakul, 2015

⁵⁴Perona & Miragliotta, 2004; Serdarasan, 2013

⁵⁵Desoutter & Lavissière, 2018 ; James & Wooten, 2011; Jeong et al., 2020; Richey, 2009; Wright, 2008

⁵⁵James & Wooten, 2011

⁵⁵Natarajarathinam et al., 2009

⁵⁵Lynch, 2009

⁵⁵Coombs, 2014

⁵⁵Abe & Hoontrakul, 2015

⁵⁵Perona & Miragliotta, 2004; Serdarasan, 2013

⁵⁵Chopra & Sodhi, 2014

	de pénurie de produits
Propriété intellectuelle	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Intégration verticale de la chaîne d'approvisionnement ▪ Externalisation et marchés mondiaux
Approvisionnements	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Risque de change ▪ Pourcentage d'une composante clé ou d'une matière première achetée auprès d'une seule source ▪ Utilisation de la capacité à l'échelle de l'industrie ▪ Contrats à long terme par rapport au court terme
Créances	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nombre de clients ▪ Solidité financière des clients
Inventaires	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Taux d'obsolescence des produits ▪ Cout de détention des stocks ▪ Valeur du produit ▪ Incertitude de l'offre et de la demande
Capacités	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cout de capacité ▪ Flexibilité de capacité

3. La chaîne logistique et la crise sanitaire COVID-19 : les degrés de résilience

La pandémie COVID-19 a affecté les chaînes d'approvisionnement à l'échelle planétaire⁵⁶. Elle a constitué un challenge pour la résilience des chaînes logistiques au niveau mondial. L'effet déstabilisateur de la crise a poussé certains chercheurs⁵⁷ à repenser des nouvelles solutions logistiques. Selon le Cabinet Deloitte (2020), les actions des entreprises face à la crise peuvent être rassemblées en *trois groupes* :

- **Niveau 1 : Entreprises ayant anticipé la probabilité d'une crise et se sont préparées à en atténuer les répercussions** : elles ont mis en place des stratégies de gestion proactives pour assurer la continuité de l'exploitation. Ces entreprises ont opté pour une diversification géographique de leur chaîne d'approvisionnement afin de minimiser la dépendance à l'égard d'un fournisseur principal. Elles ont par ailleurs, mis en place des stratégies de gestion et de planification pour éviter les ruptures de stocks et le sur-stockage.
- **Niveau 2 : Entreprises mieux préparées à réagir à la probabilité de la crise** : Ces entreprises ont bâti des liens solides avec leurs environnements externes (fournisseurs, clients). Elles ont mis en place un système capable d'assurer une maîtrise des risques pour avoir un pas d'avance sur les répercussions de la crise. Elles ont investi considérablement pour mettre en place des solutions digitales de planification de la chaîne d'approvisionnement et des systèmes de contrôle pour faire face aux problèmes affectant la chaîne logistique dans son ensemble.
- **Niveau 3 : Entreprises n'ayant pas pu réagir à l'impact de la pandémie** : Ces entreprises dépendent d'une zone géographique ou d'un fournisseur principal pour leur approvisionnement stratégique. Leurs chaînes logistiques ne sont pas suffisamment

⁵⁶Queiroz et al., 2020.

⁵⁷He et al., 2021; Sarkis, 2020

résistantes pour faire face à une perturbation interne ou externe. Elles ne disposent pas de système de gestion ou de planification des stocks et de la production susceptible de les aider à anticiper les ruptures et à optimiser les ressources.

4. La gestion des risques de la chaîne logistique⁵⁸

La pandémie de COVID-19 a ébranlé les chaînes logistiques du monde entier. Certains produits ont connu une hausse soudaine de la demande, tandis que pour d'autres, elle a chuté rapidement. Les cycles et les trajets de transport habituels ont également été perturbés par les fermetures.

M. Lajevardi et M^{me} Le François, qui ont tous deux une grande expérience de l'aide aux entrepreneurs dans la gestion de leurs chaînes d'approvisionnement, offrent les conseils suivants aux entrepreneurs qui veulent minimiser les risques dans la crise actuelle.

4.1. Se constituer une équipe de leaders

La première chose qu'un entrepreneur peut faire est de se constituer une équipe de leaders des secteurs des ventes, des achats, de la production, de la logistique et du financement afin d'harmoniser et de prioriser les opérations de manière à pouvoir les poursuivre pendant la crise ou les redémarrer une fois la crise terminée.

Cette équipe doit se réunir chaque jour afin de réviser les plans de vente et d'exploitation et être prête à s'adapter si des problèmes surviennent. Faites des gens et des employés votre priorité.

«Les entreprises doivent organiser des réunions d'exploitation quotidiennes pour examiner les risques et s'assurer d'être proactives à l'égard des activités essentielles à la mission», précise M. Lajevardi. Pour l'équipe de direction, il s'agit d'un exercice d'équilibre dans le cadre d'un cycle décisionnel rapide.

4.2. Déterminer la demande pour chaque produit

La prochaine étape consiste à communiquer avec les principaux clients afin de déterminer leurs besoins dans les semaines à venir. Vous pourrez ainsi établir les prévisions de ventes, ce qui vous permettra d'ajuster vos achats de stocks et de prévoir les flux de trésorerie.

Selon M. Lajevardi, cet exercice devrait également vous permettre de simplifier votre gamme de produits. *«Au lieu de faire dix versions différentes de 10 produits, avec un stock limité, choisissez 5 produits et concentrez-vous sur eux à court terme.»*

Vous pourriez également revoir votre plan de production afin de prioriser certains articles en demande, et de réduire le nombre de ceux qui ne sont pas nécessaires.

4.3. Le choix des articles en stock

Dans la logique des choses, vous devriez maintenant examiner vos niveaux de stocks actuels pour les différents types de biens :

- Produits finis
- Travaux en cours

⁵⁸<https://www.bdc.ca/fr/articles-outils/operations/acheter/covid-19-etapes-gerer-risques-chaîne-approvisionnement> , la Banque de développement du Canada, 31 mai 2022

- Matières premières et stocks prêts à être transformés

«De nombreuses entreprises ne connaissent pas leur niveau de stock actuel», affirme Mme Le François. Il est pourtant essentiel de connaître les stocks disponibles et de les classer par ordre d'importance. Cela vous aidera à définir les priorités, à établir les stocks disponibles pour la production et les ventes, et à évaluer les risques de rupture.

Il est essentiel de connaître vos stocks disponibles et de les classer par ordre d'importance. Cela vous aidera à définir les priorités, à établir les stocks disponibles pour la production et les ventes, et à évaluer les risques de rupture.

Une façon simple de classer vos stocks est de réaliser une analyse ABC (voir ci-dessous). Le principe en est que 20 % de vos stocks représentent 80 % du chiffre d'affaires de l'entreprise. Dans un contexte de pénurie des ressources, l'objectif est de concentrer vos efforts sur les produits qui auront une incidence importante sur vos opérations :

- ❖ **Catégorie A** – Articles que vous devez absolument avoir en stock, puisqu'ils sont l'essence même de votre gagne-pain.
- ❖ **Catégorie B** – Articles dont les ventes ou l'utilisation sont moindres, mais que vous devez toujours tenir en stock.
- ❖ **Catégorie C** – Articles dont la demande est faible et les coûts de transport élevés, et qui ne contribueront pas beaucoup à votre chiffre d'affaires.

Certaines entreprises pourraient être tentées d'accumuler des stocks plus que d'habitude en raison de la volatilité actuelle; toutefois, elles risquent de ne pas pouvoir dégager de liquidités, qui seront liées aux stocks.

L'une des solutions pourrait être de conserver moins de produits finis, car il est plus facile de se débarrasser de la matière première.

4.4.Élaborer des plans d'urgence

Après avoir cerné vos risques, vous devriez chercher des moyens de les atténuer. Donnez la priorité aux enjeux qui présentent un risque plus élevé.

Par exemple, de nombreuses entreprises effectuent désormais des envois plus petits pour avoir une plus grande marge de manœuvre. Les entreprises magasinent également de nouveaux transporteurs et des tarifs différents. D'autres se tournent vers de nouveaux modes de transport; elles examinent de nouvelles options et les comparent aux modes connus.

Les entreprises devraient également chercher d'autres fournisseurs. Les fournisseurs locaux, par exemple, pourraient être plus intéressants, puisque les marchandises n'auront pas à traverser les frontières.

De plus, ne perdez pas contact avec vos principaux fournisseurs. Essayez de connaître l'état de leurs stocks et d'être tenu au courant si des problèmes surviennent. Les fournisseurs savent également ce qu'ils envoient et à qui. D'autres clients peuvent avoir des produits qu'ils n'utilisent pas et qu'ils seraient prêts à vous vendre.

4.5. Communiquer, et penser à long terme

Durant cette crise, il est important que vos choix demeurent stratégiques. «*Même si nous ne savons pas combien de temps durera cette crise, nous pouvons être sûrs qu'elle créera de nouvelles normes opérationnelles et de chaîne d'approvisionnement, et que la technologie sera, plus que jamais, au centre de ces changements*», déclare M. Lajevardi.

Il souligne également l'importance de maintenir les canaux de communication quotidiens ouverts avec vos clients, vos partenaires et vos fournisseurs.

«Une communication ouverte, tant à l'interne qu'à l'externe, aide non seulement votre organisation à répondre à ses besoins à court terme, elle vous permet également de vous positionner pour le nouveau contexte du marché une fois que la tempête sera passée.»

5. La pandémie a eu des effets négatifs considérables sur la chaîne logistique⁵⁹

Au cours des trois dernières années, la pandémie de COVID-19 a provoqué des perturbations mondiales dans les systèmes commerciaux, financiers, de santé et d'éducation, les entreprises et la société. Il n'est donc pas surprenant que seulement 2 % des entreprises interrogées aient déclaré être suffisamment préparées à l'épidémie. Les perturbations graves ont touché 57 % de la population, dont 72 % ont signalé des impacts négatifs (17 % ont signalé des impacts négatifs importants et 55 % ont signalé des impacts principalement négatifs).

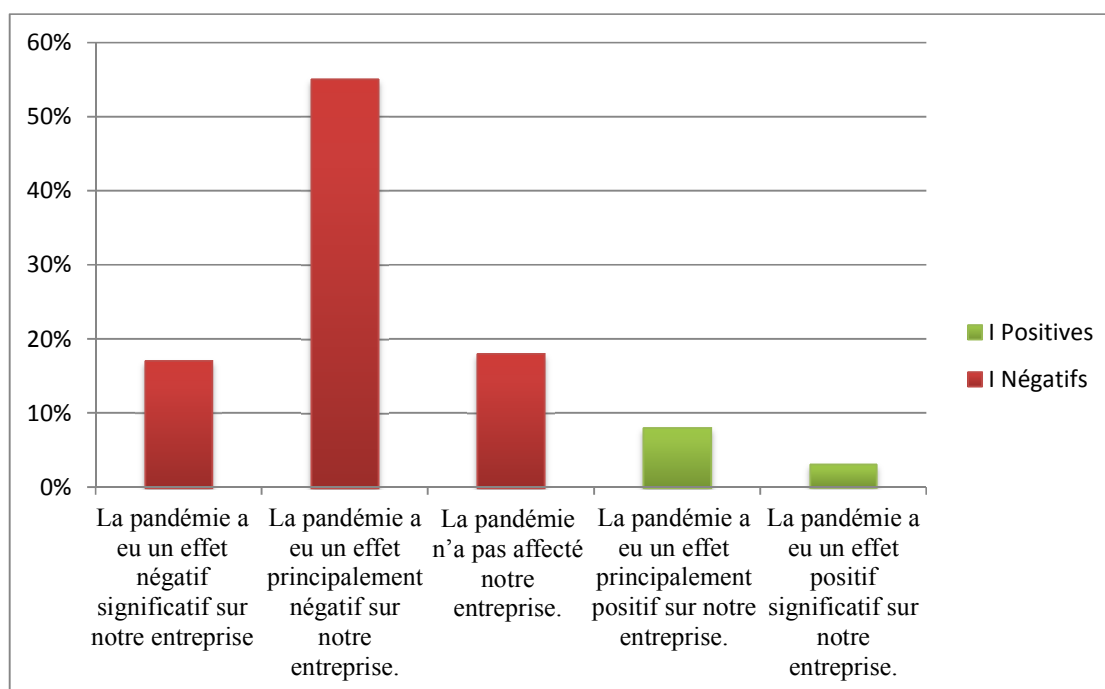


Figure 07. Certains graphiques totalisent plus de 100 % (en raison des arrondis, par nos soins)

⁵⁹https://www.ey.com/en_gl/supply-chain/how-covid-19-impacted-supply-chains-and-what-comes-next, EY, Par Sean Harapko EY Amériques Leader de la transformation de la chaîne

Souvent dans des environnements économiques incertains, les entreprises minimisent les investissements technologiques. Mais 92 % n'ont pas cessé d'investir dans la technologie pendant la pandémie de COVID-19. Cela illustre la valeur des chaînes d'approvisionnement numériques pour aider les entreprises à gérer les forces perturbatrices et à réagir plus rapidement aux fluctuations de l'offre et de la demande.

Il y a des gagnants clairs dans l'industrie pendant la pandémie, avec 11 % signalant des impacts positifs, y compris une augmentation de la demande des clients (71 %) et la mise sur le marché de nouveaux produits (57 %). Ces entreprises sont majoritairement issues du secteur des sciences de la vie et leur impact positif est largement attribuable au fait que les produits qu'elles fabriquent sont essentiels. La pandémie a également contraint certaines entreprises des sciences de la vie à redoubler d'efforts pour créer de nouveaux produits nécessaires, tels que des tests COVID-19 ou des vaccins. En raison de la forte demande de papier hygiénique, de conserves, de farine et d'autres produits de base, d'autres industries, en particulier les biens de consommation, n'ont pas été en mesure de conserver les produits sur les étagères au début de la pandémie.

