

جامعة الجزائر

:

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير

تطوير المنتجات الجديدة كمدخل لتحقيق ميزة تنافسية

دراسة حالة: مطاحن الأغواط (2002 - 2006).

إعداد الطالب: بن قشوة جلول تحت إشراف الأستاذ: د. علي عبد الله

لجنة المناقشة:

.....
.....
.....
.....

السنة الجامعية: 2007/2006

الإهداء

لله الحمد و المنة، ثم الصلاة و السلام على المصطفى خير الأمة، و بعد:

إلى والدي الكريمين، لعلي بعثنا أحمل البهجة إلى قلوبهما، أطال الله عمرهما،
و وفقني لطاعتكما ...

إلى كل أفرام عائلتي و إخوتي، و أنصر بالذكر بن زيان، شكراً على مساندة
و دعمي لي طوال جهننا الوقت ...

إلى من وقف بجانبني و دعمني معنوياً ...

إلى كل معلم و أستاذ علمني طوال مشواري الدراسي ...
إلى كل أصدقائي ...

إلى كل هؤلاء ألهدي عملي.

كلمة شكر

أنتقدم بجزيل الشكر و العرفان لكل من ساعدهم و ساعد في إنجاز هذا العمل،
و الذي جعل من الأمل حقيقة.

و أخير بالذكر أستاذي الفاضل الدكتور علي عبد الله، الذي كان بالنسبة لي
أكثر من مشرف بتوجهاته القيمة.

إلى السيد: أحمد بوعزيز المدير العام لمؤسسة مطاحن الأغواط، و كل موظفي
و عمال المؤسسة على حسن استقبالهم و تعاملهم مع هذا البحث.

كما أشكر مسبقا السادة الأساتذة أعضاء لجنة المناقشة على تفضلهم باستقراء
محتويات هذا العمل.

إلى كل هؤلاء أسمي عبارات التقدير و الاحترام.

II - I	
[V-III]	
VII - VI	
X -VIII	
[08-01]	
[51-09]	الفصل الأول: دراسة نظرية لتطوير المنتجات الجديدة
10	
11	:
12	:
15	:
18	:
19	:
22	:
23	:
34	:
36	:
37	:
38	:
39	:
43	:
46	:
49	:
51	
[94-52]	الفصل الثاني: مدخل لتحليل أساسيات الميزة التنافسية
53	
54	:

54	:
56	:
62	:
66	:
70	:
70	:
74	:
77	:
81	:
85	:
85	:
89	:
90	:
92	:
94	:
[124-96]	:
96	:
97	:
97	:
98	:
102	:
104	:
104	:
108	:
113	:
113	:
114	:
118	:

120	:
120	:
122	:
127	:

[131 -128]
[171 -132]
[181 -172]

قائمة الجداول:

الصفحة	العنوان	رقم الجدول
105	.	01
106	.2002	02
107	.2004	03
108	.	04
109	.	05
110	.	06
110	.	07
111	.	08
111	.	09
112	.	10
112	.	11
122	.	12
123	.	13
124	.	14
124	.	15
125	.	16
125	.	17

قائمة الأشكال:

الصفحة	العنوان	رقم الشكل
11	.	01
20	.	02
24	.	03
47	.	04
57	.	05
62	.	06
67	.	07
74	.	08
79	.	09
82	.	10
101	.	11
115	.2006	12

) " : ()
" : (-
")
" : (-)
")

إشكالية الدراسة:

:

✓

:

- ✓
- ✓
- ✓
- ✓
- ✓
- ✓

فرضيات الدراسة:

:

✓

:

- ✓
- ✓
- ✓
- ✓
- ✓

أسباب اختيار الموضوع والمؤسسة محل الدراسة:

:

- 1
- ✓
- ✓
- ✓

:

-2

2006-11-05 :

% 60

":

			[...]
			[...]
(03)			[...]
			[...]
			(40)
			"
			(40)
			أهمية الدراسة:
2007-2000			✓
			:
			1999-1998
			✓
			✓
			✓
			أهداف الدراسة:
			✓
			✓
			✓
			الدراسات السابقة:
			2007
			:

		»	✓
	«		
	.2004	-	
:		»	✓
-		«	
		.2006/2005	
«	:	»	✓
	.2002	-	
-	«	»	✓
		.2003	
«		»	✓
		.2005/2004	-
	«	»	✓
		.2005	-

أدوات الدراسة:

:		✓
		✓
		✓
()		✓

حدود الدراسة:

.2007-2000

.2006-2002

	:	✓
	:	✓
	:	✓
	:	✓
(PORTER)	:	✓
	:	✓
(PORTER)	:	✓
	:	✓
	:	✓

: ◀

(2006-2002)

(03)

..

..



..



..



..



..



الفصل الأول: دراسة نظرية لتطوير المنتجات الجديدة

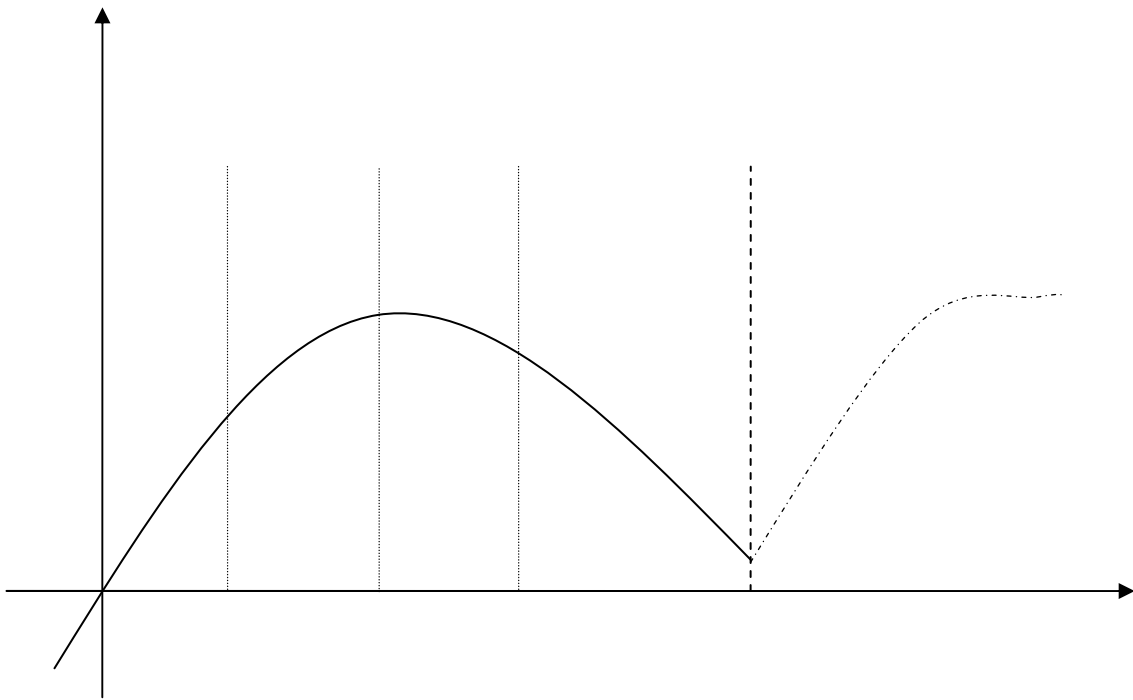
المبحث الأول: مدخل شامل للمنتجات الجديدة.

المبحث الثاني: تطوير المنتج الجديد بين النظرية والتطبيق.

المبحث الثالث: المقاربة الثلاثية للبحث والتطوير، الابتكار والإبداع.

:





الشكل (01): مخطط توضيحي لمرحلة حياة المنتج و مرحلة التطوير



()

.

.

:

à

.

:

-

:

:

-1

:

1.«

» :

↖

2.«

» :

↖

.

:

-2

:

ã

» :

↖

3.«

.174 · 2007 ·

.

· «

» ·

_1

· 2002 ·

.

-

.

· «

:

» ·

_2

.231

.151 · 2007 ·

.

-

· «

:

» ·

_3



» : ◀
1.«

:

- : [...] .
- : [...] .
- : [...] .
- : [...] .
- : [...] .
- : [...] .

◀ - :

» : ◀

2.«

» : ◀

B

3.«

¹- Philip KOTLER & autres, « **Marketing Management**», Edition Pearson éducation - France, édition spéciale, 12^{ème} édition, 2006, p 430.

²- « : » . 94 · 2004

³- « : » . 321 · 2001



1 .

2 .

3 .

4 .«*»

» :

« »

1 . 2006 . 246 . « : » .

2 . 2006 . 127-128 . « : » .

3 . 289 . « : » .

* .

4 . 175 . « » .



	(Philips)	()	
1. % 60			
2. :			
	:	:(Acquisition)	-1
			-
			-
	:	:(Innovation)	-2
			-
			-
		:	
			-
	(Philip KOTLER)		(06)
		:(Philip KOTLER)	-
3. :	(06)		
	:(Les produits entièrement nouveaux)		-1

¹ .176

² .200 ·1999 · - ·« »·

³- Philip KOTLER & autres, « Marketing Management», Op.Cit, pp 726-727.



:(Les nouvelles lignes de produits) -2

:(Les extensions de gamme) -3

: (Les améliorations de produits) -4

:(Les repositionnements) -5

:(Les nouveaux produits moins chers) -6

% 10

(Philip KOTLER)

(06)

:(Le développement d'un système de livraison) -7

1.



	:	-
	:	-1
1.	:	-2
à	:	-3
	:	-4
	:	-
	:	✓
	:	✓
	:	✓
	:	✓

1. 290 . .

*

2. « » . 96 . 2002 . -

3. 97-96 . .



1. -5

2. -6

✓

✓

✓

✓

à

3. -2

4. -1

1. -203

2- Vincent BOLY, « Ingénierie de l'innovation : Organisation et méthodologie des entreprises innovantes », Lavoisier - Paris, 2004, p 31.

3. -258

4. -2004



-3 :

1.

-4 :

â

â â

â

2.

3.

✓

✓

✓

ä:

â

ä-

(Categorizing the adopters of agriculture)

(Everett ROGERS)

1958

4.

(05)

.62 · 2000 ·

-¹

² - Jacques LENDREVIE & autres, « **MERCATOR : théorie et pratique du Marketing**», Edition Dalloz gestion - France, 7^{ème} édition, 2003, p 328.

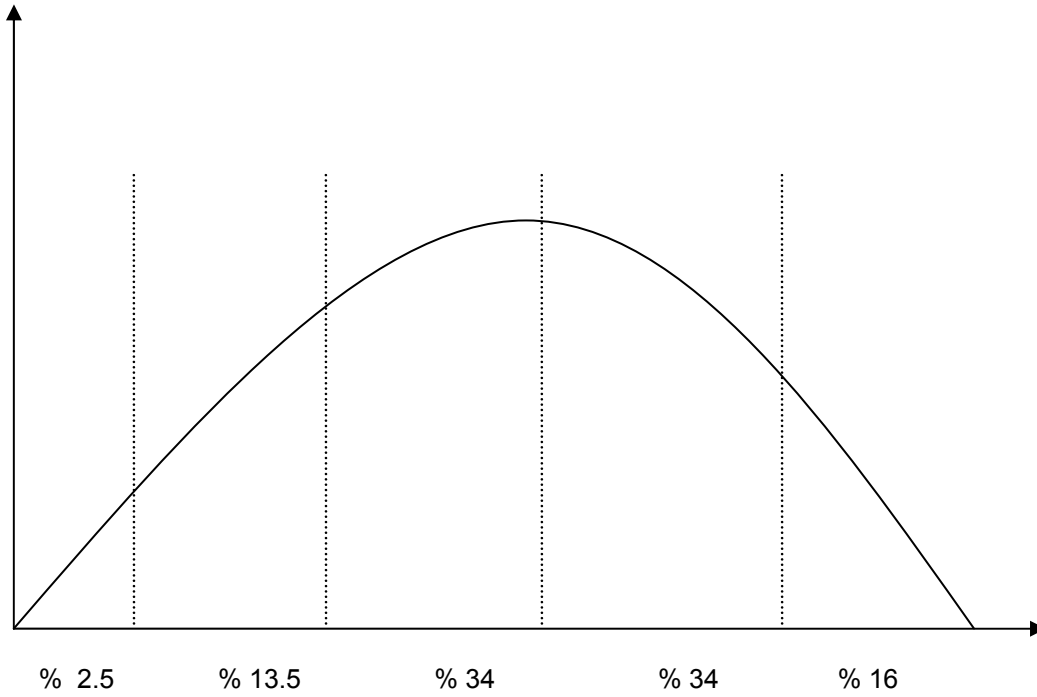
.128 ·

-³

⁴ - Marc VANDERCAMMEN, « **MARKETING : l'essentiel pour comprendre, décider, agir**», édition De Boeck université - Bruxelles, 2^{ème} édition, 2006, p 304.



(Evertt ROGERS)



الشكل (02): إنتشار المنتجات الجديدة لدى المستهلكين

Source : Philip KOTLER & autres, « Marketing Management», Op.Cit, p 766.

		:(Innovateurs)	-1
% 2.5			
	1.	à	
		:(Adopteurs précoces)	-2
% 13.5			
			2.

¹ - « : » - 2004 - 430 .

² - Marc VANDERCAMMEN, « MARKETING : l'essentiel pour comprendre, décider, agir», Op.Cit, p 340.



:(Majorité précoces) -3

% 34

1.

:(Majorité tardive) -4

% 34

2.

:(Retardateurs) -5

% 16

3.

:

-

:

.431 -1

·2002 · - « - : » · -2

.550

³- Amina BEJI & autres, « Degré de novation et utilisateur leader : pour une meilleur compréhension de l'adoption des nouveaux produits», in Delphine MANCEAU, Alain BLOCH, « De l'idée au marché : Innovation et lancement de produits», Vuibert - Paris, 2000, p193.



-1 :

-2 :

à

-3 :

-4 :

-5 :

1:

✓

✓

✓

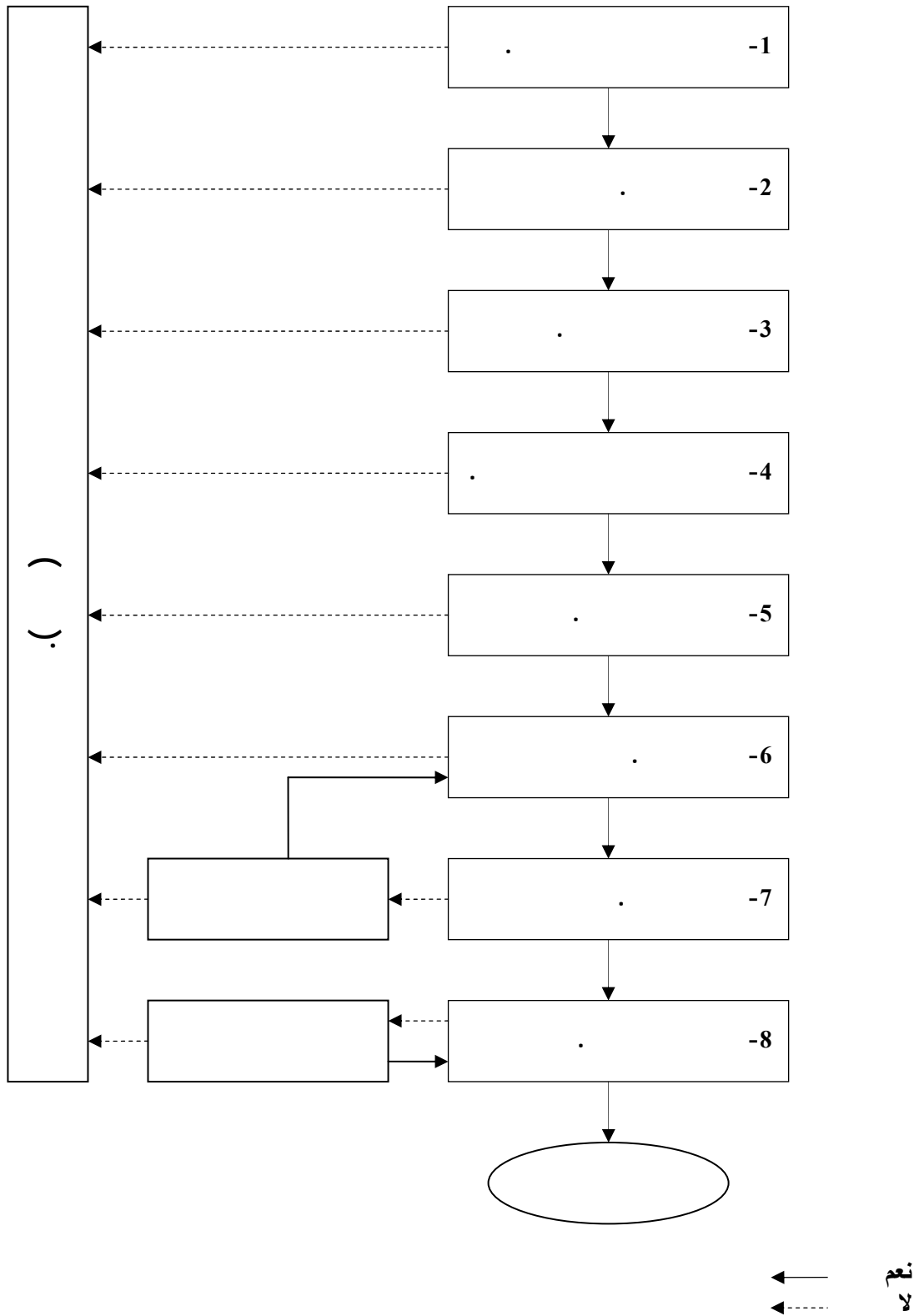
✓

✓



(KOTLER).





