

## Table des matières

Dédicaces

Remerciements

Liste des tableaux

Liste des figures

Liste des abréviations

Sommaire

Introduction générale ..... 1

**Chapitre I : Danone Djurdjura Algérie et son environnement..... 3**

Section 01 : Présentation générale de Danone Djurdjura Algérie ..... 4

1-1) Qui est Danone Djurdjura ?..... 4

1-1-1) Historique..... 4

1-1-2) Situation géographique..... 5

1-1-3) Secteur d'activité et infrastructure..... 5

1-1-4) Gamme de produit..... 6

1-2) Structure organisationnelle de DDA..... 7

1-2-1) Organigramme..... 7

1-2-2) Activités des différentes directions..... 7

a) Direction générale..... 7

b) Direction des ressources humaines..... 7

c) Direction SSD (supplier sourcing development..... 7

c-1) Service Collecte lait..... 7

c-2) Service Achat..... 8

d) Direction industrielle..... 8

d-1) La production..... 8

d-2) La maintenance..... 10

d-3) La performance..... 10

d-4) Hygiène et sécurité..... 10

e) Direction commerciale..... 10

e-1) Le pole développement commercial..... 10

e-2) Le pole opérationnel..... 11

f) Direction Supply Chain.....	13
f-1) Service prévision.....	13
f-2) Service planification.....	13
f-3) Service transport/déploiement.....	13
f-4) Service client.....	13
g) Direction financière.....	13
g-1) Service comptabilité.....	13
g-2) Service contrôle de gestion.....	13
g-3) Service audit interne.....	13
h) Direction Assurance Qualité.....	14
i) Direction marketing.....	14
j) Direction Recherche et Développement.....	14
j-1) Chef de département.....	15
j-2) Responsables Projet leader.....	15
j-3) Responsable Essais industriels.....	15
j-4) Responsable packaging.....	15
Section 02 : L'environnement de DDA.....	16
2-1) Le macro environnement.....	16
2-1-1) l'environnement démographique.....	16
2-1-2) L'environnement économique.....	16
2-1-3) L'environnement naturel.....	17
2-1-4) L'environnement technologique.....	17
2-1-5) L'environnement politico-légal.....	17
2-1-6) L'environnement culturel .....	18
2-2) Le microenvironnement de DDA.....	18
2-2-1) Les fournisseurs.....	18
2-2-2) Les intermédiaires.....	19
2-2-3) Les consommateurs.....	21
2-2-4) Les concurrents.....	21
2-3) L'environnement concurrentiel de DDA.....	21
2-3-1) Le marché des yaourts en Algérie.....	21
a) L'ouverture de l'Algérie à l'économie de marché.....	21
b) L'évolution du marché des yaourts en Algérie.....	21
2-3-2) La laiterie Soummam.....	22
a) Historique.....	22
b) Quelques chiffres.....	22
c) Gamme de produits.....	23
d) Partenariat avec Lactalis.....	24
2-3-3) schéma de Porter.....	24

2-4) L'analyse SWOT.....	25
<b>Chapitre II : Le management de la qualité.....</b>	<b>28</b>
Section 01 : Généralité sur la notion de la qualité.....	29
1-1) Histoire et principes de base de la qualité.....	29
1-1-1) Histoire de la qualité.....	29
1-1-2) Les principes de base de la qualité.....	31
1-2) Définitions de la qualité.....	31
1-3) Les enjeux de la qualité.....	32
1-4) Les différents types de qualité .....	32
1-5) Pourquoi la qualité ?.....	33
1-6) Les paramètres de mesure de la qualité.....	34
1-6-1) La satisfaction client.....	34
1-6-2) L'audit interne.....	34
1-6-3) Mesure et surveillance des processus.....	34
1-6-4) Mesures et surveillances des produits.....	34
1-7) Le management de la qualité et la certification.....	35
1-7-1) la norme et la normalisation:.....	35
a) La norme.....	35
b) La normalisation.....	35
1-7-2) La certification.....	35
a) Les acteurs de la certification.....	36
a-1) L'organisme certificateur.....	36
a-2) L'organisme accréditeur.....	36
a-3) L'organisme candidat à la certification.....	36
b) les différentes certifications.....	36
b-1) La certification sur le produit.....	36
b-2) La certification de personne.....	36
b-3) La certification de système.....	36
Section 02 : La qualité dans le secteur agroalimentaire.....	37
2-1) Les dimensions de la qualité.....	37
2-2) L'hygiène des aliments.....	38
2-2-1) La sécurité des aliments.....	38
2-2-2) La salubrité des aliments.....	38
2-3) Les risques et ses dimensions.....	38
2-3-1) Le risque.....	38
2-3-2) Les dimensions du risque.....	39
2-4) Les différents types de yaourt.....	39
2-5) Les qualités du yaourt.....	39
2-5-1) Aspects physico-chimiques.....	40
2-5-2) Aspects hygiéniques.....	40