Cependant, certaines industries ont été particulièrement touchées. Parmi les répondants : toutes les entreprises de l'industrie automobile et presque toutes (97 %) les entreprises de produits industriels ont déclaré que la pandémie les avait affectées négativement. De plus, 47 % des entreprises déclarent que la pandémie a perturbé leur main-d'œuvre. Alors que de nombreux employés ont été invités à travailler à domicile, d'autres – en particulier dans les usines – ont dû s'adapter aux nouvelles exigences en matière de distanciation physique, de recherche des contacts et de plus d'équipements de protection individuelle. Les produits industriels et les entreprises manufacturières de haute technologie investissent massivement dans la technologie pour réduire l'exposition des employés des industries à forte intensité de main-d'œuvre à la COVID-19. Ce ne sont là que quelques exemples de changements affectant les chaînes d'approvisionnement dans divers secteurs.⁶⁰

Section03 : Les enjeux de la logistique face au covid-19

1. Défis auxquels la logistique est confrontée en raison du COVID-19

Selon un récent rapport commercial, l'industrie mondiale de la logistique au premier trimestre 2020 a reflété une augmentation stupéfiante du pourcentage des volumes d'échanges en raison de la pandémie de COVID-19 en cours. En conséquence, les effets du ralentissement économique mondial ont imprégné les SCs mondiales. Pour les pertes réalisées, les principaux fabricants et fournisseurs de biens de consommation et industriels ont pris des mesures décisives

⁶⁰Logistique et de la RPA de la chaîne d'approvisionnement mondiale, 18 février 2021, (traduit par nos soins), le 31 mai 2022.

pour réaligner leurs SC. Voici quelques-uns des défis rencontrés et les mesures prises pour les résoudre : ⁶¹

1.1.Limitations du fret aérien et maritime

Avec des pays sous confinement, l'industrie du fret a été la première à ressentir l'impact de la pandémie. Sur un vol typique, la plupart des avions de ligne transportent généralement un pourcentage relativement faible de fret dans leurs soustracteurs. Cependant, avec tous les avions cloués au sol et la plupart des vols annulés, le marché fait face à une pénurie d'approvisionnement.

Certains pourraient dire que l'industrie du fret aérien a explosé à mesure que le trafic est réacheminé par ses canaux. Cependant, même eux n'ont pas été en mesure de répondre à la demande du marché. De même, des contrôles de santé renforcés ne feront qu'entraîner davantage de retards.

Qu'en est-il du fret maritime ? Les routes maritimes ont longtemps été utilisées comme méthode de transport alternative moins chère au détriment d'une livraison rapide. Cependant, la plupart des fournisseurs interrompant leurs opérations, même eux ressentent l'impact du virus. Avec presque rien à transporter, le port animé est maintenant un port d'escale pour de nombreux paquebots.

1.2.Le transport terrestre en prend un coup

Même lorsque les marchandises arrivent dans le pays de destination, elles ne réapparaissent pas comme par magie aux portes des consommateurs. Le transport terrestre des camions a également été touché par la pandémie, car les camionneurs doivent désormais obtenir un permis pour opérer en tant que fournisseur de services essentiels. Il y a également eu une augmentation de la demande de produits locaux tels que les produits d'épicerie et les fournitures médicales qui doivent être transportés.

Pour répondre à la demande requise, de nombreuses entreprises de logistique finissent par surcharger les chauffeurs. De plus, les consommateurs sont également confrontés à des retards en raison de l'augmentation des contrôles de santé aux frontières des États. Les entreprises qui comptent sur les chauffeurs pour signer les expéditions ne comptent plus sur les méthodes lorsqu'elles arrivent à destination. Cela est dû aux règles de quarantaine et de distanciation sociale mises en place par le gouvernement pour freiner la propagation du virus.

1.3.Frontières fermées

Les fabricants, qui gèrent les expéditions de matières premières en provenance de pays considérés comme des points chauds pour le virus, ont dû arrêter leurs opérations. Même avant la

⁶¹<https://www.symbia.com/resources/challenges-facing-the-logistics-industry/>, Symbalogistics, Steve Buckman, 06 mai 2020, (traduit par nos soins).

pandémie, les compromis avec les fournisseurs de pays comme la Chine étaient menacés. La politique commençant à influencer les origines du virus, il est presque incertain que les choses s'améliorent de sitôt.

En conséquence, la plupart des entreprises de logistique ont coupé les ponts avec les pays concernés et fermé les frontières commerciales. Dans cette optique, la plupart des pays situés entre des routes commerciales ne peuvent plus bénéficier du partenariat. Il s'agit principalement de l'hôtellerie et de l'hébergement.

1.4.Pénurie de main-d'œuvre

En raison d'une offre et d'une demande limitée, la plupart des entreprises ont dû licencier la plupart de leurs employés pour couvrir leurs frais d'exploitation. En conséquence, ceux qui ont eu la chance de conserver leur emploi ont déclaré avoir pointé à des moments indus pour respecter les normes.

De même, le nombre de travailleurs qui meurent du virus mortel augmente. La plupart des agences de santé signalent que la plupart des travailleurs sociaux et d'usine sont isolés après avoir été exposés à la maladie. Le pourcentage restant a choisi de rester chez lui par peur pour sa vie. En conséquence, les pénuries de main-d'œuvre dans la fabrication et l'approvisionnement ont mis à rude épreuve la logistique et la livraison des marchandises.

1.5.Absence de stratégies de résilience et de plans d'urgence

La Chine continentale signale son premier cas de virus alors que des protocoles d'évaluation des risques sont mis en œuvre. De nombreux pays ont amplement le temps de préparer et d'élaborer des plans d'urgence pour empêcher la propagation du virus.

Cependant, les gros titres actuels, suite aux perturbations de la chaîne d'approvisionnement, racontent une histoire différente. Les règles de quarantaine et de distanciation sociale n'aident pas. Plus de 50 % des entreprises du secteur de la logistique sont exacerbées par des perturbations de la chaîne d'approvisionnement avec des partenaires. En conséquence, l'impact sur l'économie et les consommateurs a été désastreux.

2. Solutions aux défis rencontrés par la logistique en raison de la pandémie de COVID-19

Voici quelques stratégies pour résoudre ces problèmes.

- **Les compagnies aériennes optent pour le fret:** La plupart des compagnies aériennes ont repensé les avions de passagers pour qu'ils fonctionnent comme des cargos pendant cette période. Il s'agit de maintenir leurs profits élevés et de fournir des emplois à certains de leurs travailleurs. De même, de plus en plus d'opérateurs de fret et de fret lancent désormais des services destinés aux petits et moyens transitaires.

- **Efforts de collaboration des fournisseurs:** En raison d'une pénurie de fournisseurs, les quelques-uns restants ont maintenant uni leurs forces pour partager une partie des coûts. Par exemple, la plupart des fabricants ont accepté de partager le coût du stockage des conteneurs. Travailler ensemble leur permet de continuer à fonctionner même avec de faibles charges de travail.
- **Application de stratégies d'atténuation et d'urgence:** Les contraintes auxquelles la plupart des entreprises sont confrontées dans l'allocation des biens et des services conduisent désormais à des stratégies "*et, si*". La plupart des entreprises de production s'appuient désormais sur une double source d'approvisionnement en matières premières, sur une production locale ou sur des stratégies internes.
- **Adopter la technologie:** Pour freiner sa propagation, la plupart des entreprises de logistique ont désormais mis en place des installations d'entreposage de l'Internet des objets, des systèmes robotiques et des plates-formes technologiques de gestion des clients basées sur l'intelligence artificielle. Les services de fret électronique ont également fait de leur mieux pour proposer des itinéraires de marché alternatifs afin de freiner la propagation du virus.

3. L'avenir de la logistique après la pandémie pour les entreprises

3.1. Alignez vos opérations pour renforcer la relation avec les clients

Comme la pandémie a provoqué une perturbation généralisée des chaînes logistiques, elle rappelle aux entreprises le rôle central que joue la logistique dans leurs opérations.

Au cours des prochaines années, les entreprises doivent continuer à apaiser les inquiétudes des clients en proposant des services tels que la livraison à domicile sans contact et la décontamination de la chaîne logistique. Au-delà de cela, il est tout aussi important qu'ils informent de manière proactive les clients des mesures qu'ils prennent pour assurer la sécurité de tous. À l'avenir, les commerçants devraient évaluer en permanence leurs opérations logistiques afin d'identifier les risques potentiels ou les problèmes qui pourraient survenir.

3.2. Tirer parti du commerce électronique en investissant dans la technologie

Avec l'importance croissante de la vente au détail en ligne, les entreprises devraient investir dans leurs ventes en ligne, soit en développant des opérations intra logistiques plus avancées, soit en s'associant à des tiers externes avancés qui peuvent les aider. L'adoption d'un logiciel logistique tel qu'une plateforme de gestion des stocks peut vous aider à optimiser vos opérations logistiques.

À l'avenir, nous pourrions voir l'utilisation plus large des chatbots Intelligence Artificielle (IA) ou l'émergence de magasins entièrement automatisés. La croissance rapide des usines intelligentes marquera également l'arrivée de systèmes logistiques entièrement automatisés, comprenant des entrepôts, des camions et des drones de livraison.

3.3. Réduire les risques grâce à la diversification

Pour assurer la continuité des activités, les entreprises devraient envisager de déplacer leurs opérations de fabrication et de livraison d'une seule entreprise ou d'un seul pays vers un réseau plus régionalisé, réduisant ainsi la dépendance à l'égard d'un seul fournisseur. Pour préparer cette transition, les entreprises devraient engager des discussions avec d'autres acteurs de l'industrie. Ils peuvent également envisager de s'associer à des sociétés Web qui offrent un accès à de nombreux fournisseurs de services via un point de contact unique.

Cela dit, de nombreuses petites entreprises manquent de ressources et d'expérience pour se différencier des grands acteurs de la vente au détail en ligne. Les grands commerçants peuvent ne pas être suffisamment flexibles pour déconstruire leurs principaux canaux de vente, ou peuvent être moins enclins à le faire.

La pandémie a prouvé que les marques sans stratégie omnicanale directe au consommateur peuvent être négligées par les commerçants fermés et les clients méfiants. A l'inverse, les marques qui ont adopté une approche plus flexible voient des ventes « au-dessus du pic » dans certaines catégories.

3.4. Utiliser les stress tests pour renforcer la résilience de l'entreprise

Les entreprises doivent effectuer des tests de résistance réguliers pour identifier et hiérarchiser les risques dans la chaîne logistique. Ces tests doivent être menés dans tous les domaines (des usines et fournisseurs clés aux centres logistiques et aux stocks de produits finis). Le plan de continuité d'activité d'une entreprise doit également définir vers quelles entreprises se tourner en cas de perturbation durable ou de crise d'un nouveau type.

Conclusion

Le COVID-19 est un événement spécial qui a eu un impact majeur sur les chaînes d'approvisionnement mondiales. La pandémie a mis en évidence l'importance des chaînes d'approvisionnement dans le fonctionnement de l'économie mondiale. Il souligne également l'importance de prendre en compte les nouveaux risques et la nécessité de mobiliser des outils technologiquement plus avancés pour se préparer à ces risques. La complexité des chaînes d'approvisionnement rend vulnérable le développement des transactions commerciales. D'autre part, ce contexte offre de nombreuses opportunités pour de nouvelles structures et de nouveaux modèles économiques.

L'après-COVID-19 est un défi majeur pour la structure économique du pays. La crise a favorisé un renouvellement des modes de gestion, travailler à distance et en collaboration, modifier ses processus, les automatiser et les sécuriser, rendre ses systèmes d'information agiles et fiables... devient un levier d'excellence opérationnelle et une formidable avancée.

Chapitre 03 :
Etude de cas de
Groupe TCHIN-
LAIT (CANDIA)

Chapitre 03 : Etude de cas de Groupe TCHIN-LAIT (CANDIA)

Section 01 : Généralité sùr l'entreprise TCHIN-LAIT

Introduction :

L'entreprise de CANDIA est connue pour avoir une grande histoire sur le marché mondial, en particulier sur le marché algérien, car elle est considérée comme un grand nom dans le secteur de la production laitière, mais c'est la même chose que n'importe quelle entreprise dans le monde, en particulier les entreprises du marché algérien, a été touché directement ou indirectement après l'apparition du virus Corona, par conséquent, j'ai créé une étude approfondie de ce problème.

L'étude représenter dans cet article cherche a apprécié l'impact de la pandémie sur la chaîne logistique du tchin-lait (Candia). Notre approche se résume à une étude quantitative d'une poignée de consommateur et certain points de vente (grossistes) ; sur le territoire algérien.

En premier lieux ; on a cherché à distinguer les rigueurs des distributeurs durant la pandémie.

Via le respect ou non des réglementations sanitaire ? Aurait-il une répercussion négative durant cette période ? Y aurait-il un changement de comportement de la méthode de distribution ?

Quel est le produit parmi ceux que Candia émet ? Qui aura subit plus de changement ? Qualifié le produit par rapport à la qualité ?

Ces questions ont personnellement éveillé ma curiosité, et elles ont été une clé essentielle pour nous pour atteindre le résultat souhaité, derrière cette étude certain conseil de la part de notre segment de recherche on émit des conseils et des avis par rapport au produit du Candia durant la pandémie.

1. Données générales

La marque Candia est présente en Algérie depuis plusieurs années grâce à ses exportations de lait Liquide, stoppées en 1998, suite à une hausse importante des taxes douanières.

Le lait en poudre Candia et surtout ses campagnes publicitaires, appréciés par la population algérienne, ont largement contribué à la notoriété de la marque sur le territoire Algérien durant les années 1990.

Plusieurs industriels Algériens se sont spontanément adressés à Candia afin de se lancer sur le marché du lait.

Le projet de l'entreprise Tchín-Laitar et en l'attention de Candia qui l'a choisi.

On est en 1999 et une franchise Candia est née en Algérie.

1.1. Historique

La dénomination de la Société TCHIN LAIT n'est pas fortuite ; ce choix symbolise la famille Berkati , un témoignage de continuité de l'héritage qui a été légué au travers de la société TCHIN, un fleuron parmi les usines de fabrication de boissons gazeuses, pendant plus de 50 années.

Elle a donné naissance à des marques réputées comme SLIM, TCHIN LAIT qui lui a succédé, se devait naturellement de porter le flambeau de la continuité.

1.2. Choix Stratégiques

Le choix stratégique qui a prévalu en faveur du lait UHT, au lieu du lait pasteurisé, repose sur Facteurs suivants :

-Le procédé UH, permet de conservera lait tout esses qualités nutritionnelles.