الشكل (03): الخطوات الرئيسية لتطوير المنتج الجديد

Source : Philip KOTLER & autres, « Marketing Management », Op.Cit, p 736.



(L'émergence des idées) -

(Les sources d'idées) -1

(03)

(Les sources internes) -

(La direction générale) •

1.

•

•

2.

•

3.

(Les sources externes) -

¹- Philip KOTLER & autres, « Marketing Management», Op.Cit, p 740.

.243 · 2005 · - « » - ²

.243 · ³



		•	
			1.
		•	
			2.
		•	
3.	à		
		-	
		✓	
		✓	
		✓	
		✓	
		-2	
		-	
1938	(Alex OSBORNE)		
			5.1978

¹- Philip KOTLER & autres, « Marketing Management», Op.Cit, p 735.

.243 · « » · -2

.262 · 1998 · - « : » · -3

⁴- Ibid, p 741.

.153 · 2004 · - « » · -5



1.

2. (12-6)

(15)

à

()

à

3.

:(Les listes d'attributs)

-

(OSBORNE)

à

4.

✓

✓

✓

·(www.salahagag.jeeran.com)·

·« »·⁻¹

.2007-01-21 :

·2005 · - ·« »·⁻²

.330 -238

: ·(www.iraqism.com22.htm) ·« »·⁻³

.2007-01-23

· - ·« »·⁻⁴

.41-40 ·2004 ·



:(L'analyse Morphologique)

-

1.

:(Technique de Delphi)

-

2.

✓

✓

✓

à

✓

3.

:(Le filtrage des idées)

-

4.

5.

¹ .141 · 2003 · - « » ·

² .292 · 2007/2006 · - « » ·

³ .61 · 2003 · - « : » ·

⁴ .117 · 1998 · - : « » · (Lan CHASTON)

⁵ .196 · 2003 · - « : » ·



1.

2. *

3. *

4.

:(Le Concept)

» :(Peter DRUKER)

3.«

²- Philip KOTLER & autres, « **Marketing Management**», Op.Cit, p 744.

³- J. LENDREVIE & autres, « **MERCATOR : théorie et pratique du marketing**», Op.Cit, p 262.

⁴- Claude DEMEURE, « **MARKETING**», édition DALLOZ - France, 2^{ème} édition, 1999, p 111.



à

:
✓
✓
✓
✓
✓

()

à

à

1.

2.

à

✓
✓
✓

:(Élaboration de la stratégie marketing)

-

(03)

:

-1

3.

à

(02)

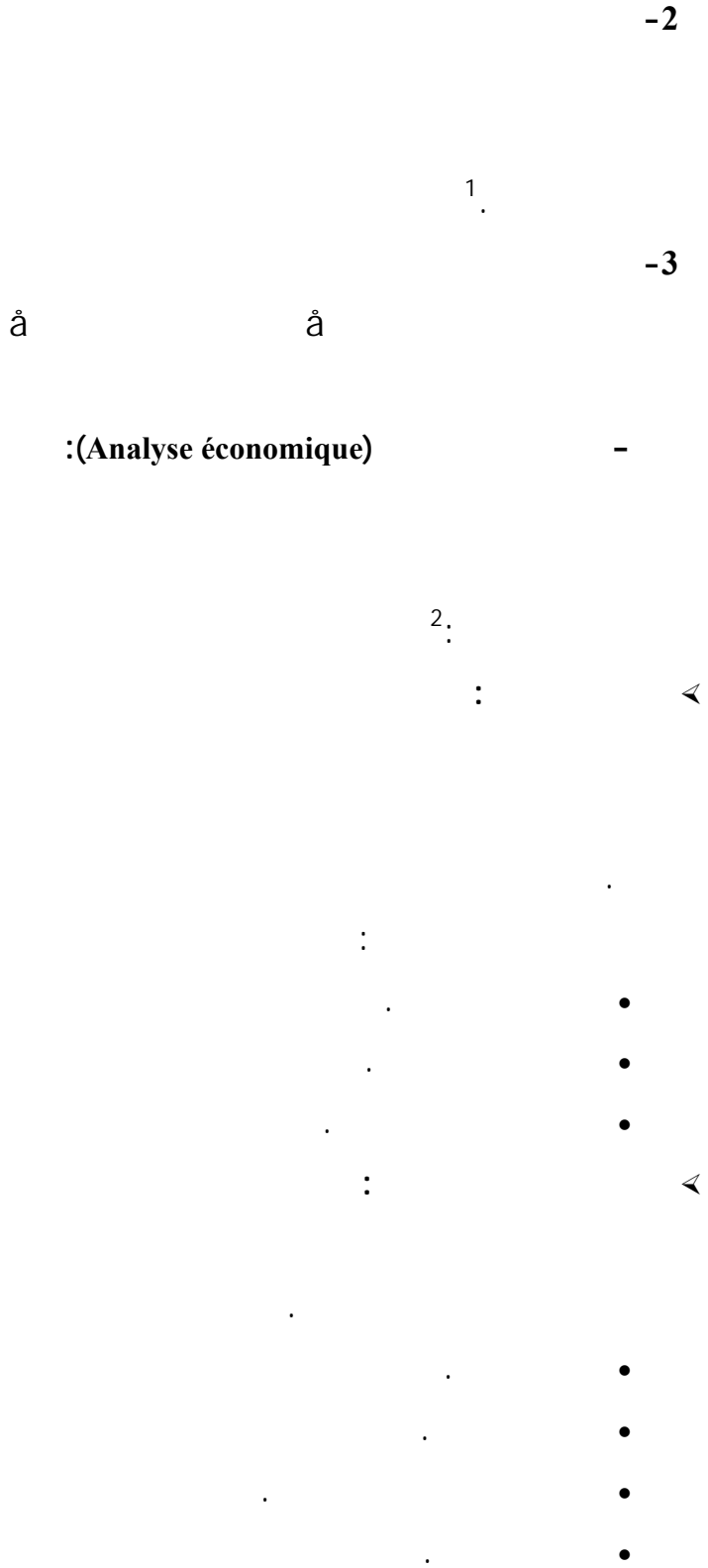
(03)

¹- J. LENDREVIE & autres, « MERCATOR : Théorie et pratique du marketing », Op.Cit, p 341.

.203 · 2001 · - · « · » · ²

.109 · · « · : · » · ³





Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST

¹- Philip KOTLER & autres, « Marketing Management», Op.Cit, p 748.

² - « . . . » - 2001 - 199.



:(Élaboration du produit)

-

:

:

-1

1*

[...]

:

:

-2

**

2:

:(Alpha-test)

*

:(Bêta-test)

*

à

à

3:

-

-

*

¹- Philip KOTLER & autres, « **Marketing Management**», Op.Cit, p 754.

20000-10000

200

**

²- J. LENDREVIE, « **MERCATOR : théorie et pratique du marketing**», Op.Cit, p 341.

50

(L'Oréal) :

15

³- Yves CHIROUZE, « **Le marketing : études et stratégies**», Ellipses éd. marketing- Paris, 2003, pp 428- 429.



	-
	-
:(Marché-test)	-
1. :	✓
	✓
	✓
:(Lancement)	-
:	à
	(Quand)
2.	❖
	(Ou)
	à
	:
3.	
.69 .1999 . - . « . : . » . - ¹	

²- Philip KOTLER & autres, « **Marketing Management**», Op.Cit, pp 761-762.

³- Farida AROUCHE, « **Lancement d'un nouveau produit**», thèse de magister non publier, Ecole Supérieur de Commerce – Alger, 2003/2004, p 44.



(Qui)

❖

:

✓

✓

✓

✓

(Comment)

❖

:

» :

1:

«

✓

✓

✓

✓

✓



✓
✓
✓

1.

-1

-2

-3

-4

-5

✓
✓
✓
✓

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST

:



1.

*

::

» :

2.«

::

3.

.451 1

.452 2

.454-453 3



✓
✓
✓
✓

-

✓
✓
✓
✓
✓

(Buch & Houston)

✓
✓
✓
✓
✓

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST



à

:(Créativité)

» :

¹.«

» :(J.R. Schermerhorn)

².«

» :(J.A. Schumpeter)

³.«

¹- Durieu FLORENCE, « Management de l'innovation », Vuibert - Paris, 2000, p 05.

².« : .20 .«

³.21 .«



» : (ERDMAN & CHAIN)



1.«

2.«

» : (Robbins & Coulter)

: -

(P. Drucker)

3.

: ä -1

: -2

: -3

: -4

« »¹

.10 ·2005

.17 ·²

.32 -31 ·³



	:	-5	
	à		
	:	-6	
	:	-7	
	à		
	:		✓
1.			✓
			✓
			✓
	*		✓
			✓
			-
	:		
	«	-	» ¹
	-	- .67	· 2004 · - ()
	- :		*



-1

:

1.

à

-2

:

à

2.

3.

/

-

-

/

:

/

¹

»

.104 · 2005/2004

²

»

· «

· 2002 · 263

³

»

· « (www.ngoce.org) »

: 2007-01-23



à
:(Innovation)

(J. SCHUMPETER)

» :(J. SCHUMPETER)

¹.«

².«

» :(BLACK)

» :

³.«

à

¹- Rodolphe DURAND, « **Guide du management stratégique : 99 concepts clé**», DUNOD - Paris, 2003, p 73.

²- Michel BERNASCONI, & autres, « **Les start-up High Tech: Création et développement des entreprises technologiques**», édition Dunod- France, 2000. p 25.



1. «

» :

◀

2. «

» : (AYNES)

◀

» : (.)

◀

3. «

4. :

:

-

¹- Stephen ROBBINS & autres, « **Management : l'essentiel des concepts et des pratiques**», Pearson éducation - Paris, 4^{ème} édition, 2004, p 208.

31 · 1999 · - · « · » · -²

· « · » · -³

· 2007-01-27 : · (www.alnoor.info)

· « · : · » · -⁴



	:	-
	:	-
	:	-2
	:	-
	:	-
	:	-3
(F. TAYLOR)	:	-
	1.:	-
	:	-
	:	-
	:	-
	:	-
	:	-
	:	-4
2.:	:	-
(ROBERSTON)	:	-
	:	-
	:	-

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST

1- « . . . » .58 .2002 .3 .30 . - .«

2- Christian MICHON & autres, « Le Marketeur : Les fondamentaux du marketing », Pearson édition – Paris, 2003, p 164.

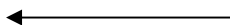


:(Innovation Technologique)

¹ - Jean BERNARD & autres, « **Les conditions économiques du changement technologique**», édition Harmattan-Paris, 1998, p.
²- Delphine MANCEAU & autres, « **Marketing des nouveaux produits : De la création au lancement**», DUNOD- Paris, 2005, p 21.



:



Innovation de rupture	Innovation comportementale
Innovation technologique	Innovation incrémentale



الشكل (04): مستويات الابتداء حسب التكنولوجيا المستخدمة

Source : Delphine MANCEAU & autres, « Marketing des nouveaux produits : De la création au lancement », DUNOD- Paris, 2005, p 20.

:

-

:

:

-1

:

(SCHUMPETER)

:

*

1

2

:

*

3

¹- Paul CROWLEY, « Sources et ressources d'innovation dans l'UE », Sciences et technologies- Luxembourg, 2002, p 509.

²- John SCHERMERHORN & autres, « Comportement humain et organisation », Village mondial- Paris, 2^{ème} édition, 2002, p 509.

³- « .154 -2004 . - . » .



						-2	
	:						*
1.							*
		(Rupta)					
		(Rupture)					
			2.				
3.							
						-	
							✓
		4.					✓
							✓
6.							✓
							✓
			7.				

¹- Rodolphe DURAND, « **Guide du management stratégique**», Op.Cit, p 74.

²- Brice AUCKENTHALER & autres, « **L'innovation collective**», édition Liaisons- Paris, 2003, pp 134 -135.

³- David GOHELAND & autres, « **Développer un nouveau produit : Méthode et outils**», Pearson éducation- Paris, 2005, p 02.

⁴- J. LENDREVIE & autres, Op. Cit, p 327.

⁵- Rober LE DUFF, « **Encyclopédie de la gestion et management**», Dalloz- Paris, 1999, p 46.

⁶- Alain DUTHEIL & autres, « **Les meilleur article du Harvard business review sur l'innovation**», édition Organisation- Paris, 2003, p 12.

⁷- Marjolaine DE RAMECOURT & autres, « **L'innovation a tous les étages**», édition Organisation- Paris, 2001, p 48.



✓

1.

· : ·

2.

·

-

3.

·

✓

·

✓

» :

4.«

5.

·

✓

·

✓

·

✓

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST

¹- Debra M. AMIDON, « **Innovation et management des connaissances**», édition Organisation- Paris, 2001, p106.

·2002 ·231 · - · « : » ·²

· « : » ·³

·2005 ·03 · -

· « : » ·⁴

·2006/2005 ·196 · -

⁵-Jean-Pierre SCHMITT, « **Manuel d'organisation de l'entreprise: Comprendre et relier les différentes fonctions**», presse universitaire de France- Paris, 2001, pp 214-215.



1 .

â

¹ - Guy BENCHIMOL, « E-Organisation: Mode d'emploi », édition d'organisation- Paris, 2001, p 70.





الفصل الثاني: مدخل لتحليل أساسيات الميزة التنافسية

المبحث الأول: أهم ركائز التنافسية للمؤسسة الاقتصادية.

المبحث الثاني: محددات و أساسيات الميزة التنافسية.

المبحث الثالث: متطلبات الميزة التنافسية و نظم المعلومات الاستراتيجية.

:

.

:

.

.

.

.

.

:

.

.

.

..

..

..

✓

✓

✓



() .

» :



«

1.

:

-

2.