2-5-3) Défauts et altérations du produit.....	40
a) Principaux défauts de gout.....	40
b) Principaux défauts de texture.....	40
c) Principaux défauts d'apparence.....	40
2-5-4) Qualité organoleptique.....	40
2-6) Les critères de choix d'un yaourt.....	41
<b>Section 03 : L'assurance qualité au sein de DDA.....</b>	<b>42</b>
3-1) La direction Assurance Qualité de DDA.....	42
3-1-1) Micro structure de la direction.....	42
3-1-2) Les activités des différents services.....	43
a) Le service Qualité Amont.....	43
b) Service Qualité Corporate.....	44
b-1) La qualité Avale.....	44
b-2) Service consommateur.....	45
b-3) Service réglementaire.....	45
b-4) Service environnement.....	45
c) Service Qualité Usine.....	46
3-2) La contribution du laboratoire dans l'assurance qualité.....	46
3-3) Les systèmes HACCP et AIB.....	48
3-3-1) Le système HACCP.....	48
a) Présentation du système.....	48
b) les principes de base du système.....	48
3-3-2) Le système AIB.....	49
3-4) les missions des équipes qualité.....	49
3-4-1) Le comité de pilotage (C.O.P.I.L.).....	49
3-4-2) L'équipe d'amélioration de la qualité (E.A.Q.).....	49
3-4-3) Les groupes d'amélioration de la qualité (G.A.Q.).....	50
3-4-4) Cellule de communication.....	50
<b>Chapitre III : L'évaluation sensorielle.....</b>	<b>51</b>
Section 01 : Généralité sur l'évaluation sensorielle.....	52
1-1) Historique de l'évaluation sensorielle.....	52
1-2) Définitions et objectifs de l'évaluation sensorielle.....	52
1-2-1) Définitions .....	52
1-2-2) Les objectifs de l'évaluation sensorielle.....	53
1-3) Les enjeux de l'évaluation sensorielle.....	54
1-4) L'évaluation sensorielle et la dégustation.....	54
Section 02 : les essais analytiques et Les essais hédoniques.....	56
2-1) Les essais analytiques (Analyse sensorielle).....	56
2-1-1) Généralité.....	56
a) Définition.....	56

b) Les sujets.....	56
c) Les produits.....	57
d) Les méthodes.....	58
e) Les conditions de dégustation.....	58
2-1-2) Les différents essais analytiques.....	59
a) Essais discriminatifs.....	60
b) Essais de positionnement.....	61
c) Essais descriptifs : Le profil sensoriel.....	62
2-1-3) Les limites des essais analytiques.....	63
2-2) Les essais hédonique (tests consommateurs).....	64
2-2-1) Généralité.....	64
a) Définition.....	64
b) Consommateurs.....	64
c) Les produits.....	65
d) Les méthodes.....	65
e) Conditions de dégustation.....	65
2-2-2) Les différents essais hédoniques.....	66
a) Essai de préférence par comparaison par paires.....	66
b) Essai de préférence par classement.....	67
c) Essai de notation hédonique.....	67
2-2-3) Les limites des essais hédoniques.....	68
2-3) La relation entre L'analyse sensorielle et le test consommateur.....	68
Section 03 : L'évaluation sensorielle au sein de DDA.....	70
3-1) La direction R&D et marketing de DDA.....	70
3-2) Exemple type du déroulement de l'évaluation sensorielle pour un yaourt ferme.....	71
3-2-1) Le test consommateur.....	71
a) Le déroulement du test consommateur.....	71
b) Les résultats du test consommateur.....	72
b-1) Les résultats en comparatif.....	72
b-2) Les résultats en monadique.....	74
b-3) Les résultats en consolidé.....	76
3-2-2) L'analyse sensorielle.....	77
a) Le déroulement de l'analyse sensorielle.....	77
b) L'analyse Laboratoire.....	77
c) Les résultats de l'analyse labo et de l'analyse sensorielle.....	78

<b>Chapitre IV : Présentation et résultats de l'enquête.....</b>	<b>81</b>
Section 01 : Description de l'enquête.....	82
1-1) L'objectif de l'enquête.....	82
1-2) L'échantillonnage.....	82
1-2-1) La méthode d'échantillonnage.....	82
1-2-2) La taille de l'échantillon.....	83
1-3) Le questionnaire.....	83
1-3-1) La rédaction du questionnaire.....	83
a) la structure du questionnaire.....	83
b) Les types de questions.....	85
1-3-2) Administration du questionnaire.....	85
1-3-4) Traitement du questionnaire.....	85
Section 02 : Résultats de l'enquête .....	86
2-1) le tri à plat .....	86
2-2) Le tri croisé.....	107
2-3) Conclusion de l'enquête.....	109
Conclusion générale.....	110
Bibliographie.....	112
Glossaire.....	115
Annexes.....	118