-Le produites t quasiment inexistant sur le marché national, alors que dans les autres pays, il Représente l'essentiel du lait consommé.

-C'est un produit idéal durant les périodes de chaleur, et notamment pour les régions du sud.

-Au plan réglementaire, il est le plus indiqué, car pouvant se conserver à température ambiante, à l'inverse du lait pasteurisé, qui exige une distribution sans interruption de la chaîne de froid.

Dans le contexte actuel, ces conditions ne sont pas réunies, et la distribution ne peut par conséquent se faire qu'en infraction avec la réglementation en vigueur.

1.3. Franchise Candia

L'idée d'un partenariat avec un professionnel du métier s'est alors imposée comme une nécessité impérieuse, un moyen incontournable de là le choix de la Franchise et du partenariat avec CANDIA.

Le Choix de la franchise, s'avère aujourd'hui, après plus de 10 années d'accompagnement, Comme Le moyen idéal d'une reconversion professionnelle vers un nouveau métier; Elle a apporté une précieuse sécurité à la société, qui était totalement dépourvue d'expérience.

La franchise, s'est révélée assurément un formidable levier de développement. Grâce notamment au Savoir faire commercial de CANDIA et le bénéfice d'une marque à forte notoriété.

La franchise a apporté le transfert de compétences et de savoir-faire du franchiseur ; elle a assuré TCHIN LAIT, d'une assistance commerciale et technique continue (à travers formations, interventions et recommandations commerciales), Elle a donné accès à TCHIN LAIT, à toute l'expérience accumulée par le franchiseur, en matière de notoriété, de conditions de prix, de synergies et d'économies d'échelle, de partage des innovations et des enseignements, d'accès à des outils de gestion ou publicitaires (PLV, affiches..) Elle a donné accès à TCHIN LAIT, à toute l'expérience accumulée par le franchiseur, en matière de notoriété, de conditions de prix, de synergies et d'économies d'échelle, de partage des innovations et des enseignements, d'accès à des outils de gestion ou publicitaires (PLV, affiches..)

La présence du **Franchiseur**, aux côtés de TCHINLAIT, grâce à ses conseils avisés, a l'occasion:

- Des extensions de capacité envisagées par l'Entreprise.
 - Des négociations pour l'achat de nouveaux équipements.
 - Ou des achats d'emballages avec nos partenaires étrangers,
- A toujours constitué une garantie indéniable d'assurance et de force de négociations
Le contrat de franchise avec CANDIA France, a été signé le 21/04/1999.

Grâce à cette franchise, TCHINLAIT bénéficie de l'expérience et du savoir-faire d'une marque.

Reconnue N°1 Européen.

Ce partenariat lui ouvre droit notamment à:

- L'utilisation des marques et des formes distinctives de conditionnement et d'emballage, ainsi que des créations publicitaires et promotionnelles,
- Le transfert du savoir-faire, Comprenant les formules et procédés de fabrication,
- L'assistance technique, commerciale et marketing.

1.4. Situation juridique et naissance du groupe TCHINLAIT

TCHIN LAIT, était à sa création le 17 août 1999, une société de droit algérien, constituée juridiquement sous forme de SARL.

Mr Fawzi BERKATI Fondateur de la société, avec 90% des parts sociales a été désigné Gérant.

L'entreprise, prenant une dimension de plus en plus importante, le besoin de repenser le modèle organisationnel et structurel qui régissait son fonctionnement, lequel était ressenti comme un frein à tout effort d'expansion et de développement, devenait impératif cette réflexion a guidé l'entreprise tout au long de l'année 2016.

C'est ainsi, que l'idée du Groupe a germé, jusqu'à devenir une réalité incontournable qui allait Engager TCHIN LAIT dans une reconfiguration à grande échelle de sa structure organisationnelle, Le groupe permettant d'allier la possibilité de concentration des ressources, la décentralisation de La gestion et des responsabilités, et d'être éligible aux nombreux avantages

fiscaux accordés par la réglementation.

L'année 2017 va consacrer définitivement la mise en œuvre des restructurations organiques liées à la formation de ce Groupe.

Dans le prolongement de cette réorganisation, deux nouvelles filiales dont TCHINLAIT est actionnaire majoritaire (90,1) ont été créées, au cours du 2^e trimestre, à l'effet de parachever le processus. Au terme de ce processus, TCHIN LAIT dispose d'un capital social de 2.754.100.000 DA entièrement libéré, se composant de 3 usines de production sises à BÉJAÏA, ALGER et SÉTIF, ainsi qu'une nouvelle filiale qui est:

TCHINAGROSPA: au capital de 20 Millions de DA, en charge du développement de la Production de lait cru et de la collecte, localisée à Bordj Bou Arréridj, a été créé en 2017, avec l'acquisition de deux fermes, la première d'une superficie de 60 hectares, dans la wilaya de Bordj Bou Arréridj; la seconde d'une superficie de 1700 hectares, dans la wilaya de M'sila.

1.5.Situation géographique

Le Groupe TCHIN LAIT possède son Siège social dans le tissu urbain de Béjaïa, à Bir SLAM et se Répartit géographiquement comme suit:

✓ SPA TCHIN LAIT regroupant les trois sites de production localisés respectivement à :OBEJATA: RNN° 12BirSlam.

O ALGER : Zone d'activité Haouch El Amirate, BARAKI.OSETIE Zone industrielle, Lotissement163.

✓ SPATCHIN AGRO,Bordj Bou Arréridj et M'sila

2. Données Techniques

Les 3 sites industriels de Production TchIn-Lait sont des laiteries modernes, robotisées, avec du matériel neuf à la pointe de la technologie, comprenant :

- Des ateliers de production : reconstitution du lait, traitement thermique et conditionnement.
- Des laboratoires: pour analyses microbiologiques et physico-chimiques du lait.
- Les utilités: Chaudières, stations de traitement des eaux, compresseurs, groupes électrogènes, onduleurs, station de froid .

-Administration Générale (Direction Générale et Direction de Site industriel, Direction ressources Humaines et Administration, Direction marketing et vente, Direction Supply Chain, Direction Achats, Direction finances et comptabilité, Direction Recherché et Développement, Direction Systèmes d'informations)"Dépôts de stockage des produits finis, pouvant contenir près de 3 millions de litres. Le dépôt de Bejaia sert aussi de plateforme d'expédition, pour la livraison des distributeurs, à travers tout le territoire national.

2.1.Capacités de production

Le Groupe TCHINLAIT est dotée d'une capacité totale de 415.000.000 litres/an, tous produits confondus, dans différents conditionnements:

- ✓ Brik de 1 Litre.
- ✓ Brik de 1/2 Litre.
- ✓ Brik de 200 ml.
- ✓ Brik de 125 ml.

Cette capacité de production se décline par unité et par format comme suit : (quantités en litres) 1Litres :

BÉJAÏA: 170.000.000

BARAKI:110.000.000

SÉTIF:55.000.000

200ml:

BÉJAÏA: 20.000.000

BERAKI : 40.000.000

SÉTIF:20.000.000

Total:

BÉJAÏA:190.000.000

BERAKI: 150.000.000

SÉTIF:75.000.000

2.2.Le procédé UHT

Le procédé UHT est un traitement en douceur qui préserve les qualités organoleptiques et nutritionnelles du produit. Il représente le meilleur compromis entre les demandes de produits Non modifiés par le traitement et une durée de vie plus longue.

Le lait UHT est obtenu après traitement a Ultra Haute Température ; c'est un procédé que consiste a chauffer le lait à 135° à 140° pendant deux à quatre secondes, ce qui permet de préserver les éléments essentiels du lait, et de lui conserver toute sa texture et le bon gout du naturel.

Il n'est pas utile de faire bouillir un lait stérilisé sous ultra haute température. Sa qualité nutritionnelle dépendra de la qualité d'origine, de son traitement et des conditions de conservation.

2.3.La gamme de produits

L'ambition de TCHINLAIT est de répondre à tous les goûts et besoins de consommateurs, en offrant « à chaque un son lait».

Dans le contexte actuel la gamme des produits « CANDIA »se compose des variétés suivantes:

- ✓ Lait longue conservation :conditionnée en emballage Tetrapak ou combibloc1litre.



Image.01 : Lait stérilisé UHT (Ultra haute température), partiellement écrémé, à dominante bleue.



Image 02 : Existe aussi en conditionnement 50cl. Lait stérilisé UHT (Ultra haute température), ENTIER , à dominante Rouge .



Image 03 : Lait stérilisé UHT Silhouette , écrémé (sans matière grasse), à dominante verte, enrichi en vitamine D.



Image.04 : Lait stérilisé UHT Viva, partiellement écrémé, enrichi en vitamines B1, B2, B3, B5, B6, B8, B9, B12, E,D.



Image.05 : Lait stérilisé UHT sans lactose.

✓ Boisson au lait:



Image.06 : Boisson au lait goût chocolat, dénommé «Candy Choco», en emballage 1l, 20 cl, 125 ml.



Image.07 : Boisson au lait goût Fraise, dénommé « Candy fraise », en emballage 20cl et 125ml.



Image.08 : Boisson au lait goût Banane, dénommé « Candy Banane », en emballage 125ml.



Image.09 : Boisson au lait goût Caramel, dénommé « Candy Caramel », en emballage 125ml.

✓ Laits & jus:



Image.10 : Lait additionné de jus de fruits (Orange-Ananas, Orange-Fraise-banane, Orange-Mangue et Pêche-Abricot), dénommé « Twist », en emballage 11 et 20cl, avec paille.

✓ Boissons aux fruits : Conditionné en emballage Tetrapak 20cl avec paille et en emballage Combibloc 1L.



Image.11 : Boisson à l'orange.



Image.12 : Cocktail de fruits.



Image.13 : Citronnade (Boisson au citron) : disponible en format 1 litre seulement.



Image.14 : Nectar de grenade : disponible en format 1 litre seulement.

✓ Préparation Culinaire Liquide:



Image.15 : Le Maître Cuisinier, disponible en format 20cl.



Image.16 : Préparation pour glace au lait stérilisé UHT : Le Maître glacier est disponible en format 1l.

Tchin lait est actuellement leader dans la production et commercialisation du lait UHT à l'échelle nationale.

3. Données économiques

3.1. Ressources humaines

Tchin-Lait emploie 1150 collaborateurs (dont 6% de femmes). 10% d'entre eux sont des cadres, 40% des agents de maîtrise et le restes ont des agents d'exécution.

L'ensemble des cadres et agents de maîtrises, a bénéficié d'une formation spécialisée sur Site et D'un ou plusieurs stages au sein des usines Candia en France, dans les différents domaines suivants:

- Technologie du lait
- Process de fabrication,
- Maintenance des équipements,
- Analyses de qualité.

3.2.Commercialisation

La commercialisation des produits CANDIA, S'étend à tout le territoire national. Son organisation s'articule autour:

- ✓ D'un réseau de Dépositaires agréés,
- ✓ D'une force de vente, de plus de 67 personnes, composée de superviseurs, animateurs et merchandiseurs, chargée d'encadrer et de promouvoir la distribution directe aux Détaillants.

3.3.Réseau de distribution

Ci-dessous l'évolution du réseau de distribution.

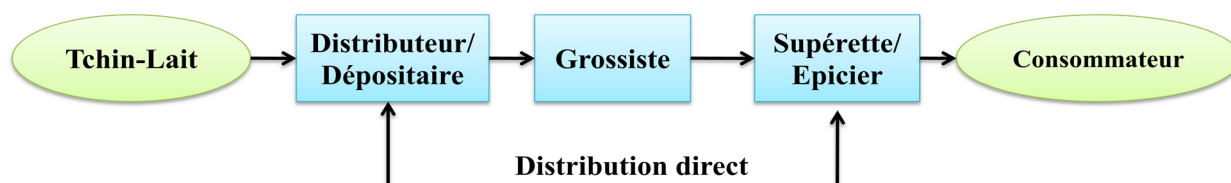


Figure.08 : Réseau de distribution de TCHIN-LAIT CANDIA.

- **En 2008:**
Mise en place d'un réseau de distribution directe.
15 wilayas couvertes avec 20 distributeurs.
8.000 points de vente livrés chaque semaine, par 26 véhicules de distribution
- **En 2016:**
44 Wilayas sont couvertes avec 53 distributeurs.
48.000 points de vente livrés chaque semaine, par 320 véhicules de distribution Près de 800 emplois indirects créés.
- **En 2021 :**
48 Wilayas sont couvertes avec 84 distributeurs
76,187 points de vente livrés, par 565 véhicules de distribution. Près de 1382 emplois créés.

3.4.Evolution du chiffre d'affaires

TCHIN-LAIT est entrée en exploitation en mai 2001 .Ci-joint les graphiques tableaux représentant les évolutions de volumes depuis 2001 :

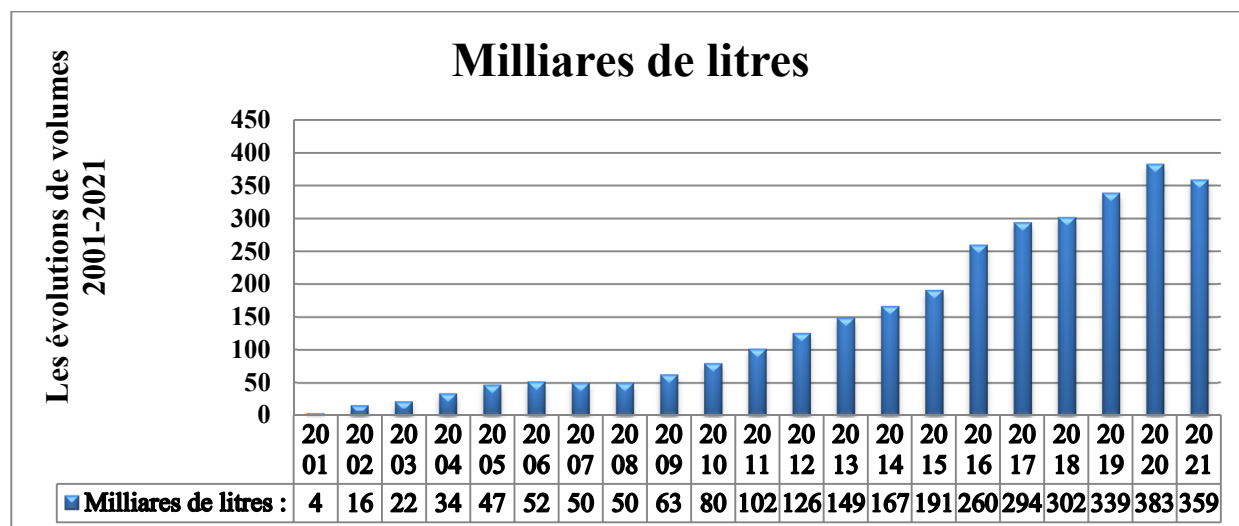


Figure.09 :Evolution du chiffre d'affaires .