:

-1

- «

»

-1

.172 · 1999 ·

«

»

-2

.12-10

· 2000



-2

:

-3

:

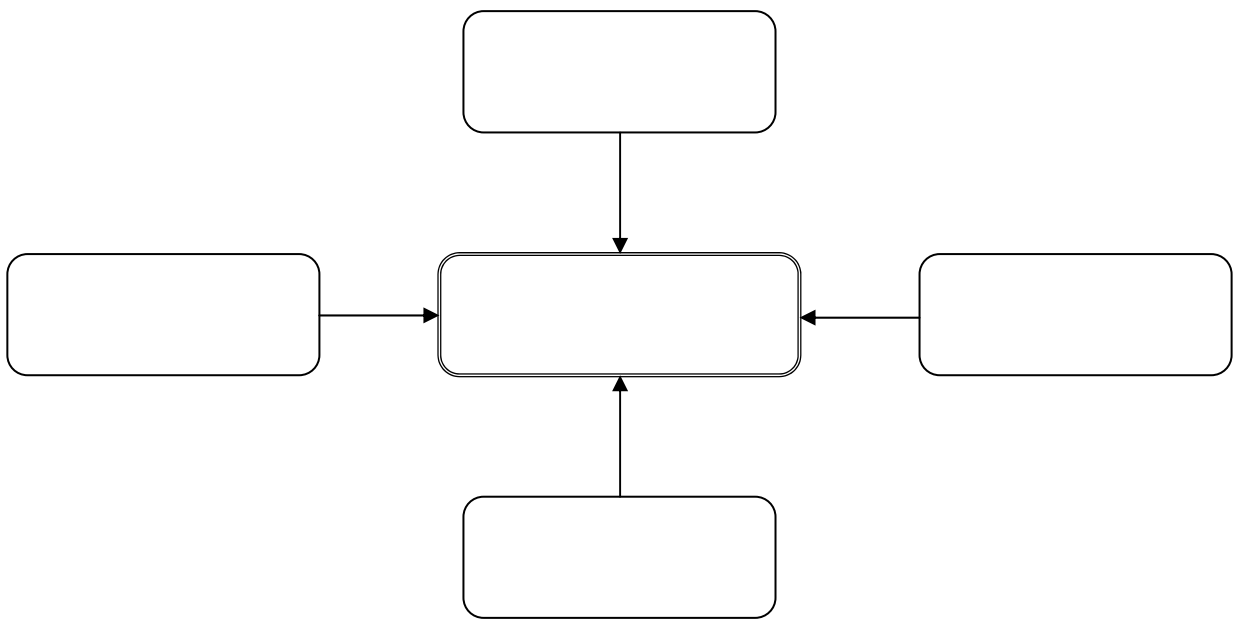
-4

:



(M. PORTER)

(05) (PORTER)



الشكل (05): مخطط يوضح نموذج قوى التنافس الخمس لبورتر

« Ô Ô : » :

.151 · 2003 ·

:

Ç

1.

Ç



- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7



:	✓
:	✓
:	✓
:	✓
:	-
:	-1
:	-2
:	-3

Document téléchargé depuis www.pnst.cerist.dz CERIST



	:	-4
	:	-5
	:	-6
	:	-
1.		(PORTER)
	:	:
	:	-1
:		-2
	:	-3



	:	-4
	:	-5
	:	-6
:	:	-7
	:	-8
	:	-
()	:	-
	:	-1
	:	-2
	:	-3
	:	-4
1:	(03)	✓

¹ - Armand DAYAN, « L'analyse concurrentiel : Manuelle de gestion », Ellipses éd- France, vol 1, 1999, p 151.



✓ :

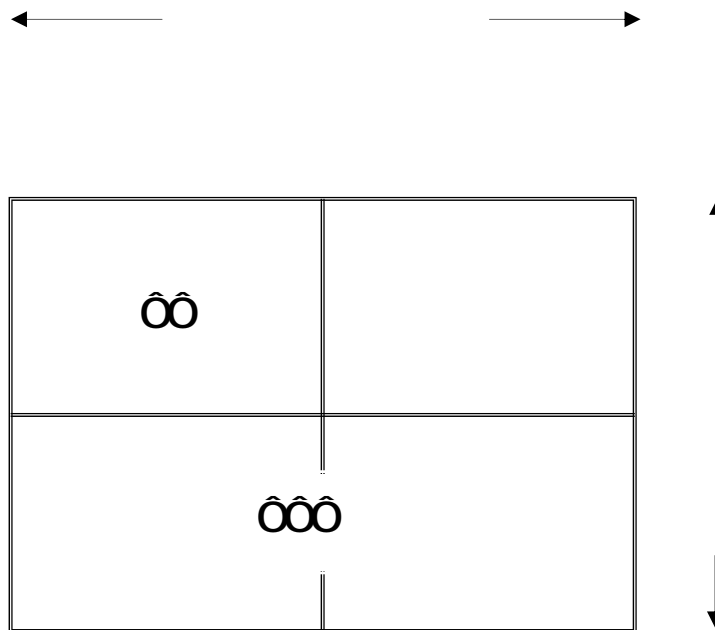
✓ :

:

(PORTER)

(03)

1.



الشكل (06): مخطط يوضح الإستراتيجيات التنافسية الشاملة لبورتو

« .146 - : » .

« - - : » .¹



:(Domination par les coûts)

-

1 .

(PORTER)

-
-
-
- ✓
- ✓
- ✓
- ✓
- ✓
- ✓
- ✓

2 .

- ♦
- ♦
- ♦

1 - « : - - 2006 . 252 »

2 - « : - - 2004 . 162 »



(Différentiation):

-

1.

:

(05)

(KOTLER)

.(

)

2.

:

-1

:

-2

.(

)

:

-3



	:	-4
.()	-5
	:	-6
à		
	1:	✓
		✓
		✓
		✓
		-
		-

2.

1- « » - 1998 - 107-106

2-Debra M. AMIDON, « **Innovation des connaissances**», traduit par Eunika MERCIER-LAURENT & Grégory GRUZ, édition d'Organisations- France, 2001, p 148.



:(Concentration)

-

1:

-1

-2

(PORTER)

(PORTER)

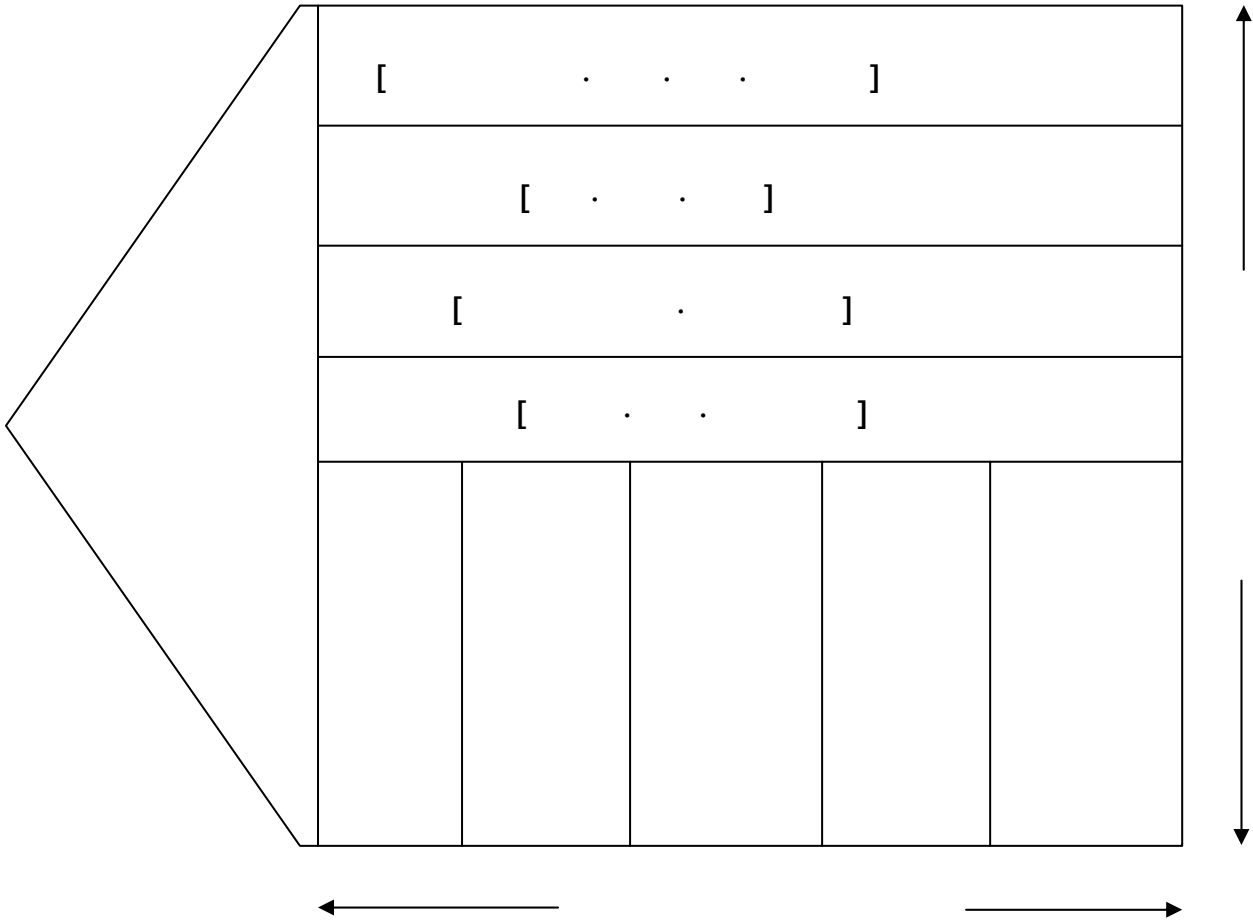
(La chaîne de valeur)



1.

à

:



الشكل (07): سلسلة القيمة في المؤسسة

.188

:(Les activités principales)

-

:(05)

:(Logistique interne)

✓



	:(La production)	✓
	[...]	
	:(Logistique externe)	✓
	:(Commercialisation & vente)	✓
	:(Services)	✓
	[...]	
	:(Les activités soutiens)	-
	:	
	:(Approvisionnement)	✓
()		
	:(Développement technologique)	✓
à		
	:(Gestion des ressources humaines)	✓
1.		
		♦
		♦
	(Hamel & Prahalad)	

¹- Frédéric LEROY, « Les stratégies de l'entreprise », édition Dunod- France, 2001, pp 56-58.



	1.			♦
		:		♦
		:		✓
(... ((Infrastructure de l'entreprise)			
		(PORTER)		
	2: (03)			
		:		-1
		[...]		
		:		-2
		[...]		
		:		-3
				✓
	3:			✓
(...)	(...)			

¹- Dominique PUTHOD & Catherine THEVENET, « L'avantage concurrentiel fondée sur les ressources : une illustration avec le groupe Salomon », Revue actualité perfectionnement gestion 2000, Mai - juin, 1999, pp 142-143.

² - M. PORTER, « l'avantage concurrentiel », Dunod- Paris, 2000, pp 61-62.



à

✓

(CHAMBERLIN-1939)

(SELZNICK-1959)

(DAY-1984)

(HOFER & SCHENDEL)

(PORTER-1895)

(L'avantage concurrentiel)

» : (M. PORTER)

1. «

á

¹- M. PERTER, « L'avantage concurrentiel », Op.Cit, p 08.



» : (Doyle)

1. «

» : (Mc FETRIGE)

2. «

» : (PORTER & DAY)

3. «

â

» :

4. «

«

»

1

.296 · 2005

«

»

2

.09 · 2002

«

»

3

· 2005

«

»

4

.116



» :

1.«

» :

2.«

» : (Frédéric Leroy)

3.«

)

4 .

5 .

¹ - Jean Jacques LAMBIN, « **Le marketing stratégique** », édition international- Paris, 4^{ème} édition, 1998, p 331.

.37 . « » . -²

³ - Frédéric Leroy, « **Les stratégies de l'entreprise** », Op.Cit, pp 47-48.

.27 . 1999 . - « » . -⁴

« » . -⁵



1.

-
-
-
-
-

(03) (PORTER)

2.

-1

()

-2

() (PORTER)

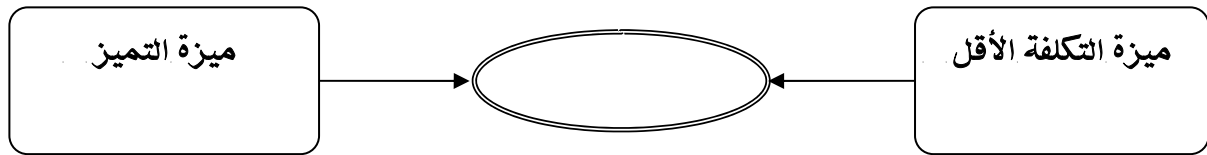
¹ « »

09/08 2005 231

² « » 143-142



-3



الشكل (08) : أنواع الميزة التنافسية



1:

: -1

.[...]

: -2

: -3

: -4

: -5

: -6

: -7

:

: -

¹- M. PORTER, « L'Avantage concurrentiel », OP.Cit, p 85.



(04)

(P. KOTLER)

-1

1.

•
•
•

-2

2.

•
•
•
•

-3

3.

•
•
•

4.

5.

¹- P. KOTLER & autres, « Marketing Management», Op.Cit, p 68.

²- Ibid, p 68.

« » -₃

.02 -2004 10/09 -

« » -₄

-2005 04/03 -

« » -₅

.509 -1999 -



-4 :

:

•

•

•

-5 :

:

•

•

•

•

(-)

1.

:

2.:

- :

:

(Treacy & Bakos)

¹ .261

² « : » .139



-1 :

:

:

:

:()

-2

:

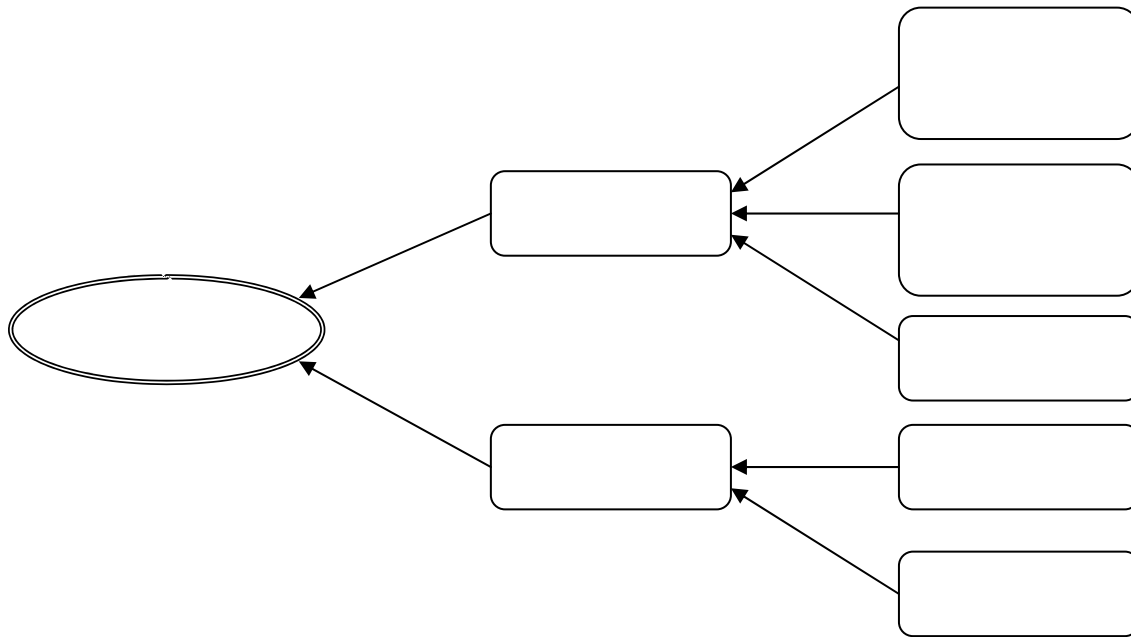
:

:

:

â (Treacy & Bakos):





الشكل (09): مصادر تحقيق الميزة التنافسية

.140

« : » :

*

: -

1.

2.

:

-1

(...) (...) *

.264 · 2000 · - « » -1

²- Didier CAZAL & autres, « **Compétences et savoir : entre GRH et stratégie** », les cahiers de la recherche, Clare, Janvier 2003, p 02.



-2 :

1 .

-3 :

-4 :

2 .

-5 :

3 .

- :

4 .

(Jean Jacques LAMBIN)

:

-1 :

« : » . -1

.171 .2005 09/08 . -

« » . -2

.178 .2003 23/22 . -

.1999 .28 . - : « » . -3

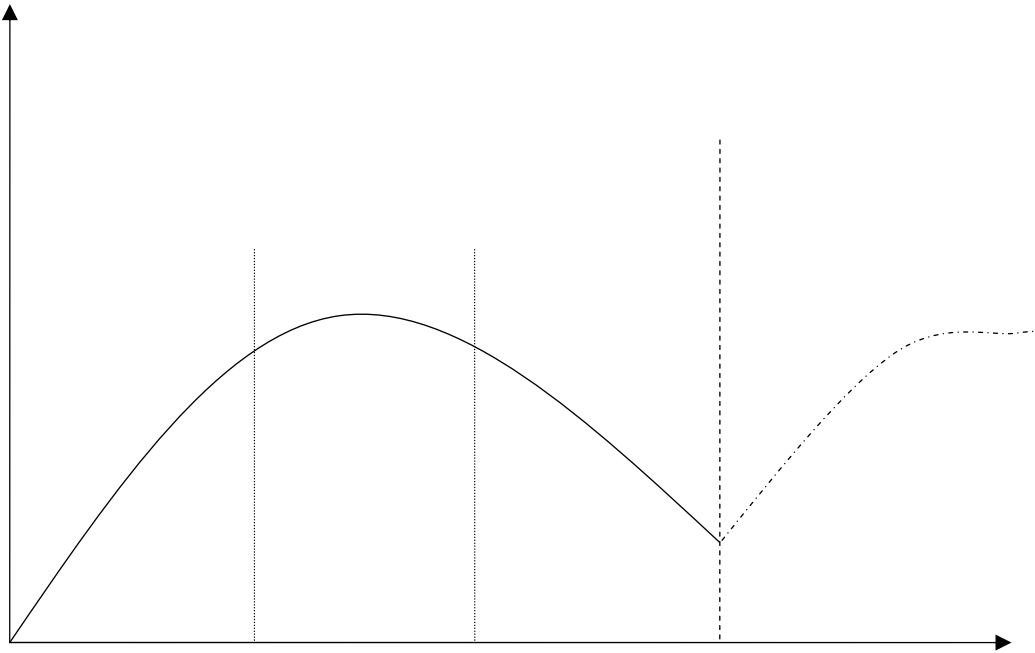
.09

.262 . -4



-2





الشكل (10): مخطط توضيحي لمرحلة حياة الميزة التنافسية

« - .86 - » :

1.:

: ✓

: ✓

: ✓

: ✓

« - .26 - 2002 - » -¹



1.

:

-

:

-1

:

-2

:

-3

:

-4

:

-5

[...]



	:	-	
1.	:	-1	
	:	-2	
	:	✓	
2. «	» :	✓	
3.	:	-3	
	:	✓	
4.	:	✓	
	» :		
.35 · 2003 ·	· - · «	» ·	-1
	· «	» ·	-2
	.158 · 2005 09/08 ·	-	
.299 ·	· «	» ·	-3
.103 · 2005 · ()	· - · «	: » ·	-4



1. «

:

✓

:

-4

2.

:

:

:

¹- Marc VANDERCAMMEN & autres, « **Etude de marchés : Méthodes et outils**», édition De Boeck- Bruxelles, 2005, pp 12-13.

«

»

²-



	(Peteref-1993)	
	1:	
	:(La valeur)	-1
	(Barney-1991)	
(Hamel-1994)		
	(Montgomery & collis-1995)	
	:(Rareté)	-2
	(Grant-1991)	
	.()	
	:(non –imitation)	-3
	:(longévité)	-4
(Grant)		
:		
	.[...]	

¹- Hervé LAROCHE & Jean-Pierre NIOCHE, « Repenser la stratégie », édition Vuibert- France, 1998, pp 173-175.



-5 (Non Substitution) :

-6 (Appropriation) :

2.

[...]

*(CRM ou GRC)

3. (e-clients)

145 « : » -1

15-14 2004/2003 « » -2

* CRM : Customer Relationship Management; Ou GRC : Gestion de la Relation Client

3- Jean BRILMAN, « Les meilleures pratiques de management », édition d'Organisations- Paris, 4^{ème} édition, 2003, p 172.



1:

-
-
-
-

✓

-1

-2

-3

-4

¹- Ibid, p 172.



.

-1 :

-2 :

â

1.

✓

✓

✓

-3 :

:



1.[...]

✓

✓

:

::

-

:

:

-1

:

✓

✓

✓

:(Système d'information management)

-2

» :

.«



[...]

(Système d'information stratégique)

-3

:

» : (Charles & Wiseman)

1. «

↙

» : (Jauch & Glueek)

↙

2. «

:

✓

✓

✓

✓

.18

«

:

»

1

(www.minchawi.com)

«

:

»

2

.2007-02-25 :



(L'avantage concurrentiel stratégique)

-

1.«

» : (Czepiel)



» :



«.

(05)

2.

:(Differentiation)

-1

)

(

:(Les coûts)

-2

.138

1

.163-162

2



-3 (Créativité)

-4 (Développement)

-5 (Les alliances)



:



الفصل الثالث: تطوير المنتجات الجديدة و الميزة التنافسية

دراسة حالة: مطاحن الأغواط (2002-2006).

المبحث الأول: تقديم عام لمطاحن الأغواط.

المبحث الثاني: تحليل نقاط القوة ونقاط الضعف في المؤسسة.

المبحث الثالث: البيئة التنافسية و التشخيص الخارجي للمؤسسة.

المبحث الرابع: تطوير المنتجات الجديدة و الميزة التنافسية في مطاحن الأغواط.

:

(07)

(05)

(02)

:

... ..

✓
✓
✓
✓



.

:

.

:

:

â

:-1

1980 (Suisse Buhler)

1981 1980-11-03 :

(SEMPAC)

-

-

-

:-2

1993

â

:-3

1997-11-12

:(Complexe Commerciale et Industriel)

:(Moulin de Laghouat)

**

* ERIAD: Entreprise Régionale pour les Industries Alimentaire et son Dérivées.



			:	✓
			:	✓
		312000000 :		✓
			:	✓
			:	✓
			:	✓
	1000	2500 :		✓
		12500 :		✓
:	(03)			

			:	✦
			-	
			-	
			:	✦
			-	
			-	
			-	
			-	
			:	✦
			-	
			-	
			:	

		(03)	:	✓
				✓
				✓



:

1.:

:

:

::

::

::

.

.

.

.

.

.

-

✓

✓

✓

✓

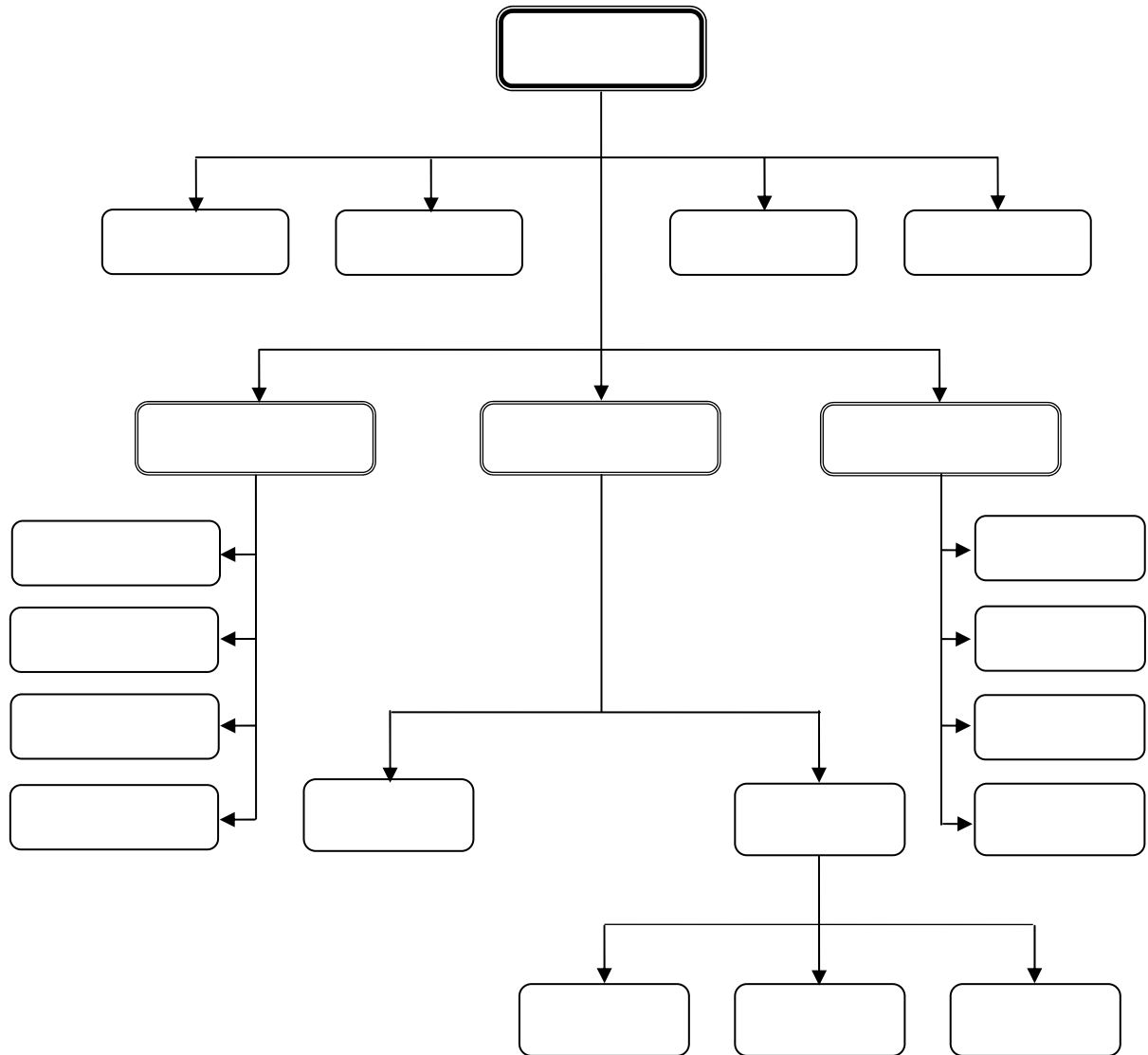
-

✓



(03)





الشكل (11): الهيكل التنظيمي لمؤسسة مطاحن الأغواط

.2006

:



(Semoule premier catégorie) -

(Semoule farine, 3SF) -

25 10

(La force boulangerie)

:

:

✓

(Farine normale = FTC) -

(Farine supérieure = FTS) -

50

25 50 :

01

02

05

:

-2

(Farine normale = FTC)

:

-3

à



25 2006 : -4

(09) 2003 : -1

(03 -) : 25

25 2006 : -4

25 2006 : -4

(09) 2003 : -1

(2006-2002)



:

:

182	27	155	54	69	32	2002
154	27	127	53	49	25	2003
149	12	137	50	43	44	2004
137	00	137	44	42	51	2005
140	00	140	35	27	78	2006

الجدول (02): تطور الموارد البشرية في مطاحن الأغواط

(2006-2002).

:

155	182	2002
27	127	154
27	154	2003
27	154	28
2002	125022131	2003
2003	05	71690110
2003	12	2004
2004	137	149
2004	12	70207474
2004	12	2005
2004	12	137
75362621		



2005 03 140 2006
: 67493198
%11.66

: -

2003 2002 2002
: -
:2002

Chambre commerce ORAN	8 190,00	01	2002	1
Chambre Commerce ORAN	8 000,40	01	2002	1
IANOR ALGER	111 000,00	05		5
Mainssoft	15 000,00	02	Formation MS Projet 2000 « Initiation »	1
IANOR ALGER	60 960,00	01		1
Mainssoft	21 400,00	03	MS Projet 2000	1
CIFI ORAN	19 516,00	04		1
CPE ORAN	74 880,00	04	AutoCAD (1ère partie)	2
Formation (sur site)	72 000,00	30		12
IANOR (sur site)	1000,00	03	ISO 9001	12
	391 946,00		:	

الجدول (03): ميزانية التكوين الموارد البشرية في مطاحن الأغواط 2002

: 2002



$$\%0.31 = \frac{391964.00}{125022131} = \underline{\hspace{2cm}}$$

.%0.31 125022131 : 39196400 :

.(Certification de produit, ISO 9001, assurance de qualité)

:2004

INPED	24 000,00	02		1	()
INPED	25 680,00	20		1	
	50 101,64	24		1	
	50 101,64	24		1	
	50 101,64	24		1	
	50 101,64	24		1	
	50 101,64	24		1	
	50 101,64	24		1	
	50 101,64	24		1	
	50 101,64	24		1	
	50 101,64	24		1	
	50 101,64	24		1	
	50 101,64	24		1	
	50 101,64	24		1	
	600 798.00		:		

الجدول (04): ميزانية التكوين الموارد البشرية في مطاحن الأغواط 2004

.2004

:



$$0.85\% = \frac{600798.00}{70207474} = \frac{\quad}{\quad}$$

600798 : 70207474 : 0.85%

2004 2002

-	-
-	-
-	-
-	-

الجدول (05): جدول يوضح نقاط القوة والضعف في الموارد البشرية للمؤسسة

:

:

:(2006-2002)

:

-

:(2006-2002)

(Suisse Buhler)

:



2006	2005	2004	2003	2002		Ô
165753.90	175598.10	1300502.68	5439586.39	4058513.50	Blé dur	OAIC
408216.80	357133.90	5425356.97	3979396.45	4162264.55	Blé tendre	
00	00	3894165.49	00	00	Blé dur	OAIC DJELFA
00	00	00	00	53735.40	Blé tendre	
00	00	00	00	00	Blé dur	M. MALLAH
00	00	00	00	00	Blé tendre	
00	00	00	16 661.15	740042.60	Blé dur	DJADID
00	00	00	1374641.56	1979686.19	Blé tendre	
00	00	00	00	00	Blé dur	COMPROIT DE MAGHREB
00	00	00	362749.40	253712.27	Blé tendre	
00	00	00	00	910 716	Blé dur	SOKIBA
00	00	00	00	00	Blé tendre	
00	00	2074684	00	00	Blé dur	CCB
00	00		184703.94	00	Blé tendre	
573970.70	532732.00	10640771.98	11507665.77	11257061.66		

الجدول (06): جدول يوضح مصادر و تكاليف المائدة الأولية للمؤسسة

:

2003-2002

2005

2006



2007) . 01 :
(2006/2002 .