Les parts de marché de TCHINLAIT, connaissent un développement croissant et son chiffre d'affaires progresse régulièrement, depuis son entrée en exploitation au mois de mai

- 2001 Comme illustré ci-après;

- 2001:190 Millions de DA
- 2003:1053 Millions de DA, dont 12,60 à l'export.
- 2010:6307 Millions de DA
- 2011:8046 Millions de DA
- 2015:11.473 Millions de DA
- 2016:12.280 Millions de DA
- 2017: 23.892 Millions de DA
- 2018: 25.176 Millions de DA
- 2019: 28.717 Millions de DA
- 2020: 33.428 Millions de DA
- 2021: 34.882 Millions de DA

4. Les perspectives à 2025

Les objectifs stratégiques à l'horizon 2025, se déclinent comme suit:

- Produire et vendre 1 Milliard de litres de lait et dérivés
- Devenir la marque de référence des consommateurs,
- Parvenir à l'intégration de lait cru de 50%
- Développer les ventes à l'exportation.

Ces objectifs reposent sur 3 axes principaux

- La mise en place des infrastructures et capacités de production suffisante, garantissant une couverture de la demande du marché, au double plan quantitatif et qualitatif par un élargissement du panel de produits;
 - La préservation et consolidation de sa place de leader sur le marché de P'UHT, par la disponibilité permanente de ses produits dans toute la gamme, l'innovation, et une politique de prix en phase avec le pouvoir d'achat des consommateurs.
 - La sécurisation en amont des approvisionnements en matières premières, par le développement de la production laitière.

5. Fiche Signalétique

Raisons sociale: TCHINLAIT

Objet: Fabrication de lait UHT et boissons aromatisées

Marque commerciale: CANDIA (marque sous licence)

Adresse Siège social: RNN12 BirSlam- BEJAIA

Tel: 00213(0)34114545;034114543;034214156

e-mail: contact@tchinlait.com

Site Web: www.candia.dz

Adresses et Sites de Production:

*Site de BÉJAÏA: RNN° 12BirSlam-BEJAIA

*Site d'ALGER : Houache El Amirate-Baraki ALGER

Tel:-0982400702

-0982400709

***Site de SETIF:** Zone industrielle Lot N°163 SETIF

Tél :036625291-0366232396

Statut juridique: SPA

Date de création:17/08/1999

Capital social: 2757140000DA

Inscrite au Registre de Commerce sous leN°: 06/000183086B99

Code Activité:107201/202/203'101107101117604109604117604530

Identifiant Fiscal:099906018308631

N°Article:06018404812

Domiciliation bancaire: NATIXIS–Bd Krim Belkacem- BEJAIA

Date d'Entrée en exploitation: Mai2001

Effectifs au 31décembre2017:883(Cadres:91;Maitrise :351Exécution:441)

Capacité de production:415000 000Litres/An tous produits confondus

Section 02: L'impact de la pandémie sur la logistique et la chaîne logistique de groupe TCHIN-LAIT

1. Méthodologie

La diffusion du questionnaire a été réalisée par nos soins de la part des grossistes et le public de la rue algérienne, a répondu en posant quelques questions aux grossistes et les consommateurs de plus de 18 ans, les réponses ont été collectées à travers nos soins, l'internet a été un outil essentielle pour envisagé la diffusion du questionnaire, à travers notamment l'envoi de mails et l'utilisation des réseaux sociaux (Instagram et Facebook), Et en demandant aux passants dans la rue pour les consommateurs, Quant aux grossistes, nous sommes allés les voir sur leur lieu de travail et les avons interrogés en personne, l'opération a commencé le 02 Juin 2022 et s'est achevée le 13 Juin 2020 avec un total de 100 réponses pour les consommateurs, et 10 réponses pour les grossistes.

2. L'impact de la pandémie sur les grossistes dans le marché algérien

Cette étude est basée sur l'interprétation des réponses des grossistes à l'entreprise qui vend ses produits, alors que nous posons des questions et discutons de certains sujets liés au l'entreprise de CANDIA. Par conséquent, nous avons des opinions différentes lors de l'analyse de la situation du point de vue des grossistes, nous pouvons les résumer par les étapes suivantes :

2.1. Les mesures de sécurité sanitaires suivies par l'entreprise

Candia s'est appuyé sur le respect des lois sanitaires liées au virus pour ne pas causer de problèmes ou de pertes humaines ou morales lors de l'achèvement du processus de distribution. Pour s'en assurer, nous avons interrogé les grossistes sur leur avis sur les distributeurs de cette entreprise concernant leur respect des règles sanitaires liées au virus COVID-19, et les résultats ont été les suivants (**Figure.10**) :

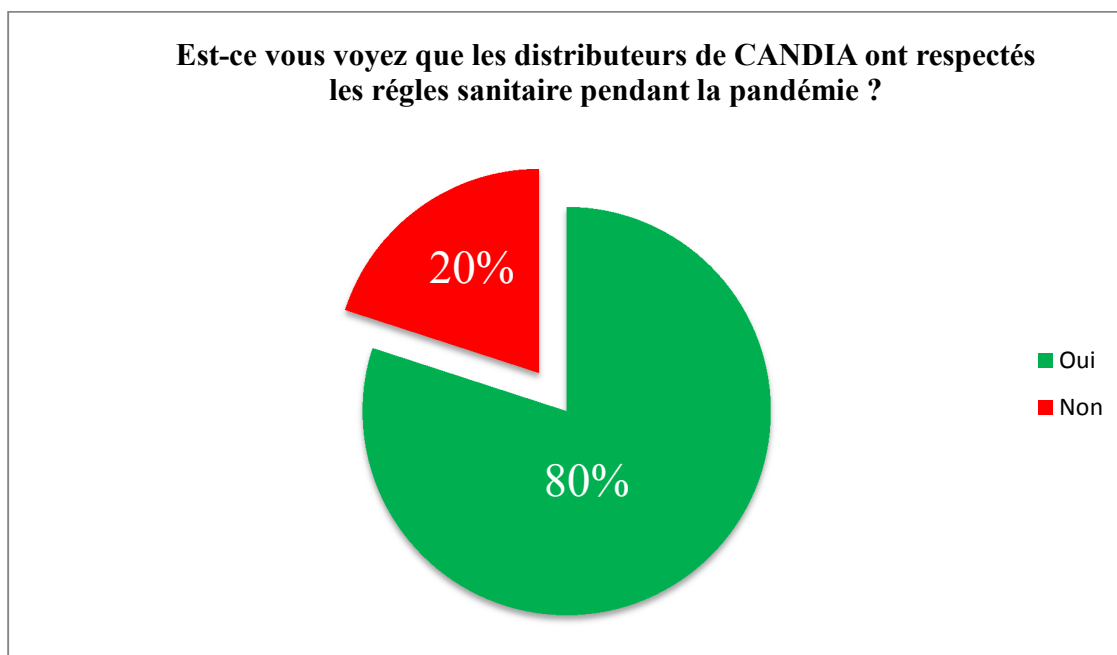


Figure.10 : Statistiques des avis des grossistes sur les règles sanitaires respectées pendant la pandémie.

Sources: Par nos soins.

A première vue, on constate que ce résultat est positif, Puisque 80% des grossistes interrogés dans cette questionnaire ont confirmé que tous les distributeurs de CANDIA respectent les règles sanitaires liées à cette pandémie et n'ont rencontré aucun problème à cet égard, D'autre part, deux grossistes sur 10 (20%) des répondants ont confirmé qu'ils rencontraient des difficultés au niveau des distributeurs de CANDIA en respectant les règles sanitaires, donc pour éviter ce genre de problème, l'entreprise a fixé des règles strictes à cet égard, Par nommé des superviseurs pour chaque distributeur.

Le superviseur à le rôle de supervise personnellement le travail quotidien du distributeur pendant le processus de distribution du produits, à travers lequel le travail du distributeur est divisé et les privilèges et pénalités sont déterminés en conséquence.

En cas de violation des lois sur l'entreprise ou de non-respect par un distributeur des lois sanitaires liées à cette épidémie, Le superviseur enregistre toutes ces violations afin que l'entreprise puisse imposer des sanctions au distributeurs qui enfreint ces réglementations, Par déduire directement une marge monétaire de son salaire personnel, par conséquent, le distributeur est toujours soucieux de maintenir l'image publique de l'entreprise, donc l'entreprise encourage le distributeur à respecter les lois liées à la distribution, comme dans le cas du superviseur, le distributeur est bien évalué et la rémunération versée à lui par l'entreprise directement à son salaire.

Enfin, à mon avis, l'entreprise a fait un travail professionnel dans la surveillance des distributeurs et l'application des lois liées à la pandémie de COVID-19, et l'entreprise a acquis une bonne réputation sur le marché algérien.

2.2. Le règlement de distribution de Candia

CANDIA distribue ses produits en exclusivité dans tous les points de vente du marché à des horaires précis, Pour nous assurer qu'il n'y a pas d'erreurs ou de problèmes pendant l'épidémie, nous avons interrogé les grossistes, et les résultats ont été les suivants figure.11 :

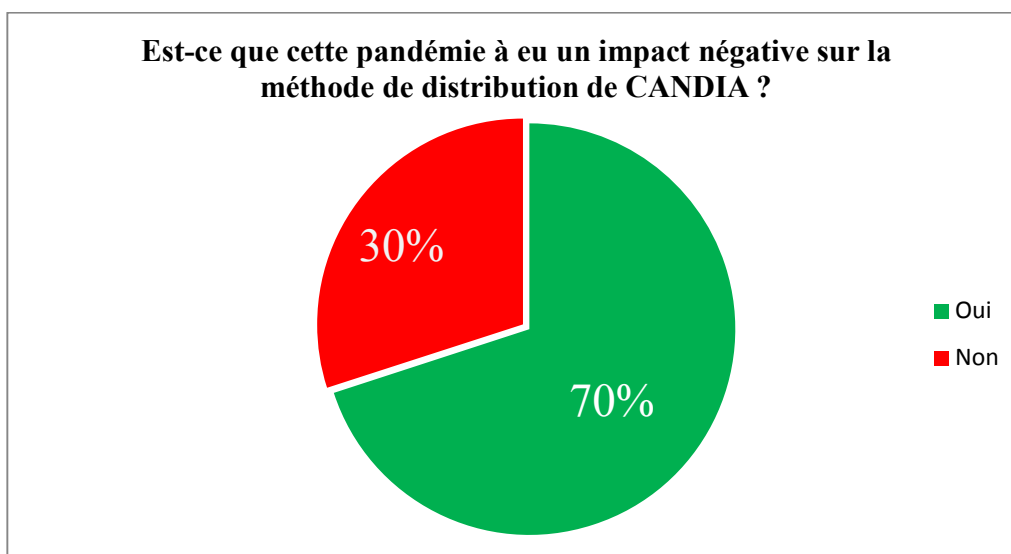


Figure.11 : Statistiques sur les règlements de distribution.

Source: Par nos soins.

On a constaté que 70 % des grossistes interrogés ont confirmé que la méthode de distribution de cette entreprise n'avait pas changé avec l'apparition de la pandémie, car ils n'ont rencontré aucun problème avec l'heure d'arrivée des marchandises ou la sécurité des marchandises de l'entreprise, d'autre part, 30% des grossistes interrogés avaient rencontré des problèmes avec le retard de la marchandise, mais pas de manière fréquente, car ils ont tous confirmé qu'il est rare que ce genre d'erreurs se produise de la part des distributeurs de cette entreprise.

En général, tous les distributeurs interrogés ont donné une bonne impression quant à la méthode dont cette entreprise travaille dans la distribution de ses marchandises, et cela est considéré comme un grand succès pour l'entreprise en raison de l'importance du rôle de la distribution des produits de La manière correcte et professionnelle.

2.3. La gestion des produits de CANDIA

Étant donné que l'entreprise a beaucoup de produits sur le marché qui diffèrent en termes de qualité, de prix et de goût pour chaque produit, il est donc certain que l'entreprise a rencontré des difficultés pour distribuer tous ces produits de manière correcte et professionnelle au moment de

la pandémie, C'est pourquoi nous avons interrogé les grossistes sur le produit le plus touché pendant la pandémie, et les résultats ont été les suivants (**figure.12**) :

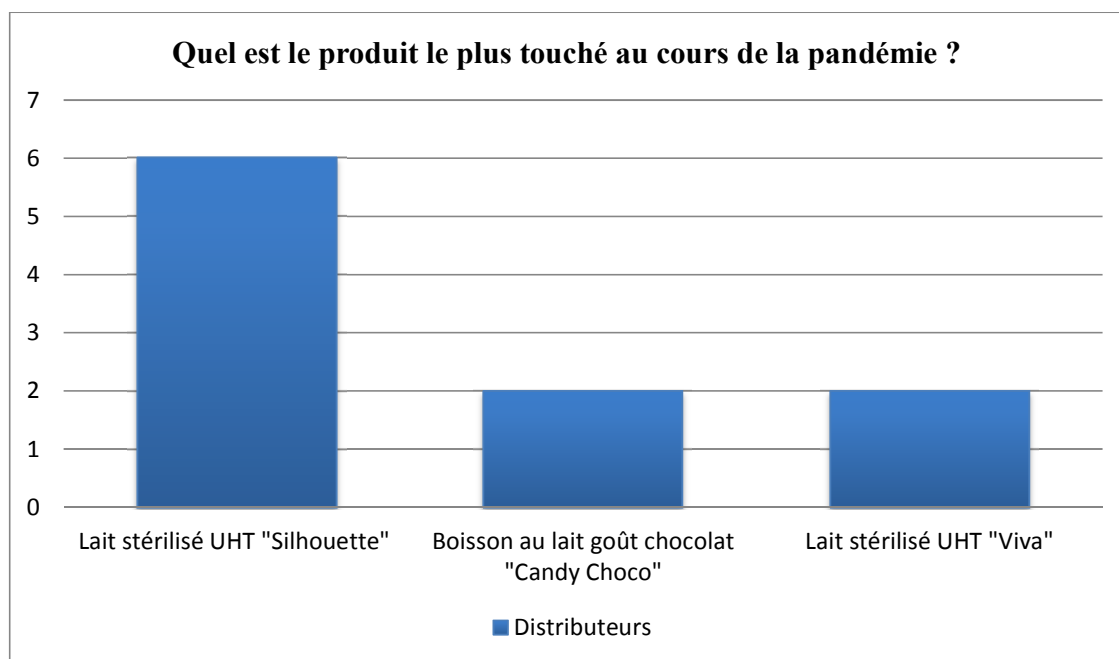


Figure.12 : Le produit le plus touché au cours de la pandémie.