-	.(OAIC)
-	
-	

الجدول (07): جدول يوضح نقاط القوة والضعف لعملية التمويل في المؤسسة

2006	2005	2004	2003	2002	
179785.77	203723.35	245028.18	292486.95	270452.46	Blé dur
432753.49	333737.78	435655.27	482100.50	509145.44	Blé tendre
612539.26	537461.13	680683.45	774587.45	779597.90	:

الجدول (08): جدول يوضح كميات الإنتاج حسب السنوات والنوع

2005-2002

2006

2005-2004

02 :) .612539.26

.(2006-2002



-

2006	2005	2004	2003	2002	
1 149 033 465,09	1 049 700 130,50	1 285 758 131,58	1 431 250 436,12	1 485 228 881,00	

الجدول (09): جمول يوضح قيمة الإنتاج المباع خلال السنوات

:

2005-2002

2005

.2007

2006

:(2006-2002)

-

:

-1

2006	2005	2004	2003	2002	
50.24	52.46	51,46	49	44,73	
00	00	1,19	13	11,88	
33.50	33.34	31,95	27	26,08	
00	00	00	0,26	0,18	
11.46	10.00	12,13	3	12,09	
1.34	1.50	0,30	3	0,90	
00	00	00	0,14	0,44	
00	00	1,36	0,24	0,02	
3.46	2.53	1,61	1,35	3,68	
100	100	100	100	100	

%

الجدول (10): جمول توزيع رقم الأعمال حسب المستهلكين

:



-2

2006	2005	2004	2003	2002	
28.96	41.56	37,86	40,34	35.85	
56.57	48.65	52,67	49,40	52.02	
00	00	00,71	00,16	00,03	
00	00	00	00	00,01	
14.47	09.70	08,80	10,10	12.09	
100	100	100	100	100	

%

الجدول (11): جدول توزيع رقم الأعمال حسب المنتجات

:

2006

2002



-3

1485228881,00	124107244,00	351713078,00	1009408559,00	2002
1443428202,00	128949571,00	379372099,80	935106531,20	2003
1313455140,94	102462105,00	314535864,09	896457171,85	2004
1049700130,50	-	-	-	2005
1149033465,09	-	-	-	2006

الجدول (12): جدول توزيع رقم الأعمال حسب المناطق

2006-2005

2002

2005-2004



-1

2005

03 :

)

(05)

:(2006-2002

.834736.62 - 11319302.14 - 25938244.83 - 23148168.96 - 38316201.01

: -2

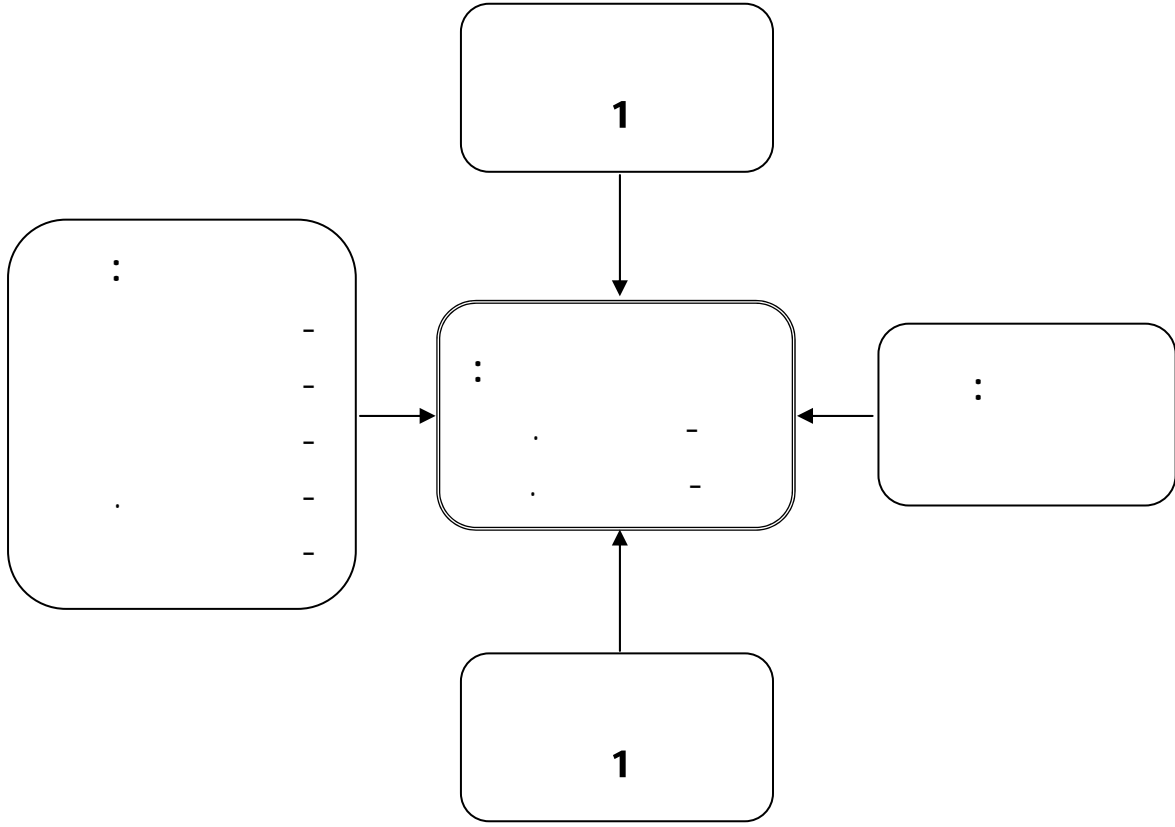
: -3

(04)

(PORTER)

:





الشكل (12): يوضح القوى التنافسية للمؤسسة سنة 2006



:	-2
:	-3
:	-4
:	-5
â	-6
:	-
:	-1



-2 :

(Semoule extra supère)

-3 :

-4 :

-5 :

()

- :

()



		:	-
()			
	400		1600
.()		:	-
	(OAIC)		
)			02 :
			.(2006-2002
1998		1998	(OAIC)
(SOMFADINE)	(CONTOIR DE MAGHREB)		
		2004	
			:
		(La chaîne de valeur)	
:			
		:(les activités principales)	-
)		:(Logistique interne)	-1
	(OAIC)	(



	:(La production)	-2	
	:		✓
(12)	:		✓
	(24)		
	:		✓
	:		✓
(Germix Force)	(La force boulangerie)		
(500-200)			
04 :)		
	.(
	:(Logistique externe)	-3	



:(Commercialisation & vente) -4

:(Services) -5

(05 :)

(Buhler)

:(Les activités de soutiens) -

:(Approvisionnement) -1

:(Développement technologique) -2

:(Gestion des ressources humaines) -3



:(Infrastructure de l'entreprise)

-4

.

.

)

(02)

)

(06 :

(07 :

.

..

(06)

) .

(08 :

:



() .

:

-	-
-	-
-	-
-	-
-	-
-	-
-	-
-	-

الجدول (13): نقاط القوة والضعف في المؤسسة

:

:

:

(% 20 +)

30

-

140 2006



-

) 24

.(09 :

:

10

%		%		%		:
26.67	08	23.33	07	50.00	15	1
26.67	08	16.67	05	56.66	17	1
26.67	08	33.33	10	40.00	12	1
26.67	08	00.00	00	73.33	22	1
20.00	06	00.00	00	80.00	24	1

الجدول (14): مقارنة رضا العمال بالولاية

:



:						
46.67	14	23.33	07	30.00	09	1
30.00	09	26.67	08	43.33	13	1
33.33	10	20.00	06	46.67	14	1
40.00	12	16.67	05	43.33	13	1
43.33	13	16.67	05	40.00	12	1

الجدول (15): صور العمال في طرح أفكار وابتكارات جديدة:

:

:						
33.33	10	50	15	16.67	05	1
30.00	09	36.67	11	33.33	10	1
36.67	11	20.00	06	43.33	13	1
50.00	15	16.67	05	33.33	10	1

الجدول (16): صور نشاط البحث والتطوير في المؤسسة:

:



:					
%		%		%	
26.67	08	00.00	00	73.33	22
26.66	08	00.00	00	73.33	22
33.33	10	06.67	02	60	18
33.33	10	06.67	02	60	18

الجدول (17): الوضعية التنافسية للمؤسسة من وجهة نظر العمال.

:

:					
%		%		%	
30.00	09	03.03	01	66.67	20
33.33	10	03.03	01	63.33	19
36.67	11	03.03	01	60	18
33.33	10	20.00	06	46.67	14
33.33	10	03.03	01	63.33	19

الجدول (18): صورة المؤسسة و القوة التفاوضية للمؤسسة مع العمال.

:



:

% 50 +

.% 80 :

(2/3)

1998 :

2002

.2003

2002

(Semoule extra supère)

(2/3)

.(

07 :

).



..



:

(

)

:

:

:

:

:

-1

✓

✓

✓

✓

✓

✓

â

:

:

-2

:

::

✓ *

✓

✓

✓

✓

✓

✓

✓

✓

:

:()

::

✓

✓

✓

✓

✓

✓

(2006-2002)

✓

(Semoule extra supère)

.2002

:

✓

✓

✓

✓

✓

✓

3-

*

✓

✓

✓

✓

✓

✓

✓

✓

:

[...]

:

:

:

*

✓

✓

✓

✓

✓

✓

✓

✓

✓

✓

✓

✓

✓

✓

✓

✓

✓

✓

✓

✓

✓

✓

✓

✓

✓

✓

✓

✓

✓

✓

✓

✓

قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية:
الكتب:

- - « : » · -01
2000.
- « » · -02
2001.
- 1999 · - « » · -03
- - « : » · -04
1999.
- 2005 · - « » · -05
- - « : » · -06
2006.
- - « » · -07
2007.
- 2003 · - « » · -08
- 2001 · - « 100 » · -09
- - « : » · -10
2005.
- « : » · -11
2007.
- - « » · -12
2002.
- « : » · -13
2004.
- « : » · -14
2006.
- 2002 · - « » · -15

·	·	-	·«	»·	-16		
					.1999		
		.1998·	-	·«	»·	-17	
.2000·	-	·«	:	»·	-18		
.2000·	-	·«	·«	»·	-19		
·	·	-	·«	:	»·	-20	
					.2001		
		·«	:	»·	-21		
				.2004·	-		
	·	·«	:	»·	-22		
				.2002·	-		
·	·«	-	:	»·	-23		
				.2002·	-		
.2006·	·	-	·«	»·	-24		
·«			:	»·	-25		
				.2005·	-		
·	-		·«	»·	-26		
					.2000		
	·«	Ô	-	-	:	»·	-27
				.2000·	-		
·	·	-	·«	:	»·	-28	
					.2004		
.2005·	·	-	·«	»·	-29		
	.2003·	-	·«	:	»·	-30	
·«	·		:	»·	-31		
				.2004·	-		
·	·	-	·«	:	»·	-32	
					.2002		

· - ·« :	» ·	-33
	.2004 ·	
· · - ·« :	» ·	-34
	.2004	
.2007/2006 · - ·« » ·		-35
· · - ·« » ·		-36
	.2003	
.1998 · - ·« :	» ·	-37
· - ·« :	» ·	-38
	.2004 ·	
· - ·«	» ·	-39
	.2004 ·	
· - ·«	» ·	-40
	.2004/2003	
· - ·« :	» ·	-41
	.2005 · ()	
- ·« Ô Ô :	» ·	-42
	.2002 ·	
- ·« :	» ·	-43
	.2003 ·	
- ·« - - :	» ·	-44
	.2006 ·	
.1998 · - ·«	» ·	-45
· - ·«	· :	-46
	» ·	
	.2003 ·	
.2001 · - ·«	» ·	-47
· - ·« :	» ·	-48
	.2006 ·	

- « : » . -49
2003.
- .1998 . - : « » (Lan CHASTON) -50
- الأطروحات والرسائل الجامعية:
- « » . -51
.2002 . -
- « » . -52
.2005 . -
- « » . -53
.2005/2004 . -
- « » . -54
.1999 .
- Ô Ô « » . -55
- « » . -56
.2004 .
- « Ô . . . » . -57
.2002 . -
- Ô : « » . -57
- . « » .
.2006/2005

الدوريات و المجلات العلمية:

.2003	·13	·	·	-58
·«	Ô	·	:»	-59
			.2004 · -	
		-	:»	-60
	.2004	·	-() ·«	
·«	·	:	:»	-61
			.2005 · -	
·	:	·«	:»	-62
			.1999 ·28	
·«			:»	-63
	.1999	·	-	
·«			:»	-64
Ô	Ô	Ô : Ô	.2004 10/09 · -	
			:»	-65
09/08	·	-	·«	
			.2005	
		·«	:»	-66
.2005	09/08	·	-	
		·«	:»	-67
-				
			.2005	

	·«	» ·	-68
23/22 ·	-	·	
		.2003	
·«		» ·	-69
	·		
	.2003	23/22 ·	-
·«	Ô	» ·	-70
-	·		
		.2005	04/03 ·
	·«	» ·	-71
.2004	10/09 ·	-	
·	Ô	Ô	Ô
	:	» ·	-72
.1999 ·	-	·«	
·		·«	» ·
			-73
·«	Ô	Ô	Ô
	:	» ·	-74
·	-		
		.2005	
	·«	» ·	-75
.2002	30/29 ·	-	
-	·«	» ·	-76
		.2000	
Ô	:	» ·	-77
·		·«	
		.2005	09/08 ·
	·«	» ·	-78
09/08 ·	-	·	
		.2005	

المواقع الإلكترونية المتخصصة:

- « Ô » · . -79
 .2007-02-25: · (www.minchawi.com)
- « ÔÔ ÔÔ ÔÔ ÔÔ ÔÔ » · -80
 .2007-02-25 : · (http://samehar.wordpress.com)
- « » · -81
 .2007-01-27 : · (www.alnoor.info)
- « » · -82
 .2007-01-21: · (www.salahagag.jeeran.com)
- « » · -83
 .2007-01-23 :
- « Ô Ô Ô Ô Ô » · -84
 .2007-01-23 : · (www.iraqism.com22.htm)

تقارير المؤسسة:

- -85
 .2002
- -86
 .2003
- -87
 .2004
- -88
 .2005
- -89
 .2006

المراجع باللغة الأجنبية:

Livres:

- 90- Alain DUTHEIL & autres, « **Les meilleur article du Harvard business review sur l'innovation** », édition Organisation- Paris, 2003.
- 91- Amina BEJI & autres, « **Degré de novation et utilisateur leader : pour une meilleur compréhension de l'adoption des nouveaux produits** », in Delphine MANCEAU, Alain BLOCH, « **De l'idée au marché : Innovation et lancement de produits** », Vuibert - Paris, 2000.
- 92- Armand DAYAN, « **L'analyse concurrentiel : Manuelle de gestion** », Ellipses édition- France, vol 1, 1999.
- 93- Brice AUCKENTHALER & autres, « **L'innovation collective** », édition Liaisons-Paris, 2003.
- 94- Christian MICHON & autres, « **Le Marketeur : Les fondamentaux du marketing** », Pearson édition – Paris, 2003.
- 95- Claude DEMEURE, « **MARKETING** », édition DALLOZ - France, 2^{ème} édition, 1999.
- 96- David GOHELAND & autres, « **Développer un nouveau produit : Méthode et outils** », Pearson éducation- Paris, 2005.
- 97- Debra M. AMIDON, « **Innovation des connaissances** », traduit par Eunika MERCIER-LAURENT & Grégory GRUZ, édition d'Organisations- France, 2001.
- 98- Debra M. AMIDON, « **Innovation et management des connaissances** », édition Organisation- Paris, 2001.
- 99- Delphine MANCEAU & autres, « **Marketing des nouveaux produits : De la création au lancement** », DUNOD- Paris, 2005.
- 100- Durieu FLORENCE, « **Management de l'innovation** », Vuibert - Paris, 2000.
- 101- Frédéric LEROY, « **Les stratégies de l'entreprise** », édition Dunod- France, 2001.
- 102- Guy BENCHIMOL, « **E-Organisation : Mode d'emploi** », édition d'organisation - Paris, 2001.
- 103- Hervé LAROCHE & Jean-Pierre NIOCHE, « **Repenser la stratégie** », édition Vuibert- France, 1998.
- 104- Jacques LENDREVIE & autres, « **MERCATOR : théorie et pratique du Marketing** », Edition Dalloz gestion - France, 7^{ème} édition, 2003.
- 105- Jean BERNARD & autres, « **Les conditions économiques du changement technologique** », édition Harmattan- Paris, 1998.
- 106- Jean BRILMAN, « **Les meilleures pratiques de management** », édition d'Organisations- Paris, 4^{ème} édition, 2003.
- 107- Jean Jacques LAMBIN, « **Le marketing stratégique** », édition international-Paris, 4^{ème} édition, 1998.
- 108- Jean-Pierre SCHMITT, « **Manuel d'organisation de l'entreprise : Comprendre et relier les différentes fonctions** », presse universitaire de France- Paris, 2001.
- 109- John SCHERMERHORN & autres, « **Comportement humain et organisation** », Village mondial- Paris, 2^{ème} édition, 2002, p 509.
- 110- Marc VANDERCAMMEN & autres, « **Etude de marchés : Méthodes et outils** », édition De Boeck- Bruxelles, 2005.
- 111- Marc VANDERCAMMEN, « **MARKETING : l'essentiel pour comprendre, décider, agir** », édition De Boeck université - Bruxelles, 2^{ème} édition, 2006.

- 112- Marjolaine DE RAMECOURT & autres, « **L'innovation a tous les étages**», édition Organisation- Paris, 2001.
- 113- Michel BERNASCONI, & autres, « **Les start-up High Tech : Création et développement des entreprises technologiques**», édition Dunod- France, 2000.
- 114- Paul CROWLEY, « **Sources et ressources d'innovation dans l'UE**», Sciences et technologies- Luxembourg, 2002.
- 115- Philip KOTLER & autres, « **Marketing Management**», Edition Pearson éducation - France, édition spéciale, 12^{ème} édition, 2006.
- 116- Rober LE DUFF, « **Encyclopédie de la gestion et management**», Dalloz- Paris, 1999.
- 117- Rodolphe DURAND, « **Guide du management stratégique : 99 concepts clé**», DUNOD - Paris, 2003.
- 118- Stephen ROBBINS & autres, « **Management : l'essentiel des concepts et des pratiques**», Pearson éducation - Paris, 4^{ème} édition, 2004.
- 119- Vincent BOLY, « **Ingénierie de l'innovation : Organisation et méthodologie des entreprises innovantes**», Lavoisier - Paris, 2004.
- 120- Yves CHIROUZE, « **Le marketing : études et stratégies**», Ellipses éd. marketing- Paris, 2003.

Thèses:

- 121- Farida AROUCHE, « **Lancement d'un nouveau produit**», thèse de magister non publier, Ecole Supérieur de Commerce – Alger, 2003/2004.

Reuves:

- 122- Didier CAZAL & autres, « **Compétences et savoir : entre GRH et stratégie**», les cahiers de la recherche, Clare, Janvier 2003.
- 123- Dominique PUTHOD & Catherine THEVENET, « **L'avantage concurrentiel fondée sur les ressources : une illustration avec le groupe Salomon**», Revue actualité perfectionnement gestion 2000, Mai - juin, 1999.



الملاحق

الملحق رقم: 01

1 - ETAT DE RECEPTION DE BLE TENDRE – 2002

FOURN	OAIC			MOULINS DJELFA			COMPT. DU MAGHREB			DJADID			TOTAL			
	MOIS	PUP	QUANT	VALEUR	PUP	QUANT	VALEUR	PUP	QUANT	VALEUR	PUP	QUANT	VALEUR	PUP	QUANT	VALEUR
01	1 252	43 604	54 577 629											1 252	43 604	54 577 629
02	1 252	19 246	24 095 616	1 350	3 980	5 373 540								1 269	23 226	29 469 156
03	1 252	25 990	32 532 292				1 298	19 546	25 371 227	1 390	22 300	30 997 278		1 311	67 836	88 900 797
04	1 252	27 152	34 000 692							1 310	9 799	12 836 166		1 268	36 950	46 836 858
05	1 252	52 259	65 425 153											1 252	52 259	65 425 153
06	1 260	12 554	15 822 127							1 280	3 162	4 047 872		1 264	15 716	19 869 999
07	1 280	15 301	19 584 896							1 280	13 566	17 363 968		1 280	28 866	36 948 864
08	1 282	22 337	28 627 546							1 280	25 428	32 548 096		1 281	47 765	61 175 642
09	1 290	24 108	31 091 212											1 290	24 108	31 091 212
10	1 344	36 930	49 646 020							1 345	19 875	26 732 279		1 345	56 805	76 378 299
11	1 362	29 903	40 719 866							1 370	21 737	29 779 690		1 365	51 640	70 499 556
12	1 362	14 764	20 103 405							1 345	31 871	43 663 270		1 367	46 635	63 766 675
TOTAL	1 284	324 145	416 226 455	1 350	3 980	5 373 540	1 298	19 546	25 371 227	1 340	147 738	197 968 619	1 302	495 409	644 939 840	

2 - ETAT DE RECEPTION DE BLE DUR – 2002

FOURNIS.	OAIC			SOKIBA			DJADID			TOTAL			
	MOIS	PUP	QUANTI.	VALEUR	PUP	QUANTI.	VALEUR	PUP	QUANTI.	VALEUR	PUP	QUANTI.	VALEUR
01	1 752	12 764	22 358 363								1 752	12 764	22 358 363
02	1 752	34 897	61 143 902								1 752	34 897	61 143 902
03	1 752	17 673	30 966 407								1 752	17 673	30 966 407
04	1 752	18 031	31 594 301								1 752	18 031	31 594 301
05	1 753	7 335	12 854 869								1 753	7 335	12 854 869
06	1 776	13 186	23 421 418								1 776	13 186	23 421 418
07	1 795	25 768	46 253 560				1 795	32 486	58 311 652		1 795	58 254	104 565 212
08	1 797	3 107	5 585 241	1 740	523	910 716	1 795	8 742	15 692 608		1 793	12 373	22 188 565
09	1 800	14 945	26 894 947								1 800	14 945	26 894 947
10	1 873	18 485	34 630 257								1 873	18 485	34 630 257
11	1 902	16 449	31 284 243								1 902	16 449	31 284 243
12	1 902	41 468	78 863 842								1 902	41 468	78 863 842
TOTAL	1 811	224 107	405 851 350	1 740	523	910 716	1 795	41 228	74 004 260	1 808	265 858	480 766 326	

1 - ETAT DE RECEPTION DE BLE TENDRE – 2003

FOURN	OAIC			DJEDID			COMPT. DU MAGHREB			TOTAL		
	MOIS	PUP	Qt.	VALEUR	PUP	Qt.	VALEUR	PUP	Qt.	VALEUR	PUP	Qt.
01	1 362	26 795	36 485 684	1 360	15 258	20750 608				1 361	42 053	57 236 292
02	1 362	23 158	31 533 006	1 360	3 560	4 841 056				1 361	26 717	36 374 062
03	1 362	16 518	22 492 039	1 360	41 111	55910416	1 300	27 904	36 274 940	1 341	85 532	114 677 395
04	1 362	11 249	15 317 926	1 360	19 599	26654912				1 361	30 848	41 972 838
05	1 334	15 472	20 645 554	1 346	21 551	29004512				1 341	37 023	49 650 066
06	1 305	25 321	33 038 500	1 260	240	302 652				1 304	25 561	33 341 152
07	1 287	17 132	22 044 259							1 287	17 132	22 044 259
08	1 287	46 611	59 985 527							1 287	46 611	59 985 527
09	1 288	31 309	40 319 384							1 288	31 309	40 319 384
10	1 216	35 211	44 617 292							1 216	35 211	44 617 292
11	1 216	28 251	34 348 178							1 216	28 251	34 348 178
12	1 323	28 058	37 112 296							1 323	28 058	37 112 296
TOTAUX	1 304	305 085	397 939 645	1 357	101 318	137464156	1 300	27 904	36274940	1 316	434 307	571 678 741

2 - ETAT DE RECEPTION DE BLE DUR- 2003

FOUR.	OAIC			DJEDID			CCB			TOTAL		
	Mois	PUP	QUANTI.	VALEUR	PUP	QUANTI.	VALEUR	PUP	QUANTI.	VALEUR	PUP	QUANTI.
01	1 902	24 005	45 649 437							1 902	24 005	45 649 437
02	2 082	3 995	8 315 975	2 100	1 219	2 559 900				2 086	5 214	10 875 875
03	2 082	48 478	100 919 358	2 070	6 812	14 101 254				2 080	55 290	115 020 613
04	2 082	31 031	64 599 383							2 082	31 031	64 599 383
05	2 082	20 984	43 681 984							2 082	20 984	43 681 984
06	2 082	46 713	97 242 868							2 082	46 713	97 242 868
07	2 063	13 642	28 142 019							2 063	13 642	28 142 019
08	2 042	10 567	21 577 948							2 042	10 567	21 577 948
09	2 044	428	873 886							2 044	428	873 886
10	2 063	22 678	46 783 725							2 063	22 678	46 783 725
11	2 063	28 711	59 226 854				2 038	9 063	18 470 394	2 057	37 774	77 694 868
12	2 061	13 076	26 945 201							2 061	13 076	26 945 201
TOT.	2 058	264 308	543 958 639	2 075	8 031	16 661 154	2 038	9 063	18 470 394	2 058	281 402	579 087 836

1 - ETAT DE RECEPTION DE BLE TENDRE - 2004

FOURNISSEURS	OAIC			TOTAL		
	PUP	Qt.	VALEUR	PUP	Qt.	VALEUR
JANVIER	1 269	23 302	29 561 276	1 269	23 302	29 561 276
FEVRIER	1 269	21 172	26 857 231	1 269	21 172	26 857 231
MARS	1 268	44 442	56 352 583	1 268	44 442	56 352 583
AVRIL	1 268	44 813	56 822 630	1 268	44 813	56 822 630
MAI	1 268	42 085	53 363 400	1 268	42 085	53 363 400
JUIN	1 269	43 769	55 521 604	1 269	43 769	55 521 604
JUILLET	1 268	42 125	53 413 866	1 268	42 125	53 413 866
AOUT	1 281	45 804	58 679 696	1 281	45 804	58 679 696
SEPTEMBRE	1 290	37 667	48 578 861	1 290	37 667	48 578 861
OCTOBRE	1 289	43 851	56 545 087	1 289	43 851	56 545 087
NOVEMBRE	1 288	17 857	22 999 970	1 288	17 857	22 999 970
DÉCEMBRE	1 288	18 514	23 839 493	1 288	18 514	23 839 493
TOTAL	1 275	425 398	542 535 697	1 275	425 398	542 535 697

2 - ETAT DE RECEPTION DE BLE DUR - 2004

FOURNISSEURS	OAIC LAGHUOAT			OAIC DJELFA			CCB			TOTAL		
	PUP	Qt.	VALEUR	PUP	Qt.	VALEUR	PUP	Qt.	VALEUR	PUP	Qt.	VALEUR
JANVIER	2 064	5 008	10 334 908	2 064	15 239	31 448 432	2 038	1 018	2 074 684	2 062	21 265	43 858 025
FEVRIER	#DIV/0!	-	-	2 064	9 804	20 231 428				2 064	9 804	20 231 428
MARS	2 063	517	1 066 365	2 064	23 102	47 672 811				2 064	23 619	48 739 175
AVRIL	#DIV/0!	-	-	2 063	25 411	52 425 023				2 064	25 411	52 425 023
MAI	#DIV/0!	-	-	2 063	15 281	31 523 419				2 063	15 281	31 523 419
JUIN	#DIV/0!	-	-	2 063	23 749	48 992 649				2 063	23 749	48 992 649
JUILLET	2 008	38 739	77 781 031	2 003	47 707	95 577 492				2 005	86 447	173 358 523
AOUT	1 991	2 478	4 933 477	#DIV/0!	-	-				1 991	2 478	4 933 477
SEPTEMBRE	#DIV/0!	-	-	#DIV/0!	-	-				#DIV/0!	-	-
OCTOBRE	#DIV/0!	-	-	1 988	9 535	18 956 089				1 988	9 535	18 956 089
NOVEMBRE	#DIV/0!	-	-	1 988	18 858	37 488 343				1 988	18 858	37 488 343
DÉCEMBRE	1 988	18 078	35 934 487	1 988	2 566	5 100 862				1 988	20 644	41 035 349
TOTAL	2 006	64 821	130 050 268	2 036	191 251	389 416 549	2 038	1 018	2 074 684	2 029	257 090	521 541 501

Situation des approvisionnements exercice 2005-2006:

DESIGNATIONS	1 ^{ER} TRIMESTRE	2 ^{EME} TRIMESTRE	3 ^{EME} TRIMESTRE	4 ^{EME} TRIMESTRE	TOTAL ANNUEL
BLE DUR :					
2006					
- quantité (QL)	51 295	34 426	38 563	41 469	165 754
- valeur (DA)	98 868 706,68	65 365 000,94	73 227 850,37	78 741 444,67	316 203 002,66
- Prix unitaire (DA/QL)	1927,438068	1898,71582	1898,9	1898,788855	1907,7
2005					
- Quantité (QL)	54 062	35 914	35 713	49 909	175 598
- Valeur (DA)	107 475 424,83	71 444 472,78	71 070 255,99	97 406 446,30	347 396 599,90
- Prix unitaire (DA/QL)	1988,02	1989,30	1990,03	1951,68	1978,4
IMPACT PRIX2006/2005 :					
- Unitaire (DA/QL)	-60,58	-90,58	-91,13	-52,89	-70,70
- Globale (DA)	-8 606 718,15	-6 079 471,84	2 157 594,38	-18 665 001,63	-31 193 597,24
BLE TENDRE :					
2006					
- Quantité (QL)	95 558	87 908	126 830	97 922	408 217
- valeur	123 153 011,20	113 293 143,13	163 586 739,60	126 067 311,52	526 100 205,45
- prix unitaire (DA/QL)	1288,78	1288,77	1289,82	1287,43	1288,8
2005					
- Quantité (QL)	87 056	93 108	82 555	94 415	357 134
- Valeur (DA)	112 057 901,17	119 909 727,40	106 290 698,59	124 402 556,25	462 660 883,41
- Prix unitaire (DA/QL)	1287,20	1287,85	1287,52	1317,61	1295,48
IMPACT PRIX2006/2005 :					
- Unitaire (DA/QL)	1,59	0,92	2,30	-30,18	-6,70
- Global (DA)	11 095 110,03	-6 616 584,27	57 296 041,01	1 664 755,27	63 439 322,04
IMPACT TOTAL BLES	2 488 391,88	-12 696 056,11	59 453 635,39	-17 000 246,36	32 245 724,80

الملحق رقم: 02

ETAT DE PRODUCTION 2002

SEMOULERIK :

	- BLE DUR		SEMOULES							SOUS/PRODUITS			TOTAL PROD.	
	ENTR.		TRIT.	SUP. 10K	SUP. 25 K	1°CAT 25K	2°CAT 25K	SSSF 25 K	TOTAL SEM.	FTB	SON	DECHET		TOTAL ISSUES
	OAIC	PRIVE												
JANVIER	12764,10		21000,00	701,50	7567,00	0,00	7167,50	1620,25	17056,25	0,00	4253,20	137,40	4390,60	21446,85
FÉVRIER	34896,50		19100,00	1053,60	5999,00	0,00	6811,00	1255,50	15119,10	0,00	4035,64	84,00	4119,64	19238,74
MARS	17672,50	0,00	20000,00	818,70	6873,75	0,00	6556,00	1804,00	16052,45	0,00	4030,90	107,40	4138,30	20190,75
AVRIL	18030,60	0,00 0,00	22200,00	1324,90	8746,00	0,00	5951,25	2062,25	18084,40	0,00	4119,26	79,00	4198,26	22282,66
MAI	7334,70	0,00 0,00	26700,00	1262,10	9918,00	0,00	7546,25	2240,50	20966,85	0,00	5834,07	93,00	5927,07	26893,92
JUIN	13186,30	0,00	23400,00	1222,50	7493,50	0,00	7948,50	1613,75	18278,25	0,00	5040,60	47,80	5088,40	23366,65
JUILLET	25768,00	32485,60	27500,00	740,00	7846,75	0,00	11243,50	2035,50	21865,75	0,00	5641,40	68,20	5709,60	27575,35
AOÛT	3107,40	9265,80	24100,00	529,20	8382,75	0,00	8729,00	1841,75	19482,70	0,00	4605,60	64,80	4670,40	24153,10
SEPTEMB	14945,20	0,00 0,00	19250,00	1255,20	6775,00	0,00	6152,00	1339,50	15521,70	0,00	3689,70	71,20	3760,90	19282,60
OCTOBRE	18484,7	0,00 0,00	27700,00	759,70	9303,50	0,00	9870,50	2205,50	22139,20	0,00	5611,74	91,20	5702,94	27842,14
NOVEMBRE	16448,90		16500,00	526,50	5288,50	0,00	5995,50	1194,00	13004,50	0,00	3499,40	90,80	3590,20	16594,70
DÉCEMBRE	41468,00		21400,00	763,30	6462,50	0,00	8440,00	1428,00	17093,80	0,00	4340,00	151,20	4491,20	21585,00
TOTAL	224106,90	41751,40	268850,00	10957,20	90656,25	0,00	92411,00	20640,50	214664,95	0,00	54701,51	1086,00	55787,51	270452,46
			265858,30	101613,45		92411,00		20640,50	214664,95					
				47,34%		43,05%		9,62%	100,00%					