Source : Par nos soins

Six votes sur 10 ont déclaré que le lait stérilisé UHT "Silhouettes" est le moins demandé par les consommateurs et qu'ils ont toujours du mal à le distribuer, surtout au moment de la pandémie en raison de la présence d'autres alternatives proposées par l'entreprise, comme la plupart des grossistes conviennent que ce produit est considéré comme injuste en termes de marketing, donc l'entreprise doit résoudre ce problème après la pandémie en faisant un bon marketing pour ce produit.

Quant au reste des grossistes interrogés, deux d'entre eux ont déclaré que la boisson au lait goût chocolat "Candy Choco" est le plus touché, en raison de la présence d'une forte concurrence d'autres grossistes et de la faible demande de ce produit par rapport à cette concurrence, car il était considéré que ce produit est comme un sous-produit pour le consommateur.

Quant aux deux grossistes restants, ils ont déclaré que le lait stérilisé UHT "Viva" était le plus touché par cette pandémie, car ils ont confirmé que ce dernier était peu demandé par le consommateur, et certains grossistes ont expliqué que la raison en était la présence de nombreux concurrents pour ce produit.

Tous les grossistes ont convenu qu'ils avaient clairement noté que la situation financière du consommateur algérien au moment de la pandémie était mauvaise, et que cela avait un impact négatif sur tous les produits du marché algérien. À partir de là, l'entreprise a fait un excellent travail pour répondre à tous les exigences du marché algérien.

2.4.L'évaluation de grossistes sur CANDIA

Dans cette étude, nous avons voulu prendre les impressions des grossistes sur l'entreprise de CANDIA et les évaluer en fonction de leur méthode de distribution, et à travers leurs avis sur le choix du consommateur algérien par rapport à d'autres biens concurrents pour cette entreprise, à travers son propre opinion et par l'évaluation d'une à cinq étoiles, et les résultats ont été les suivants (Figure.13) :

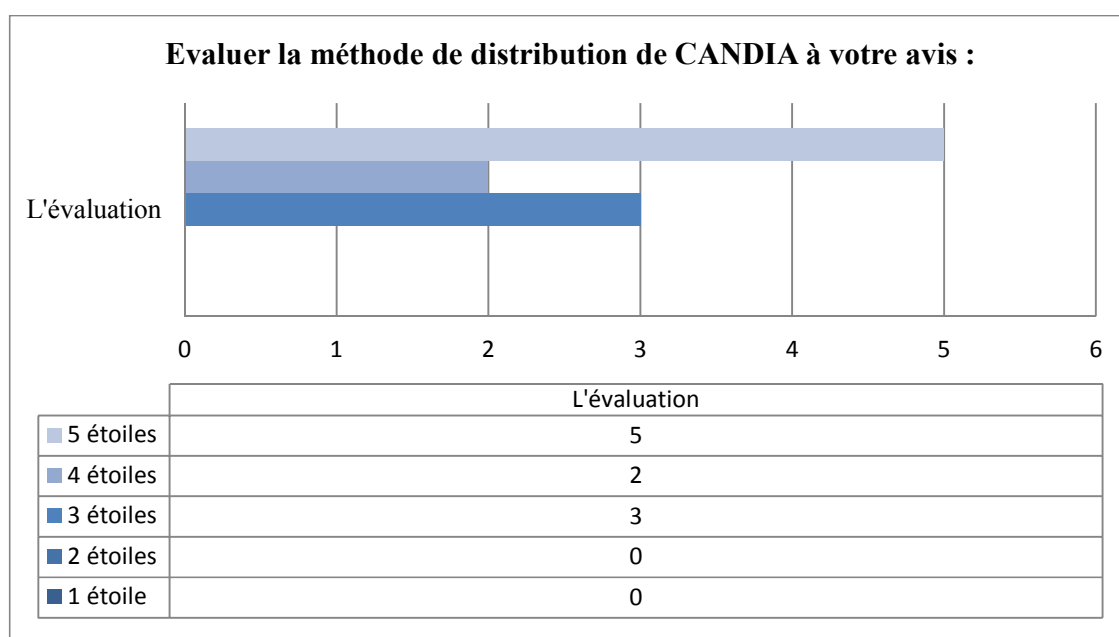


Figure.13 : Evaluation des méthodes de distribution de CANDIA.

Source : par nos soins.

Au début, nous avons interrogé les grossistes sur leur appréciation de la manière dont CANDIA distribue ses produits, où l'on peut constater que l'avis moyen est de 4,5/5 du total des avis proposés par les grossistes, cinq sur dix ont donné une note de 5/5 et cela est considéré comme une chose très positive pour l'entreprise, car les grossistes sont généralement confrontés à de nombreuses difficultés et obstacles pour obtenir des marchandises en temps opportun, en toute sécurité et sans aucun problème.

Trois grossistes sur 10 ont donné une note moyenne en termes de méthode de distribution, et deux grossistes interrogés sur dix ont donné une note de 4/5, ce qui est également une bonne note, mais on peut bien constater que la manière de distribuer les produits de cette entreprise se fait d'une manière excellente et professionnelle, ce qui s'est répercuté positivement sur le marché local.

Ensuite, nous avons interrogé les grossistes pour connaître leur opinion sur la manière dont les distributeurs de cette entreprise les traitent d'un point de vue éthique et professionnel, et les résultats ont été les suivants (figure.14) :

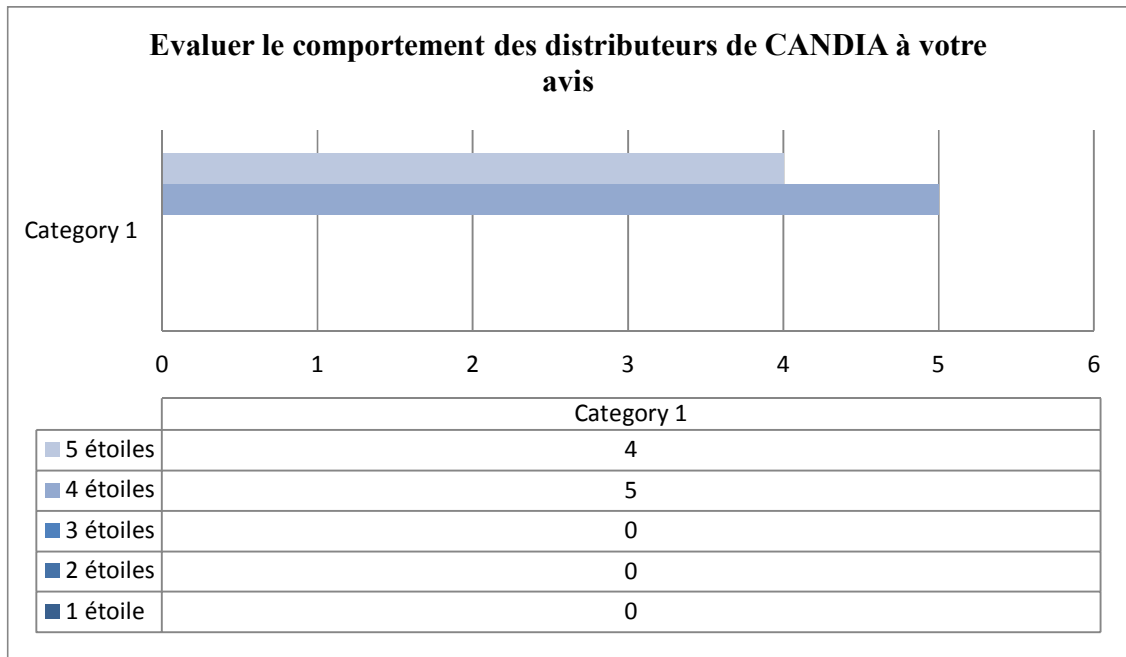


Figure.14 : Evaluation de comportement des distributeurs de CANDIA.

Source : par nos soins

Où l'on peut noter que les résultats ont été très positifs, car tous les grossistes interrogés ont donné une excellente évaluation de la manière traitement de fournisseurs de cette entreprise, puisque quatre grossistes sur dix ont donné une note complète à ces derniers et cinq grossistes sur dix interrogés ont donné une note de 4/5, avec un moyen de vote de 4.5/5, et donc cette entreprise a été en mesure d'obtenir un excellent stéréotype et cela se reflète dans les travailleurs de la distribution pour cette entreprise, et c'est une chose très importante pour l'entreprise car elle va accélérer et faciliter le processus de distribution des produits à la satisfaction de toutes les parties et sans qu'il ne se produise d'erreurs éthiques de la part des distributeurs de l'entreprise qui pouvant entraîner une perte pour cette dernière.

Enfin, nous avons interrogé les grossistes sur leur appréciation du produit par rapport au choix du consommateur par rapport aux concurrents, et les résultats ont été les suivants **(Figure.15)** :

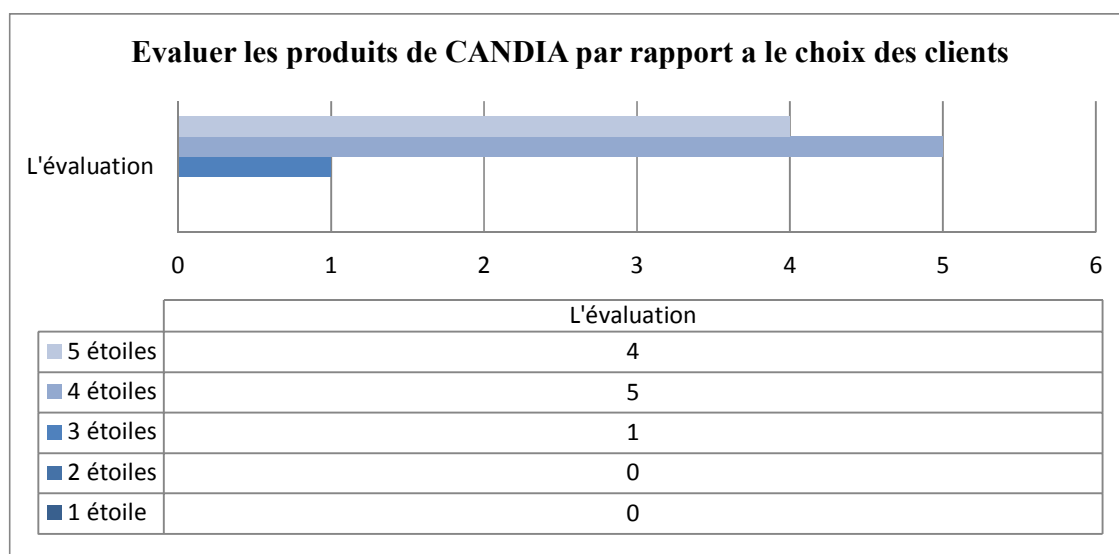


Figure.15 : Evaluation des produits de CANDIA par rapport a le choix des clients.

Source : par nos soins

Tous les répondants s'accordent à dire que les produits de cette société sont considérés comme des produits essentiels pour la plupart des consommateurs, et les résultats le confirment car, quatre sur de cinq grossistes ont donné une note complète à cette enquête, et cinq grossistes sur dix ont donné une note de 4/5, et un grossiste a donné une note moyenne, justifiant que le prix pousse parfois l'utilisateur à se tourner vers d'autres produits, la somme des notes est de 4,3/5.

De manière générale, la plupart des grossistes ont confirmé que les produits de cette entreprise sont consommés quotidiennement par le consommateur local, malgré la présence de nombreux concurrents, mais le nom de l'entreprise jouit d'une bonne réputation auprès des consommateurs algériens.

3. L'impact de la pandémie sur les consommateurs du marché algérien :

Cette étude parle sur le traitement de l'opinion publique et leur points de vues personnelles sur tout ce qui concerne les produits de CANDIA, alors nous avons interrogé 100 consommateurs dans le marché algérien (des familles et des jeunes). Nous avons analysé les résultats et atteint de quelques points, qui sont :

3.1. L'utilisation de consommateur

Selon notre segment de recherche par rapport à la consommation des produits du CANDIA, nous avons interrogé 100 personnes si elles avaient utilisé les produits de cette entreprise au moment de la pandémie, et les résultats ont été les suivants (**figure.16**) :

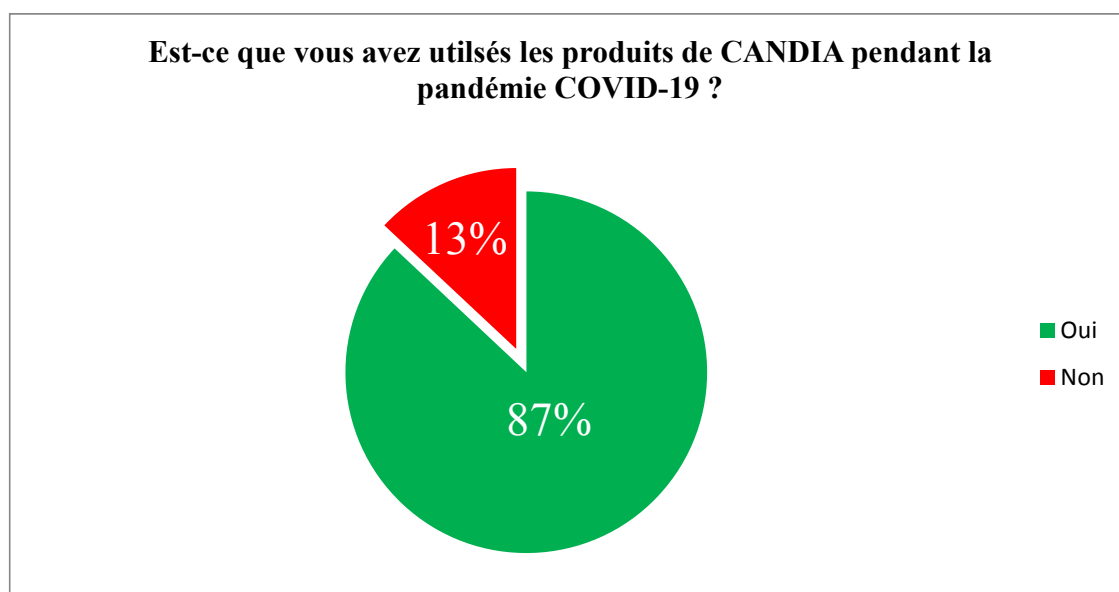


Figure.16 : Statistiques d'utilisation des produits de CONDIA pendant la pandémie.