TAUX D'EXTRACTION TOTAL SEMOUL1 79,85%

RENDEMENT DE MOUTURE 100,60%

ETAT DE PRODUCTION 2002

MINOTERIE :

	BLE TENDRE			FARINES							SOUS/PRODUITS		TOTAL PROD.	
	ENTR.		TRIT.	FTC 50 K	FTC 25K	FTS 05K	FTS 10K	FTS 25K	FTS 50K	TOTAL FAR.	SON	DECHET		TOTAL ISSUES
	OAIC	PRIVE												
JANVIER	43603,50	0,00	57000,00	34891,00	0,00	524,20	350,00	7422,00	0,00	43187,20	14239,00	78,60	14317,60	57504,80
FÉVRIER	19245,70	3980,40	32300,00	20043,00	0,00	120,05	130,00	3857,00	0,00	24150,05	8193,56	126,00	8319,56	32469,61
MARS	25990,00	41845,90	36400,00	25166,00	0,00	0,00	235,70	2910,75	0,00	28312,45	8183,90	159,80	8343,70	36656,15
AVRIL	27151,50	9798,60	37400,00	23344,50	0,00	40,15	0,30	5645,75	0,00	29030,70	8363,34	104,00	8467,34	37498,04
MAI	52258,70	0,00	46350,00	30012,00	0,00	30,45	171,20	4452,75	0,00	34666,40	11844,93	98,00	11942,93	46609,33
JUIN	12554,00	3162,40	45900,00	28623,50	0,00	0,00	58,50	5064,25	0,00	33746,25	11761,40	52,40	11813,80	45560,05
JUILLET	15300,70	13565,60	37600,00	24386,00	0,00	0,00	30,20	3932,75	0,00	28348,95	9000,00	311,20	9311,20	37660,15
AOÛT	22337,00	25428,20	43400,00	25938,00	0,00	0,25	60,20	6511,75	0,00	32510,20	10746,40	182,20	10928,60	43438,80
SEFTEMB	24107,70	0,00	38000,00	22887,50	0,00	150,25	100,50	6166,75	0,00	29305,00	8609,30	111,00	8720,30	38025,30
OCTOBRE	36929,80	19875,30	50000,00	29687,50	0,00	196,30	153,80	7236,25	0,00	37273,85	13094,06	168,80	13262,86	50536,71
NOVEMBRE	29902,60	21737,00	42900,00	25996,00	0,00	159,40	114,30	6345,00	0,00	32614,70	9682,40	190,20	10611,60	43226,30
DÉCEMBRE														
TOTAL	324144,80	171264,40	506950,00	316140,00	0,00	1231,20	1444,90	64417,25	0,00	383233,35	124216,49	1695,60	125912,09	509145,44
	495409,20			316140,00		67093,35				383233,35				
				82,49%		17,51%				100,00%				

TAUX D'EXTRACTION TOTAL FARINE 75,60%

RENDEMENT DE MOUTURE _____ 100,43%

ETAT DE PRODUCTION 2003

MINOTERIE :

	BLE TENDRE			FARINES								SOUS/PRO D	TOTAL PROD.	
	FM R.		TR1T.	FTC SOK	F 1 C C25k	FIS I KG	FI S	FTS 10K	FTS 25K	FTS 2K	TOTAL FAR.	ISSUE DE MEUNERIE		DECHET
	OAIC	PRIVE												
JANVIER							72,25	80,60				11308,53	133,40	45650,03
FÉVRIER	26795,20	15257,80	43650,00	30230,50	0,00	0,00	60,15	1,60	3824,75	0,00	34208,10	11898,40	85,20	46137,60
MARS	23157,60	3559,60	44100,00	30453,50	0,00	0,00			3638,75	0,00	34154,00			44469,67
AVRIL	16517,90	69014,40	42400,00	27390,00	0,00	0,00	116,25	280,70	4941,00	0,00	32727,95	11465,72	276,00	49903,18
MAI	11249,10	19599,20	47900,00	32581,59	0,00	0,00	55,05	246,00	4944,00	0,00	37826,64	11946,74	129,80	38699,42
JUIN	15472,00	21550,60	36690,00	26543,00	0,00	0,00	45,15	180,90	2723,00	0,00	29492,05	9207,37	0,00	37453,79
JUILLET	25320,80	240,20	35220,00	23465,00	0,00	0,00	0,55	58,70	3892,00	0,00	27416,25	9879,14	158,40	37887,12
AOÛT	17132,40	0,00	35800,00	24562,00	0,00	0,00	42,40	110,60	4035,50	0,00	28750,50	9041,82	94,80	44145,70
SEPTEMB	46611,40	0,00	42100,00	29927,00	0,00	530,70	51,40	170,10	3240,50	92,60	34012,30	10053,80	79,60	26148,86
OCTOBRE	31308,70	0,00	24000,00	16457,00	0,00	875,40	177,65	221,90	1220,25	114,20	19066,40	7021,46	61,00	41537,39
NOVEMBI	35211,00	0,00	41521,00	25903,00	0,00	75,10	181,05	300,90	5774,60	44,00	32278,65	9258,74	0,00	37515,60
DÉCEMBI	28250,60	0,00	37451,00	23119,00	0,00	250,00	144,00	415,20	4603,50	164,90	28696,60	8689,40	129,60	32552,14
DÉCEMBI	28058,40	0,00	29930,00	20125,40	880,25	216,30		162,70	2048,50	89,60	23536,45	8859,09	156,60	
TOTAL	305085,10	129221,80	460762,00	310756,99	880,25	1947,50	959,60	2229,90	44886,35	505,30	362165,89	118630,21	1304,40	482100,50
	434306,90			310756,99				50528,65			362165,89			
				85,81%				13,95%			99,76%			

TAUX D'EXTRACTION TOTAL
FARINE
RENDEMENT DE MOUTURE

78,60%
104,63
%

ETAT DE PRODUCTION 2003

SÉMODLERIE :

	BLE DUR			SEMOULES						SOUS/PRODUITS			TOTAL PROD.
	ENTR.		TRIT.	SUP. 10K	SUP. 25K	1°CAT 25K	2°CAT 25K	SSSF 25K	TOTAL SEM.	FTB	ISSUE DE MEUNERIE	DECHET	
	OAIC	PRIVE											
JANVIER													
FÉVRIER	24005,30	0,00	21608,00	655,80	8766,00	0,00	7070,00	2055,00	18546,80	0,00	3973,27	88,40	22608,47
MARS	3994,80	1219,00	26400,00	1119,60	9500,50		15120,50	1861,50	22296,60	0,00	5150,00	100,00	27475,60
AVRIL	48478,20	6812,20	32900,00	1066,10	9218,50	0,00	13488,50	1919,00	27324,10	0,00	6342,48	251,50	33918,08
MAI	31031,30	0,00	30588,00	733,30	9533,25	0,00	11121,00	1836,41	25591,46	0,00	5906,66	90,60	31588,72
MAI	20983,60	0,00	27950,00	1138,30	9440,50	0,00	11121,00	1693,00	23392,80	0,00	5502,43	198,80	29094,03
JUIN	46713,20	0,00	25980,00	600,50	9298,00	0,00	10399,50	1668,00	21966,00	0,00	4644,66	75,20	26685,86
JUILLET	13642,30	0,00	18600,00	530,30	6219,50	0,00	7335,50	1258,50	15343,80	0,00	3749,98	9,40	19103,18
AOÛT	10566,60	0,00	19700,00	379,10	7441,75	0,00	6574,75	1668,00	16063,60	0,00	3535,00	70,80	19669,40
SEPTEMB	427,60	0,00	16044,00	484,60	6693,25	0,00	4686,00	940,50	12804,35	0,00	3240,14	38,00	16082,49
OCTOBRE	22678,40	0,00	27200,00	299,30	11878,25	0,00	7722,00	1976,00	21875,55	0,00	5116,26	208,20	27200,01
NOVEMB	28710,90	9063,00	20575,00	1050,20	7275,00	0,00	5628,50	1333,50	15287,20	0,00	5190,00	109,20	20586,40
DÉCEMB	11788,20			475,40	7596,00	0,00			13925,50	0,00	4394,71	154,50	18474,71
TOTAL	263020,40	18381,80	285865,00	8532,50	102860,50				234417,76	0,00	56745,59	1323,60	292486,95
	281402,20			111393,00			103699,25		19325,51	234417,76			
				47,52%			44,24%		8,24%	100,00%			

TAUX D'EXTRACTION TOTAL SEMOULES 82,00%
 RENDEMENT DE MOUTURE : 102,32%

ETAT DE PRODUCTION 2004

SEMOULERIE :

Unité: Quintal

	BLE DUR			SEMOULES						SOUS/PRODUITS				TOTAL PROD.
	ENTR		TRIT.	SUP. 10K	SUP. 2SK	1°CAT 25K	2°CAT 25K	SSSF 25K	TOTAL SEM.	FTB	ISSUE DE MEUNERIE	DECHET	TOTAL ISSUES	
	OAIC	PRIVE												
JANVIER													3510,26	17812,11
FÉVRIER	20247,00	1018,00	18000,00	391,10	7037,25	0,00	5831,00	1042,50	14301,85	0,00	3337,26	173,00	4901,80	21808,20
MARS	9804,40	0,00	21400,00	552,40	8127,00	0,00	6726,00	1501,00	16906,40	0,00	4800,00	101,80	5263,28	23560,58
AVRIL	23619,10	0,00	23500,00	920,80	8358,75	0,00	7448,75	1569,00	18297,30	0,00	5206,88	56,40	3963,58	20902,93
MAI	25410,60	0,00	20250,00	687,10	8533,50	0,00	6506,75	1212,00	16939,35	0,00	3715,98	247,60	4510,26	22661,01
JUIN	15280,60	0,00	22300,00	1076,50	8637,75	0,00	6999,50	1437,00	18150,75	0,00	4332,06	178,20	4468,48	20920,28
JUILLET	23748,60	0,00	20500,00	606,30	8950,00	0,00	5623,00	1272,50	16451,80	0,00	4252,08	216,40	4510,50	21128,50
AOÛT	86446,60	0,00	20700,00	437,00	8558,25	0,00	6008,75	1614,00	16618,00	0,00	4163,10	347,40	4230,20	21446,45
SEPTEMB	2478,20	0,00	21000,00	450,50	9362,25	0,00	5950,50	1453,00	17216,25	0,00	4100,00	130,20	4078,80	24242,95
OCTOBRI	0,00	0,00	23700,00	951,40	10321,25	0,00	6908,50	1983,00	20164,15	0,00	3960,00	118,80	4395,22	21325,87
NOVEMB	9535,00	0,00	20900,00	191,00	8702,75	0,00	6390,00	1646,90	16930,65	0,00	4229,62	165,60	2218,60	10320,85
DÉCEMB	18857,60	0,00	10200,00	441,00	3290,00	0,00	3281,25	1090,00	8102,25	0,00	2100,00	118,60	4367,60	18898,45
TOTAL	20644,20	0,00	18500,00	536,10	7331,25	0,00	4877,75	1785,75	14530,85	0,00	4248,80	118,80	50418,58	245028,18
	257089,90			10445	1,20		72551,75	17606,65	194609,60					
				53,6'	%		37,28%	9,05%	100,00%					

TAUX D'EXTRACTION TOTAL SEMOULES :

RENDEMENT DE MOUTURE _____ :

80,77%

101,69%

ETAT DE PRODUCTION 2004

MINOTERIE :

Unité: Quintal

	BLE TENDRE			FARINES							SOUS/PRODUITS			TOTAL PROD.		
	ENTR.		TRIT.	FTC 50K	F T C 25K	FTS 1 KG	FTS 05K	FTS 10K	FTS 25K	FTS 2K	TOTAL FAR.	ISSUE DE MEUNERIE	DECHET		TOTAL ISSUES	
	OAIC	PRIVE														
JANVIER														7644,34	29296,59	
FÉVRIER	23302,40	0,00	23300,00	18085,00	300,00	191,40	144,70	196,30	2678,25	56,60	21652,25	7644,34	0,00	4837,20	23666,10	
MARS	21171,50	0,00	21100,00	15163,00	50,00	135,00	31,60	102,50	3308,00	38,80	18828,90	4837,20	0,00	10283,32	45473,12	
AVRIL	44442,10	0,00	44500,00	25788,00	150,00	952,00	214,30	739,30	7346,00	0,20	35189,80	10123,92	159,40	8867,62	41006,57	
MAI	44812,80	0,00	41000,00	26493,00	220,00	625,90	108,75	354,70	4139,00	197,60	32138,95	8867,62	0,00	9953,74	41960,54	
JUIN	42084,70	0,00	41500,00	22701,50	2820,00	782,20	307,75	682,30	4469,25	243,80	32006,80	9953,74	0,00	10246,12	43641,12	
JUILLET	43768,60	0,00	43600,00	24010,50	2280,00	1273,20	248,05	1128,00	4391,25	64,00	33395,00	10246,12	0,00	9329,70	40103,20	
AOÛT	42124,50	0,00	40100,00	22916,00	440,00	1272,50	389,65	520,60	5234,75	0,00	30773,50	9329,70	0,00	8640,80	38747,70	
SEPTEMBRE	45803,70	0,00	38100,00	19783,00	1195,00	1594,10	300,20	372,10	6862,50	0,00	30106,90	8640,80	0,00	9631,80	36250,85	
OCTOBRE	37666,60	0,00	35500,00	18141,00	1312,00	1643,10	227,20	221,00	5074,75	0,00	26619,05	9631,80	0,00	8310,18	31644,73	
NOVEMBRE	43850,90	0,00	31500,00	17201,00	506,00	663,60	125,95	483,00	4355,00	0,00	23334,55	8310,18	0,00	6814,40	27747,05	
DÉCEMBRE	17856,70	0,00	27740,00	16958,00	7,50	246,80	3,60	13,50	3703,25	0,00	20932,65	6814,40	0,00	9242,80	36117,70	
TOTAL	425398,30	0,00	423940,00	248716,00	9913,25	10502,60	2101,80	4814,10	55204,50	601,00	331853,25	103642,62	159,40	103802,02	435655,27	
	425.198,30			25862	9,25	73224,00					331853,25					
				77,9	1%	22,07%					100,00%					

TAUX D'EXTRACTION TOTAL FARINE
RENDEMENT DE MOUTURE

78,28%
102,76%

ETAT DE PRODUCTION 2005

SEMOULERIE :