Source : par nos soins.

Nous notons que les résultats présentés à travers cette étude confirment que la majorité des répondants de l'opinion publique (87%) ont utilisé les produits de CANDIA, et cela est considéré comme une chose positive en raison de la présence de nombreux concurrents sur le marché algérien, et la raison est due à la disponibilité du produit sur le marché local, et certains consommateurs préfèrent ce produit pour sa haute qualité.

D'autre part, la minorité des répondants (13%) a confirmé qu'ils n'utilisaient pas les produits de CANDIA au moment de la pandémie et l'ont justifié en raison des prix élevés par rapport aux concurrents sur le marché, ce qui signifie qu'il existe d'autres entreprises concurrentes qui ont réduit le prix de leurs produits au moment de la pandémie de leur point de vue, et de mon point de vue j'ai conclu que cette minorité est issue des personnes à faible revenu, ils ne peuvent donc pas acheter ce produit et se tourner vers d'autres produits moins chers.

3.2. La faciliter de la procuration des produits de CANDIA :

L'entreprise de CANDIA est toujours soucieuse de fournir la totalité de ses produits dans toutes les régions du pays, et cela est dû à sa vaste expérience et à sa grande expansion sur le marché algérien.

Afin de nous assurer de l'efficacité de cette entreprise dans la distribution de ses produits aux consommateurs, nous avons interrogé l'opinion publique à ce sujet, et nous sommes arrivés aux résultats suivants (**figure.17**) :

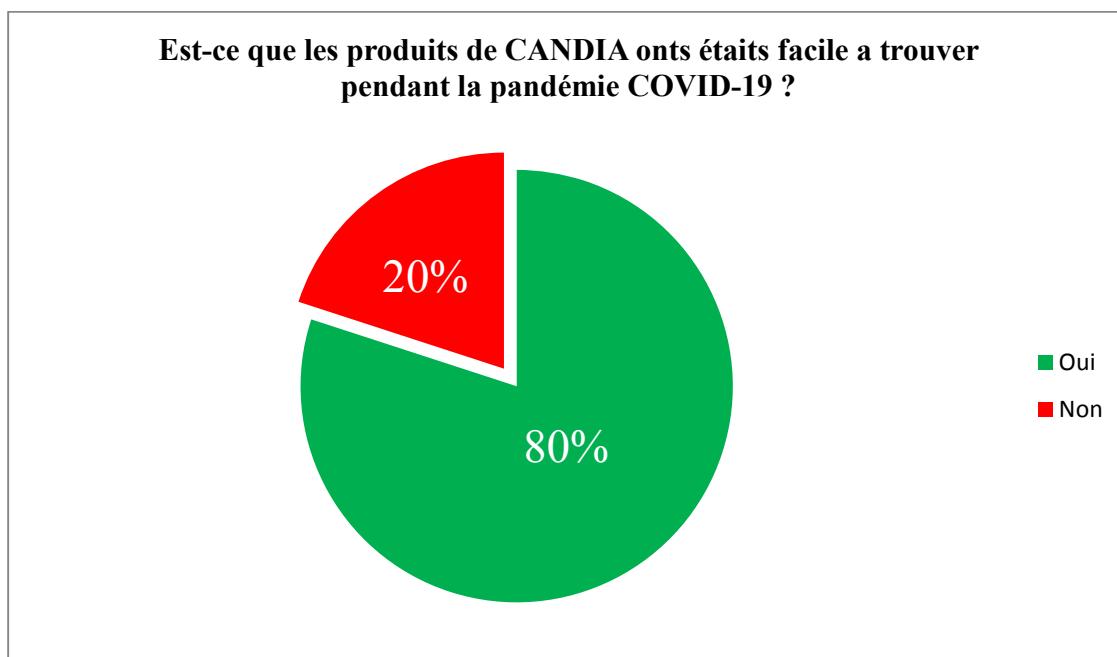


Figure.17 : Statistiques sur la facilité de trouver les produits CANDIA pendant la pandémie.

Source : par nos soins.

La plupart des réponses données étaient positives, car (80%) des répondants ont confirmé que les produits de l'entreprise étaient facilement disponibles sur le marché algérien au moment de la pandémie, malgré la présence de problèmes économiques dans le monde à cette époque jusqu'à ce que l'entreprise était à l'affût pour fournir ses produits sur le marché algérien et sa distribution continue de ces produits à la demande.

Cependant, malgré cela, une petite part de répondants (20%) a déclaré avoir eu du mal à trouver les produits de cette entreprise (CANDIA) en présence de la pandémie de Corona, nous avons remarqué que la plupart de ces répondants vit dans des régions éloignées, et ici nous pouvons poser une question « Est-ce que l'entreprise marginalise vraiment les zones reculées à travers le pays ? ».

À mon avis, la réponse est non, car l'entreprise distribue ses produits à la demande et n'a aucun avantage à marginaliser les régions éloignées car l'objectif principal de l'entreprise est toujours de chercher à élargir son périmètre de rentabilité en raison de la présence de nombreux concurrents dans le domaine, et la raison du manque de produits dans les régions éloignées à mon avis, c'est le manque de demande pour les produits de CANDIA et leur préférence pour les produits à bas prix ou de qualité inférieure.

Par conséquent, nous concluons que l'entreprise a fait un excellent travail en distribuant bien ses produits pendant la pandémie, et cela a été confirmé par l'étude précédente.

3.3. La qualité des produits CANDIA au point de vue du consommateur

Sans aucun doute, les produits CANDIA sont connus pour leur haute qualité, car ils ont acquis une grande réputation grâce à la haute qualité de leurs produits et à leur souci constant d'offrir le meilleur au consommateur.

Et pour confirmer la validité de nos propos, cette étude était basée sur l'évaluation par les répondants de la qualité des produits de cette entreprise en attribuant une note de une à cinq étoiles, et les résultats étaient les suivants (**Figure.18**) :

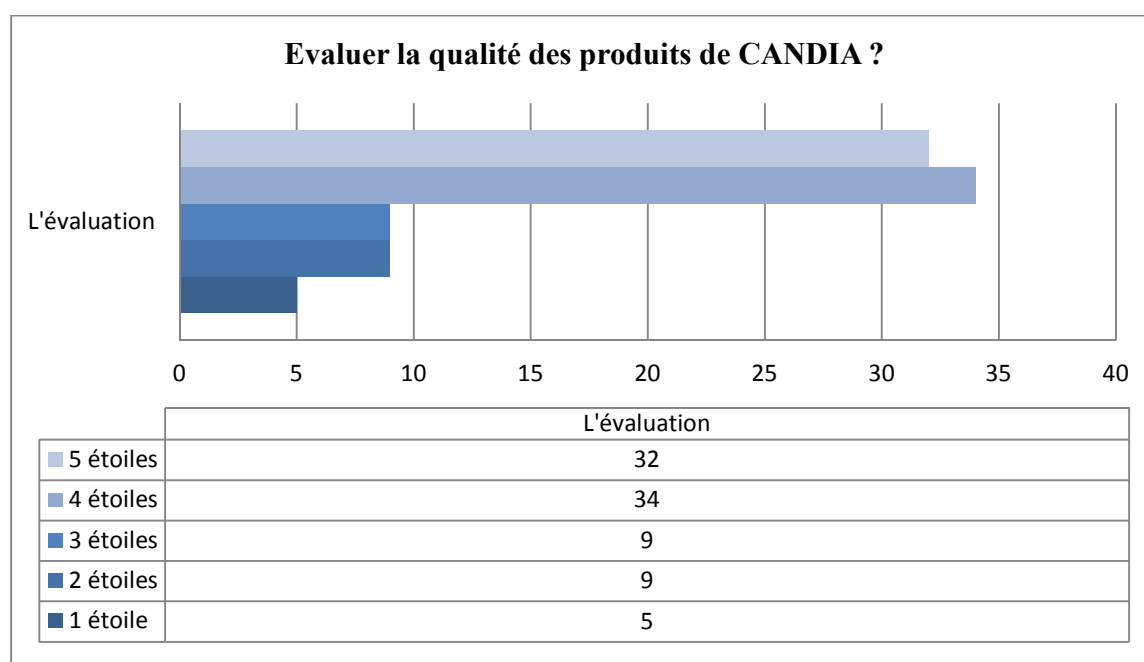


Figure.18 : évaluation des produits de CANDIA.

Source : par nos soins

Nous avons également remarqué qu'un grand nombre de personnes interrogées dans cette étude ont évalué favorablement la qualité des produits de l'entreprise, puisque 89 personnes sur 100 ont évalué la qualité des produits de l'entreprise dans 74% des votes, 66 personnes sur 89 ont donné une opinion positive, ils ont exprimé une grande admiration pour la qualité des produits de l'entreprise, 32 d'entre eux ont donné une note parfaite (5/5), et 34 personnes ont donné une note (4/5), ce qui est considéré comme une bonne note aussi, et pour le reste de la votes, 10%, soit 9 sur 89, ont donné une note moyenne de (3/5) estimant que les produits de CANDIA étaient de qualité relativement moyenne.

Et pour les 10 % restants qui considéré 14 personnes sur 89, ils estimaient que la qualité des produits de l'entreprise ne répondait pas à leurs exigences et préféraient les produits

concurrents sur le marché, 9 sont données une évaluation de (2/5) et 5 personnes parmi les 15 sont donnée une évaluation de (1/5) ce qui est considéré comme une mauvaise note.

Le moyen de votes est d'environ (4/5), ce qui est un bon résultat pour CANDIA comme ce pourcentage se reflète positivement sur la réputation de l'entreprise sur le marché local en termes de haute qualité de fabrication.

Mais certaines entreprises dans le monde ont changé la qualité de leurs produits en raison de la pandémie économique mondiale et du manque de matières premières à cette époque en raison du virus Corona, et à partir de là, la question nous est venue, «CANDIA a-t-elle changé la qualité de ses produits pendant la pandémie de coronavirus ?»

Pour répondre à cette question, nous avons recueilli 100 votes de l'opinion publique, et les résultats ont été les suivants (**Figure.19**) :

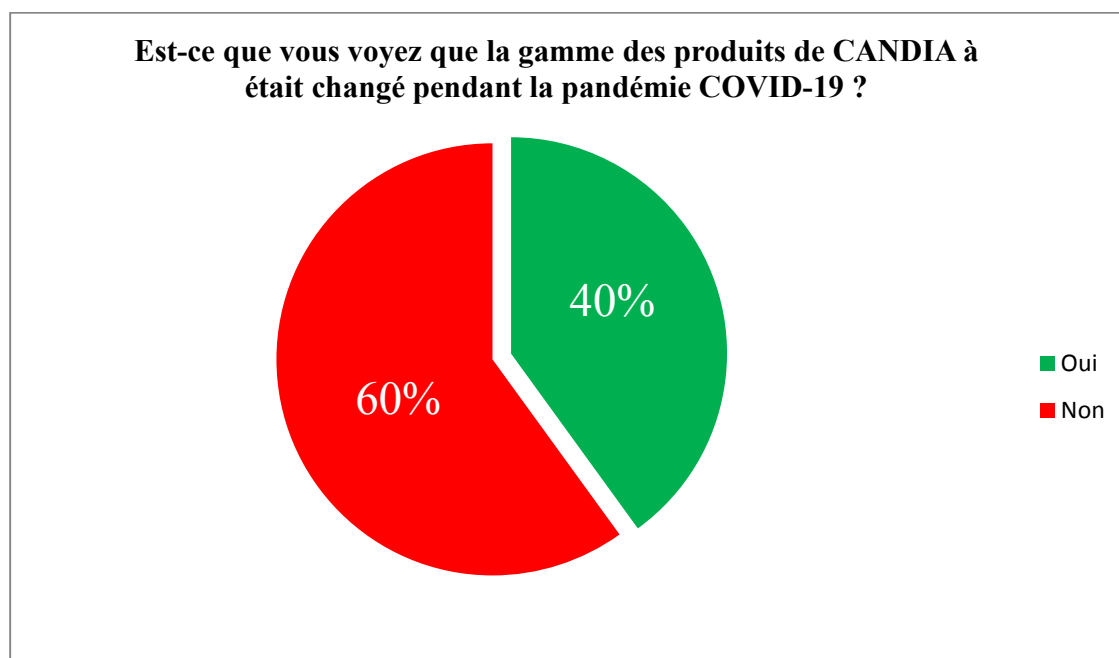


Figure.19 : statistiques sur la qualité des produits du CANDIA.

Source : par nos soins

Notre étude a abouti à la conclusion que 60% des consommateurs interrogés ont confirmé n'avoir remarqué aucun changement en termes de qualité ou de goût dans les produits de l'entreprise, Et certains d'entre eux ont même exprimé leur joie parce que l'entreprise n'a pas changé sa qualité industrielle, en raison de la présence de certains produits concurrents qui ont changé la qualité de ses produits à leurs yeux.

Mais d'un autre côté, 40% des consommateurs interrogés, ce qui n'est pas un petit pourcentage, ont déclaré avoir remarqué des changements dans la qualité des produits de l'entreprise, et certains ont même qualifié CANDIA de « traître ».

Mais grâce à nos enquêtes pour mener à bien cette étude, les responsables de CANDIA nous ont assuré que toutes les rumeurs selon lesquelles la société aurait apporté des changements à la qualité de ses produits sont fausses et ne fournissent en rien la vérité, Ils ont plutôt souligné que l'entreprise essaie toujours d'améliorer la qualité de ses produits pour répondre aux besoins du consommateur local, Et c'était l'un des principaux objectifs de l'entreprise, et la pandémie de Corona n'est pas une exception pour eux.

3.4. La réaction publiques sur les prix des produits de CANDIA

Dans cette étude, nous essaierons d'analyser les changements de prix des produits CANDIA avant, pendant et après la pandémie de Corona, Pour cette raison, nous avons interrogé 100 consommateurs de l'opinion publique si qu'ils remarquaient des changements dans le prix des produits de l'entreprise et de déterminé le moment ou la période de ces changements, , et nous avons obtenu les résultats comme suit (Figure.20) :

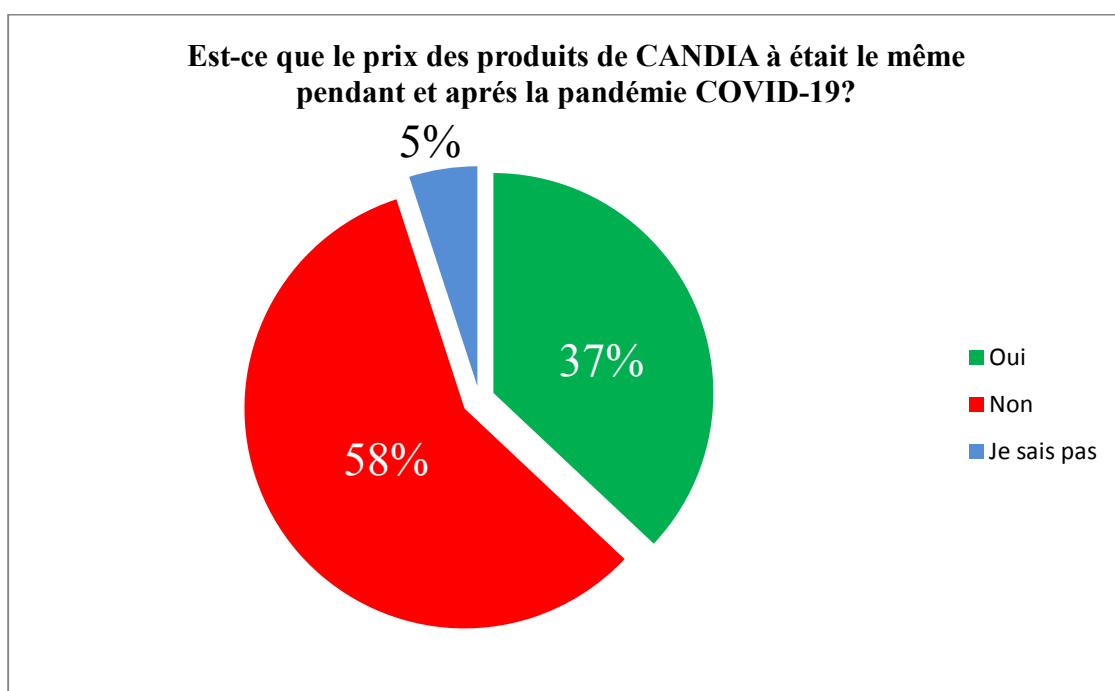


Figure.20 : Statistiques sur les prix des produits de CANDIA.

Source : par nos soins.

Les résultats de cette analyse indique que les avis des consommateurs a étaient contradictoires quant à le changement des prix des produits de CANDIA, car (37 %) des

répondants ont déclaré que le prix n'avait pas changé et n'avaient remarqué aucune fluctuation ou augmentation du prix des produits de l'entreprise pendant et après la pandémie, Alors que (5%) d'entre eux ont déclaré de ne pas savoir s'il y avait des changements de prix et n'avoir rien remarqué.

Mais la plupart des consommateurs interrogés (58%) ont confirmé qu'il y a des changements dans le prix des produits de l'entreprise à des périodes précises, cela nous amène à nous interroger pour connaître la période de ces changements et en déterminer la raison principale.

Par conséquent, nous avons demandé aux consommateurs qui avaient remarqué des changements dans le prix des produits au cours de la période au cours de laquelle ils avaient remarqué ces changements, et les résultats étaient les suivants (**Figure.21**) :

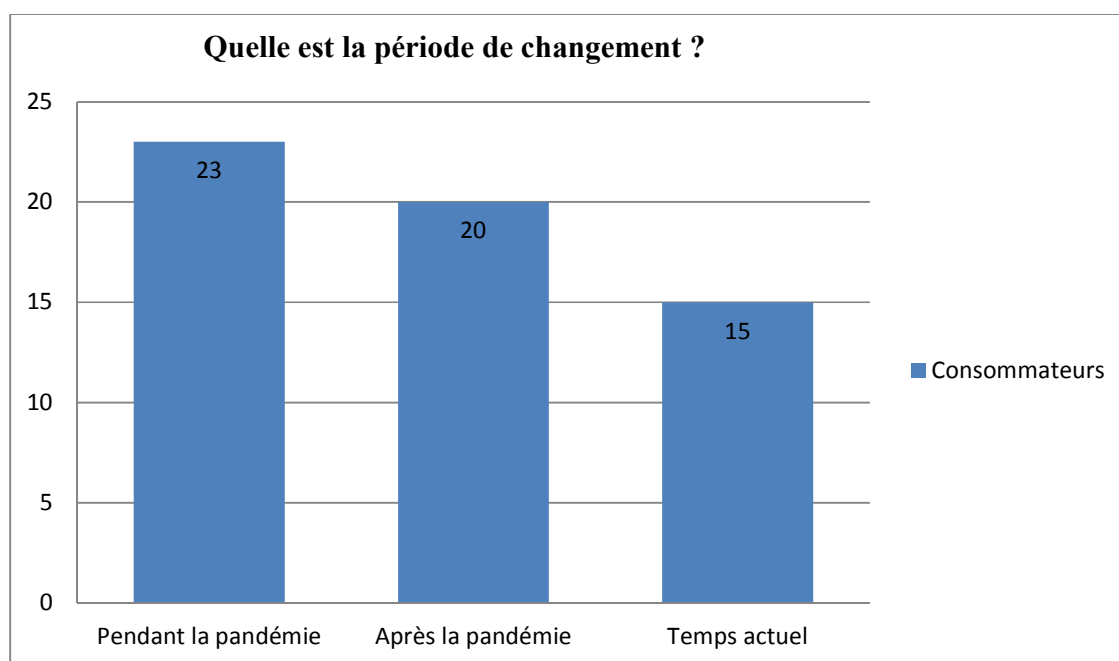


Figure.21 : statistiques sur la période de changement des prix des produits de CANDIA.

Source : par nos soins.

À première vue, on peut noter que toutes les réponses des répondants étaient dans l'épidémie post-Coronavirus, car 23 répondants sur 58 ont remarqué des changements de prix dans les premiers stades de l'épidémie de virus, Et 20 des 58 personnes interrogées ont constaté des hausses de prix dans la phase post-pandémique immédiate, Quant aux 15 autres, ils ont indiqué qu'ils avaient remarqué ces changements de prix au moment où cette étude est en cours de réalisation.

Après avoir fait nos propres enquêtes et fait une étude de marché complète sur le marché local. Nous sommes arrivés à la conclusion que la plupart des produits de consommation sur le marché algérien ont souffert d'une hausse de leurs prix sur le marché immédiatement après le déclenchement de la pandémie, Nous pouvons expliquer cela que le monde entier a souffert d'un problème économique majeur dû à la fermeture des frontières internationales entre les pays et à la réduction des exportations et des importations, cela a entraîné une forte demande des sociétés de production sur les matières premières et une diminution de l'offre, Ce qui a entraîné une hausse du prix des matières premières pour la production de consommables, et cela a provoqué une forte pression pour les pays, car la réaction des consommateurs a été négative, puisqu'ils ont commencé à acheter ces consommables de manière exagérée dans le but de les stocker et de peur qu'ils ne soient pas disponibles dans un futur proche, C'est ce qui a poussé les pays à privilégier les produits les plus demandés et les plus consommés.

Selon moi, je pense que CANDIA a beaucoup souffert à cet égard, car l'État algérien a donné la priorité à la production de consommables le plus demandé et le moins cher pour les consommateurs en raison de la détérioration de la situation économique des citoyens au cours de cette période, je pense donc que l'entreprise a dû relever des défis difficiles pour obtenir sa matière première spéciale, Et comme j'ai mentionné précédemment, la demande était très élevée, contrairement à l'offre qui était faible. Nous pouvons directement conclure que la principale raison des prix élevés des produits CANDIA après l'apparition du virus COVID-19 est la crainte de l'entreprise de faire face à une baisse significative de sa marge bénéficiaire dans le cas où ils n'augmentent pas le prix de leurs produits, Je considère personnellement que cette décision est optimale car l'objectif premier et principal de chaque entreprise est d'augmenter et de préserver ses bénéfices, mais d'un autre côté, je pense que l'entreprise doit se méfier de toute réaction négative des consommateurs pour ses produits.

3.5. L'opinion publique sur CANDIA :

Pour terminer notre étude sur les consommateurs, nous avons voulu connaître l'opinion du public si ils considèrent l'entreprise de CANDIA comme l'une des meilleures entreprises du marché local, et nous avons demandé leur avis sur les suggestions pour l'entreprise dans le futur, et nous avons obtenu les résultats suivants (**Figure.22**) :

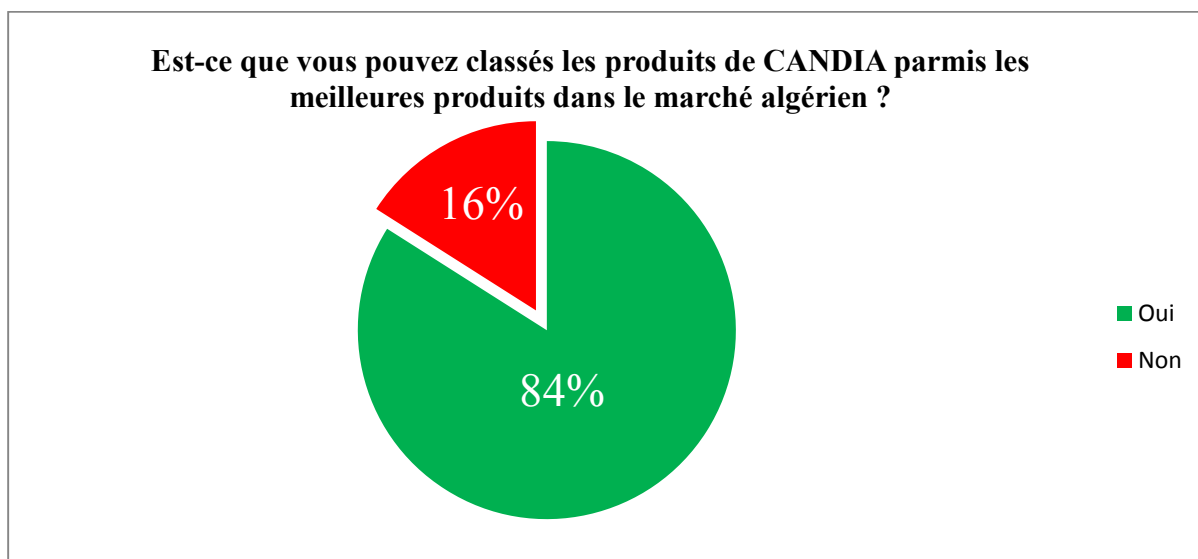


Figure.22 : Statistiques de classement des produits CANDIA.

Source : par nos soins.

Comme prévu, les résultats ont été très positifs, vu que, la majorité (84%) des consommateurs interrogés ont confirmé que CANDIA est considérée comme l'une des entreprises les plus solides et les plus prospères en termes de qualité de ses produits et de sa grande disponibilité sur le marché local, ce qui a permis aux consommateurs de profiter plus facilement des produits de cette entreprise, D'autre part, la minorité (16%) a exprimé que l'entreprise ne mérite pas d'être classée parmi les meilleures entreprises du marché algérien de leur point de vue, arguant que les concurrents directs de cette entreprise étaient en mesure de répondre à leurs besoins de consommation.

Après avoir écouté les avis et suggestions des consommateurs sur l'entreprise, j'ai remarqué qu'un grand pourcentage d'entre eux demandent à l'entreprise de réduire leurs prix actuellement sur le marché, certains d'entre eux ayant qualifié ces prix d'exagérés, Certains ont également suggéré la production d'un nouveau produit à bas prix pour gagner une clientèle plus large, Il y a aussi ceux qui ont exigé que l'entreprise étende sa production et établisse des unités spéciales dans tout le pays, et cela pour augmenter leur production afin de pouvoir atteindre toutes les régions du pays, en particulier les zones reculées.

Eh bien, nous pouvons conclure que cette pandémie a affecté la situation économique du consommateur local, et cela a affecté négativement toutes les entreprises produisant des produits de consommation, et CANDIA ne fait pas exception, Mais malgré cela, CANDIA a réussi à lever son capital total pendant les années de la pandémie, Nous notons également que la quantité offerte sur le marché de 2020 à 2021(**figure.07**) a diminué d'un pourcentage relativement faible, mais nous notons une augmentation du capital de l'entreprise entre 2020 et 2021, Cela confirme

que l'entreprise a fait un excellent travail en préservant son capital au pire, et cela prouve à tous les concurrents que CANDIA mérite d'être à la pointe du marché local de mon point de vue.

Conclusion :

Ainsi, à la fin de cette étude, nous pouvons conclure que l'entreprise a fait un travail excellent et professionnel en termes de distribution de marchandises, quelle que soit la difficulté de la tâche au moment de la pandémie.

D'un côté, il y a ceux qui se sont plaints de la faible valeur de la marge bénéficiaire des grossistes, et cela est causé par l'entreprise, car elle fixe un prix unifié pour le grossiste et le détaillant, et c'est ce dont les grossistes se sont plaints, et grâce à nos recherches et nos questions aux grossistes, ils ont réalisé que l'entreprise devrait considérer la tarification en raison de l'effort fourni par les grossistes, quels que soient les détaillants qui font le moins d'efforts.

Ce qui est étrange, c'est que ce problème est le seul qui existe pour les grossistes, comme pour tout le travail effectué dans de bonnes conditions professionnelles.

Et de mon point de vue, l'entreprise devrait vraiment tenir compte des prix du grossiste et du détaillant, et ceci pour encourager le grossiste et incarner la justice commerciale, et à travers cela, nous pouvons dire que cela profite grandement au travail de l'entreprise au sein de le marché local.

L'entreprise doit également écouter et prêter attention aux opinions des consommateurs de ses produits et les prendre en considération afin d'être en mesure d'assurer l'acceptation de l'opinion publique pour leurs produits et de gagner plus d'espace sur le marché en raison de la présence de féroces concurrences dans ce secteur.

Conclusion Générale

Conclusion générale:

La logistique est importante pour tous les acteurs de l'entreprise car elle influence son activité. C'est, dans la plupart des entreprises, une fonction transversale qui concerne l'ensemble des services et permet de les lier le plus efficacement possible, utilisez maintenant le système d'information de l'entreprise pour la gestion logistique. Pour être efficaces, les entreprises devraient idéalement utiliser un codage clair et identique pour chaque fonction de l'entreprise. La logistique ne se limite pas à organiser le transport des matières premières et des marchandises, c'est en fait la technologie de contrôle et de gestion du flux de matières et de produits de la source d'approvisionnement au point de consommation.

Sinon, comment expliquer qu'un virus invisible à l'œil nu, cause autant de mal qu'une guerre ! Taux de mortalités très élevés... Dégâts tridimensionnels : *matériels* (ralentissement & arrêt de la vie professionnelle), *physiques* (mortalités), psychologiques (inquiétude et phobie).

Le virus Corona a causé de nombreuses pertes humaines et conduit le monde à un problème économique majeur, car ce virus a touché la plupart des entreprises internationales, ce qui a entraîné de grandes pertes pour les pays, Alors que ces entreprises rencontraient de nombreuses difficultés pour traiter avec leurs clients et leur propre main-d'œuvre et pour fournir leurs biens au consommateur, car l'approvisionnement souffrait à l'époque de cette pandémie de graves problèmes en raison de la fermeture des frontières internationales par les gouvernements de peur d'augmenter le nombre de personnes infectées et dans le respect des lois sanitaires internationales pour lutter contre ce virus.

Cela a ajouté aux entreprises d'autres coûts et sacrifices dans le respect de ces règles sanitaires, car cela a réduit le nombre d'heures de travail pour les employés et les ouvriers, ce qui a entraîné une réduction de la productivité de chaque entreprise. Par conséquent, les entreprises devaient agir rapidement et immédiatement dans la résolution de ces crises afin d'éviter des pertes humaines et morales, Comme certaines entreprises internationales ont fait face à ce problème d'extension en s'appuyant sur le produit local et en acquérant la matière première locale, ce qui a conduit à encourager la production locale pour chaque pays, La plupart des entreprises se sont tournées vers l'application de la loi sur le travail à distance et l'utilisation de la technologie pour faciliter leur démarche, quant à la distribution des biens, les entreprises ont renforcé les rangs de leurs distributeurs, et ce pour répondre à l'énorme demande, notamment pour les produits de grande consommation.

Comme la plupart des entreprises internationales, CANDIA a rencontré de nombreux problèmes d'approvisionnement et de distribution, notre étude s'est donc basée sur une analyse de la situation pendant et après la pandémie, J'en ai conclu que CANDIA a fait un travail professionnel et a réussi à résoudre les problèmes qui existaient à l'époque de cette pandémie, comme ce que nous avons auparavant, cette entreprise a été en mesure de satisfaire chacun des consommateurs et c'est en fournissant la commodité et la facilité de son acquisition malgré

l'énorme demande pour ses produits et le manque de matière première, et le grossiste, en facilitant les méthodes de travail des distributeurs pour cette entreprise et leur grand engagement en temps de pandémie, comme l'entreprise n'a pas été confrontée à un défi majeur dans la surveillance de ses distributeurs, en utilisant la technologie, car l'entreprise a créé une application basée sur la surveillance des distributeurs et le suivi de l'emplacement de chaque marchandise et garantissant son arrivée à temps, et aussi l'affectation de superviseurs spéciaux pour chaque distributeur.

De mon point de vue, et compte tenu des nombreux résultats positifs présentés dans cette étude, je félicite l'entreprise pour ce travail professionnel, mais je peux suggérer des solutions qui pourraient aider l'entreprise à faire face à d'éventuels dangers futurs, l'entreprise devrait ouvrir de nouvelles des points de distribution dans les zones à forte demande pour ses produits, et aussi en se concentrant sur la distribution de ses produits dans les zones reculées, car certains vendeurs exploitent ces zones pour augmenter les prix des produits de cette entreprise, Par conséquent, l'entreprise doit faire des lois strictes contre ce type de commerçants, et cela pour préserver l'image public de CANDIA, et de faciliter l'arrivée de ses produits au consommateur d'une manière sûre et au même prix.

L'entreprise devrait également réfléchir sérieusement à l'acquisition d'une autre partie du marché local, et ce en fournissant des produits à un prix inférieur, compte tenu de la détérioration de la situation économique d'une grande partie de la population algérienne, et afin d'éviter tout danger soudain, l'entreprise doit prendre toutes ses précautions et toujours se préparer à tout problème pouvant survenir dans le monde à la suite de maladies ou de catastrophes mondiales.

Cependant, nos résultats sont encore limités en raison du faible taux de réponse compagnie. Le cadre théorique n'est pas suffisamment cité en raison de sa nouveauté sujette. Enfin, nous manquons du recul nécessaire sur les conséquences des stratégies adoptées par l'entreprise.

Toutes ces limites ouvrent de nouvelles voies de recherche avenir.

Bibliographie

Bibliographie

- Abe & Hoontrakul, 2015
- Alain COURTOIS et Chantal BONNEFOUS, Indicateurs de performance, Hermès, 2001, P 285.
- Antje Burmeister, Faridah Djellal, C. Meunier, F. Payen, Thomas Zérroual, Performance logistique et développement de l'entreprise, Hall open science université, 13 Déc 2010.
- Barbara Lyonnet, Marie-Pascale Senkel, la logistique, Paris, 2005, page 9,10
- Boulitama Othman, Rahli Driss & Sabri Karim. L'impact de la COVID-19 sur la chaîne logistique marocaine, Université Hassan II – Casablanca, Page 168, Mai 27, 2021.
- Cadiou, 1995 ; Jaffeux, 1997
- cf. annexe 3 – Présentation du « Beer Game » et du « BullwhipEffect ».
- Chartier et al., 2010; Evans & Elphick, 2005; Weisath et al., 2002
- Chopra & Sodhi, 2014
- Clark, 1921 ; Moran et Ghoshal, 1999.
- Coombs & Laufer, 2018
- Coombs, 2014
- Définition du « Council of Supply Chain Management Professionnals » (équivalent américain de l'ASLOG).
- Demeestère et al., 2017
- Desoutter & Lavissière, 2018; James & Wooten, 2011; Jeong et al., 2020; Richey, 2009; Wright, 2008
- Dictionnaire de LAROSSE, édition 2021,covid-19.
- Entretien avec M. Fabrice SEGURA - groupe Stanley/Black & Decker, 9 février 2018
- Fabbe-Costes, 1991 ; Fiore, 1995
- Féliès, 2004
- Ganeshan et al., 1999 ; Schmidt et Wilhelm, 2000 ; Mula et al., 2010 ; Maravelias et Sung 2009
- Harmon, 1992
- He et al., 2021; Sarkis, 2020
- David Annotel, Thierry Fara, Sébastien Freidig, Christophe Roucoule, Optimiser la chaîne logistique d'un service d'industrie et de secours par le supplychain management, l'École Nationale Supérieure des Officiers de Sapeurs-Pompier, France, décembre 2018.

- Laurent Buzon, « Contribution à la structuration des échanges de connaissances dans le cadre de relations de collaboration dans les chaînes logistiques » Thèse de doctorat d'Informatique, Université Lumière Lyon 2, P 12 , Le 8 décembre 2006.
- <https://www.bdc.ca/fr/articles-outils/operations/acheter/covid-19-etapes-gerer-risques-chaîne-approvisionnement> , la Banque de développement du Canada, 31 mai 2022
- https://www.ey.com/en_gl/supply-chain/how-covid-19-impacted-supply-chains-and-what-comes-next , EY, Par Sean Harapko EY Amériques Leader de la transformation de la chaîne logistique et de la RPA de la chaîne d'approvisionnement mondiale, 18 février 2021, (traduit par nos soins), le 31 mai 2022.
- <https://www.mecalux.fr/blog/logistique-coronavirus>, Mecalux, 02 juin 2022.
- <https://www.mecalux.fr/blog/logistique-pharmaceutique>, Mecalux, 02 juin 2022.
- <https://www.stock-az.fr/faq/but-logistique/> , consulté le : 22/05/2022 à 22:20
- <https://www.stock-az.fr/faq/but-logistique/> , consulté le : 22/05/2022 à 22:20
- <https://www.symbia.com/resources/challenges-facing-the-logistics-industry/>, Symbalogistics, Steve Buckman, 06 mai 2020, (traduit par nos sois).
- James & Wooten, 2011
- Jomini, 1837
- Karam sarkise, 2021. texte scientifique.(cite internet) <https://www.auf.org/wp-content/uploads/2021/03/D.-Karam-Sarkis-II-e%CC%81t-une-fois.pdf>
- Lagadec&Boin, 1970; Missiroli, 2006; Richard A. Posner, 2016
- Le SARS-CoV-2, identifié en 2019
- Lee et al., 1993
- Lynch, 2009
- MARCHEL (A) : « logistique globale », ellipses, édition Marketing S.A, 2006, P.31.
- Merzouk, 2007.
- Mirdamadi, 2009
- Mohamed Zied Babai, « Politique de pilotage de flux dans les chaînes logistiques : impact de l'utilisation des prévisions sur la gestion des stocks », thèse grade de doctorat, Paris, 2005, P 8.
- Naima Lgarch, Quelques Notions Logistiques, Page 4,6
- Najat Bara, Modèles d'aide à la décision en Supply Chain Management et valorisation économique : principes méthodologiques et applications, Université Paris I Panthéon Sorbonne, Paris, 10 DÉC 2020. Natarajarathinam et al., 2009

- O.Oparanma&Wechie, 2014
- Ouzizi, 2005
- Perona & Miragliotta, 2004; Serdarasan, 2013
- Pierre Medan, Anne Gratacap, op ci, Page 15.
- Programme de Vaccination de la Fédération Wallonie-Bruxelles, Guide De Gestion Des Vaccins Et De Préservation De La Chaîne Du Froid, Edition 2019.
- Queiroz et al., 2020.
- Rota- Franz et al., 2001
- ROTTA-FRANZ, Thierry et Bel, Gestion des flux dans les chaînes logistiques, Hermès, 2001, P 186.
- S. VÉRONNEAU, L'information dans la chaîne logistique, Revue française de gestion n°186, 2008, pp. 149- 161.
- Shaluf et al., 2001
- Stadtler et Kilger, Supply Chain Management and Advanced Planning, Springer, 2005, P 512.
- Tsay et al., 1999

Résumer :

Dans un environnement en constante évolution, les entreprises et les économies sont de plus en plus confrontées à une concurrence internationale très intense, à des évolutions technologiques incessantes et à des attentes toujours croissantes des clients. Cette situation changera radicalement en 2020, lorsque le monde sera confronté à une crise sanitaire sans précédent marquée par la propagation du coronavirus. En conséquence, toutes les activités économiques ont été affectées, notamment en Algérie, en raison de la fermeture des frontières et de l'arrêt de la production dans le monde entier, où la crise pandémique a profondément affecté tous les domaines d'activité stratégiques du pays, en particulier le secteur de la logistique, comme ils le savent Le secteur est considéré comme l'un des créneaux les plus importants de l'économie algérienne. Cet article se concentre sur l'analyse de l'impact de cette épidémie inattendue sur la logistique et la gestion de la chaîne logistique en Algérie, et plus spécifiquement au niveau de l'entreprise CANDIA.

Mots clés :Logistique, Chaîne logistique, la gestion de la chaîne logistique, COVID-19, la pandémie.

Abstract

In an ever-changing environment, companies and economies are increasingly facing intense international competition, relentless technological developments, and ever-increasing customer expectations. This situation will change drastically in 2020 when the world will be confronted with an unsurpassed health crisis marked by the spread of the coronavirus. Consequently, all economic activities were affected, notably in Algeria, owing to the closing of borders and stop of production worldwide, where the pandemic crisis profoundly affected all strategic domains of activity of the country, particularly the area of the logistics, as they know it the area is considered to be one of the most critical parallel parking of Algerian economy. This article focuses on the analysis of the impact of this unexpected epidemic on logistics and supply chain management in Algeria, and more specifically at the level of the CANDIA Company.

Keywords: Logistics, Supply Chain, Supply Chain Management, COVID-19, Pandemic.

المخلص

في بيئة متطورة باستمرار ، تواجه الشركات والاقتصادات بشكل متزايد منافسة دولية مكثفة للغاية ، والتطورات التكنولوجية المستمرة وتوقعات العملاء. سيتغير هذا الموقف بشكل جذري في عام 2020 ، عندما يواجه العالم أزمة صحية غير مسبوقة تتميز بانتشار فيروس كورونا. وبالتالي ، تأثرت جميع الأنشطة الاقتصادية ، لا سيما في الجزائر ، بسبب إغلاق الحدود ووقف الإنتاج في جميع أنحاء العالم ، حيث أثر الوباء بشكل عميق على جميع مجالات النشاط الاستراتيجي للبلد ، ولا سيما القطاع اللوجستي ، كما يعرف على أن القطاع أنه يعتبر واحداً من أهم الفتحات في الاقتصاد الجزائري. تركز هذه المقالة على تحليل تأثير هذا الوباء غير المتوقع على اللوجستيات وإدارة سلسلة التوريد في الجزائر ، وبشكل أكثر تحديداً على مستوى شركة CANDIA

الكلمات المفتاحية: الخدمات اللوجستية، سلسلة التوريد، إدارة سلسلة التوريد، كوفيد-19، الجائحة.