	BLE DUR				SEMOULES							SOUS/PRODUITS			TOTAL PROD.
	ENTR(OAIC)			TRIT.	SUP. 10K	SUP. 25K	1°CAT 25K	2°CAT 25K	SSSF 25K	TOTAL SEM.	FTB	ISSUE DE MEUNERIE	DECHET		
	IMP		LOC												
JANVIER														21104,55	
FÉVRIER	13382,60		4964,70	20000,00	626,70	8099,75	0,00	5520,50	1608,00	15854,95	0,00	5072,20	177,40	18355,65	
MARS	4606,90		14591,00	17900,00	505,80	7247,75	0,00	5198,00	1339,00	14290,55	0,00	3924,50	140,60	19255,22	
AVRIL	2704,00		13812,40	19100,00	360,50	6613,25	0,00	6758,00	1531,25	15263,00	0,00	3857,02	135,20	16056,55	
MAI	5820,70		3601,10	15850,00	689,00	6104,00	0,00	5161,00	1178,75	13132,75	0,00	2923,80	0,00	12662,70	
JUIN	7347,80		5361,00	12500,00	356,80	2463,50	3551,00	2885,00	947,00	10203,30	0,00	2332,20	127,20	12662,70	
JUILLET	9604,60		4179,20	19300,00	604,20	4045,50	3075,75	5850,00	1437,50	15012,95	0,00	4690,98	147,00	19850,93	
AOÛT	6939,10		5806,50	16300,00	398,90	5459,50	100,25	5639,00	970,00	12567,65	0,00	3762,76	127,40	16457,81	
SEPTEMB	16285,10		4030,10	16000,00	495,70	5856,00	0,00	4948,25	1414,00	12713,95	0,00	3470,60	60,00	16244,55	
OCTOBRI	2652,30		0,00	21700,00	380,60 !	9255,20	0,00	5928,00	1388,75	16952,55	0,00	5041,44	0,00	21993,99	
NOVEMBI	16315,30		0,00	13700,00	670,80	4900,30	0,00	3947,25	825,25	10343,60	0,00		50,40	13758,86	
DÉCEMB	15337,00		0,00	14200,00	175,80	5273,50	0,00	4672,75	823,25		0,00	3364,86	58,40	14319,70	
I	15090,90		3165,80	13500,00	233,90	4088,50	0,00	5594,00	845,84	10945,30	0,00	3316,00	58,60	13662,84	
TOTAL	116086,30		59511,80	200050,00	5498,70	69406,75		6727,00	62101,75	14308,59	158042,79	0,00	44598,36	1082,20	203723,35
	175598,10				74905,45			68828,75		14308,59	158042,79				
					47,40%			43,55%		9,05%	100,00%				

TAUX D'EXTRACTION TOTAL SEMOULES :
RENDEMENT DE MOUTURE :

ETAT DE PRODUCTION 2005

MINOTERIK :

	BLE TENDRE				FARINES							SOUS/PRODUITS		TOTAL PROD.	
	ENTR(OAIC)			TRIT.	FTC 50K	F T C i 25K	FTS 1KG	FTS 05K	FTS 10K	FTS 25K	FTS	TOTAL	ISSUE DE MEUNERIE		DECHET
	IMP	PRIVE	LOC												
JANVIER															42156,55
FÉVRIER	33678,60		4700,20	39843,80	24874,00	1210,00	1171,60	57,80	268,50	4688,25	0,00	32270,15	9886,40	0,00	15946,90
MARS	9210,00		12652,80	15900,00	10694,00	250,00	679,40	215,00	52,20	0,00	0,00	11890,60	4056,30	0,00	24330,68
AVRIL	18593,20		8221,00	24300,00	16281,00	100,00	351,00	233,95	424,30	600,75	55,10	18046,10	6284,58	0,00	23249,45
MAI	21368,80		3655,00	22900,00	14988,00	200,00	101,10	0,00	0,30	2356,25	0,00	17645,65	5494,40	109,40	26661,50
JUIN	30355,60		1638,40	26100,00	17185,00	187,00	634,10	0,00	0,90	1624,50	2,00	19633,50	7028,00	0,00	27400,20
JUILLET	36090,40	8888,00	0,00	27100,00	17528,00	273,75	354,10	0,10	0,30	2718,75	0,00	20875,00	6525,20	0,00	19110,49
AOÛT	34585,10		0,00	19000,00	11314,50	586,25	785,10	0,00	0,70	1270,50	0,00	13957,05	5153,44	0,00	26268,80
SEPTEMB	28143,60		0,00	26000,00	17137,00	920,00	313,80	0,00	0,90	1262,50	0,00	19634,20	6539,60	95,00	37468,76
OCTOBRI	19825,90		0,00	37084,00	23538,00	511,50	743,10	0,00	12,80	3639,50	0,00	28444,90	8939,46	84,40	23228,74
NOVEMBI	25058,30		0,00	23000,00	12691,50	465,25	701,70	0,50	5,60	3466,75	468,00	17799,30	5389,44	40,00	33403,80
DÉCEMBI	28243,60		0,00	33000,00	21531,50	284,75	1253,70	0,00	0,70	2228,75	137,60	25437,00	7926,80	40,00	34511,91
	29722,90		2502,50	34500,00	23676,16	330,00	448,50	16,05	0,70	1275,50	0,00	25437,00	7926,80	73,60	
TOTAL	314876,00	8888,00	33369,90	328727,80	211438,66	5318,50	7537,20	523,40	767,90	25132,00	662,70	251380,36	81915,02	442,40	333737,78
	357133,90				216757,16		34623,20					251380,36			
					86,23%		13,77%					100,00%			

TALX D'EXTRACTION TOTAL FARINE
RENDEMENT DE MOUTURE

ETAT DE PRODUCTION 2006

MINOTERIE :

Unité: Quintal

	BLE TENDRE			FARINES							SOUS/PRODUITS			TOTAL PROD.	
	ENTR(OAIC)		TRIT.	FTC S0K	FTC 25K	FTS 05KG	FIS 01 KG	FTS 10KG	FTS 25KG	FTS 2KG	TOTAL FAR.	ISSUE DE MEUNERIE	DECHET		TOTAL ISSUES
	IMP	LOC													
JANVIER	23148,30	3934,70	34160,00	22687,70	223,50	70,35	837,50	20,80	3104,75	0,00	26944,60 24679,72 29272,85 25825,50 29547,10 29365,90 27518,30 28938,85 32702,75 22300,11 24210,60 22903,95	8521,24	65,00	8586,24	35530,84
FÉVRIER	33006,80	1292,70	32400,00	21544,87	270,00	127,15	417,50	511,80	1808,00	0,40		7938,57	365,00	8303,57	32983,29
MARS	34175,10	0,00	38000,00	24493,50	190,00	0,10	1046,60	87,90	3454,75	0,00		9364,00	40,00	9404,00	38676,85
AVRIL	38461,50	0,00	33400,00	21844,00	210,00	100,90	862,90	0,20	2807,50	0,00		8640,15	0,00	8640,15	34465,65
MAI	15406,60	0,00	37000,00	25739,50	150,00	286,40	893,35	0,00	2477,85	0,00		9536,20	43,20	9579,40	39126,50
JUIN	34039,80	0,00	37800,00	24667,00	90,00	364,60	1067,60	65,30	3111,40	0,00		9836,80	90,00	9926,80	39292,70
JUILLET	40703,70	0,00	35500,00	21942,00	230,00	538,40	1084,30	45,60	3678,00	0,00		9210,60	39,20	9249,80	36768,10
AOÛT	44093,90	0,00	38200,00	22740,00	120,00	499,25	1878,20	62,90	3638,50	0,00		9907,00	52,20	9959,20	38898,05
SEPTEMB	42031,90	0,00	41746,00	26148,00	30,00	341,95	1863,60	147,20	4172,00	0,00		9972,00	71,10	10043,10	42745,85
OCTOBRE	27787,10	0,00	29800,00	17201,00	70,00	213,75	974,16	97,70	3743,50	0,00		7537,00	40,00	7577,00	29877,11
NOVEMBI	39147,30	0,00	32900,00	20438,00	0,00	295,60	749,80	0,00	2727,20	0,00		8781,60 -	66,40	8848,00	33058,60
DÉCEMBI	30987,40	0,00	31000,00	18131,95	0,00	415,50	846,40	65,80	3444,30	0,00		8359,00	67,00	8426,00	31329,95
TOTAL	402989,40	5227,40	421906,00	267577,52	1583,50	3253,95	12521,91	1105,20	38167,75	0,40	107604,16	939,10	108543,26	432753,49	
	408216,80			269161,02		55049,21				324210,23					
				83,02%		16,98%				100,00%					

TAUX D'EXTRACTION TOTAL FARINE _____ :
RENDEMENT DE MOUTURE _____ :

76,84%
102,57%

ETAT DE PRODUCTION 2006

SKMOI.I-Rii :

Unité: Quintal

	BLE DUR			SEMOULES						SOUS/PRODUITS				TOTAL PROD.		
	ENTR'OAIO		TRIT.	SUP. 10K	SUP. 25K	1°CAT 25K	2°CAT ----- 25K	SSSF 25K	TOTAL SEM.	FTB	ISSUE DE MEUNERIE	DECHET	TOTAL ISSUES			
	IMP	LOC														
JANVIER	13019,30	4122,90	18140,00	583,60	6106,50	0,00		7565,00	1223,55				3501,96	56,00	3557,96	19036,61
FÉVRIER	15208,80	9560,00	13300,00	272,10	4583,25	0,00		5401,00	928,63				2424,43	121,60	2546,03	13731,01
MARS	9384,40	0,00	16000,00	739,90	5196,75	0,00		6247,00	1203,50	15478,65	0,00		3500,00	13,60	3513,60	16900,75
AVRIL	18399,90	0,00	14000,00	516,30	4859,25	0,00		5541,00	1012,00	11184,98	0,00		2984,25	61,00	3045,25	14973,80
MAI	7314,00	0,00	11000,00	213,50	4437,00	0,00		4219,25	765,50	13387,15	0,00		2461,80	0,00	2461,80	12097,05
JUIN	8712,00	0,00	15000,00	544,20	5347,75	0,00		4995,50	1497,00	11928,55	0,00		3500,00	38,00	3538,00	15922,45
JUILLET	11178,40	0,00	14500,00	340,50	5102,00	0,00		5200,00	1312,00	9635,25	0,00		3000,00	39,00	3039,00	14993,50
AOÛT	11270,20	0,00	15000,00	429,10	6003,50	0,00		4901,00	1303,00	12384,45	0,00		3010,20	51,00	3061,20	15697,80
SEPTEMB	16114,70	0,00	15100,00	528,40	6431,75	0,00		4484,00	1305,50	11954,50	0,00		3288,00	71,10	3359,10	16108,75
OCTOBRE	8492,60	0,00	10960,00	546,80	3783,50	0,00		3607,50	972,00	12636,60	0,00		2055,20	35,60	2090,80	11000,60
NOVEMBI	9931,20	0,00	12700,00	490,60	5326,50	0,00			1244,00	12749,65	0,00		2000,00	60,00	2060,00	13360,60
DÉCEMBI	23045,50	0,00	15550,00	273,2(1	6142,00	0,00		4239,50		8909,80	0,00		2852,00	65,60	2917,60	15962,85
TOTAL	152071,00	13682,90	171250,00	5478,20	63319,75	0,00		61274,75	14522,73	11300,60	0,00		34577,84	612,50	35190,34	179785,77
	165753,90			68797,95		61274,75		14522,73		144595,43						
				47,58%		42,38%		10,04%		100,00%						

TAUX D'EXTRACTION TOTAL SEMOULES :
RENDEMENT DE MOUTURE _____ :

84,44%
104,98%

الملحق رقم: 03

**TABLEAU DES COMPTES DE RESULTATS
AU 31 DECEMBRE 2002**

COMPTE	DESIGNATION	DEBIT	CREDIT
70	VENTES DE MARCHANDISES		24 411 401,00
60	MARCHANDISES CONSOMMEES	23 090 816,69	
80	MARGE BRUTE		1 320 584,31
80	MARGE BRUTE		1 320 584,31
89	CESSIONS INTER-UNITES		
71	PRODUCTION VENDUE		1 435 107 299,94
72	PRODUCTION STOCKEE		1 739 456,08
73	PRODUCTION DE L'ENT.POUR ELLE MEME		
74	PRESTATIONS FOURNIS		
75	TRANSFERT DE CHARGES DE PRODUCTION		317 985,91
61	MATIERES ET FOURNITURES CONSOMMEES	1 180 765 901,09	
62	SERVICES	62 583 238,63	
81	VALEUR AJOUTEE		195 136 186,52
76	PRIMES ET INDEMNITES PARAFISCALES		2 264 086,40
77	PRODUITS DIVERS		44 061 669,89
78	TRANSFERT DE CHAGES D'EXPLOITATION		2 554 298,68
63	FRAIS DU PERSONNEL	130 926 596,57	
64	IMPOTS ET TAXES	17 755 584,96	
65	FRAIS FINANCIERS	6 532 683,73	
66	FRAIS DIVERS	4 699 599,68	
67	TAXES ET REDEVANCES PARAFISCALES	2 264 086,40	
68	DOTATIONS AUX AMMORTISSEMENTS	43 844 890,22	
83	RESULTAT D'EXPLOITATION		37 992 799,93
79	PRODUITS HORS EXPLOITATION		253 920 645,77
69	CHARGES HORS EXPLOITATION	249 982 086,69	
84	RESULTAT HORS EXPLOITATION		3 938 559,08
880	RESULTAT BRUT DE L'EXERCICE		41 931 359,01
889	I.B.S	3 615 158,00	
88	RESULTAT NET DE L'EXERCICES		38 316 201,01

**TABLEAU DES COMPTES DE RESULTATS
AU 31 DECEMBRE 2003**

COMPTE	DESIGNATION	DEBIT	CREDIT
70	VENTES DE MARCHANDISES		2 131 460,36
60	MARCHANDISES CONSOMMEES	2 127 658,25	
80	MARGE BRUTE		3 802,11
80	MARGE BRUTE		3 802,11
89	CESSIONS INTER-UNITES		
71	PRODUCTION VENDUE		1 431 250 436,12
72	PRODUCTION STOCKEE	8 358 819,13	
73	PRODUCTION DE L'ENT.POUR ELLE MEME		
74	PRESTATIONS FOURNIS		
75	TRANSFERT DE CHARGES DE PRODUCTION		540,00
61	MATIERES ET FOURNITURES CONSOMMEES	1 225 261 081,79	
62	SERVICES	72 255 810,17	
81	VALEUR AJOUTEE		125 379 067,14
76	PRIMES ET INDEMNITES PARAFISCALES		2 223 541,00
77	PRODUITS DIVERS		26 893 201,63
78	TRANSFERT DE CHAGES D'EXPLOITATION		6 359 743,37
63	FRAIS DU PERSONNEL	78 739 323,19	
64	IMPOTS ET TAXES	20 020 161,54	
65	FRAIS FINANCIERS	6 473 252,70	
66	FRAIS DIVERS	3 321 498,32	
67	TAXES ET REDEVANCES PARAFISCALES	2 223 541,00	
68	DOTATIONS AUX AMMORTISSEMENTS	42 489 640,20	
83	RESULTAT D'EXPLOITATION		7 588 136,19
79	PRODUITS HORS EXPLOITATION		273 734 118,89
69	CHARGES HORS EXPLOITATION	255 341 882,12	
84	RESULTAT HORS EXPLOITATION		18 392 236,77
880	RESULTAT BRUT DE L'EXERCICE		25 980 372,96
889	I.B.S	2 832 204,00	
88	RESULTAT NET DE L'EXERCICES		23 148 168,96

**COMPARAISON DES COMPTES DE RESULTATS
EXERCICE 2003 – 2004**

DESIGNATION	2003	2004	ECART %
VENTES DE MARCHANDISES	2 131 460,36	18 811 085,03	783%
MARCHANDISES CONSOMMEES	2 127 658,25	19 141 335,91	800%
MARGE BRUTE	3 802,11	-330 250,88	-8786%
MARGE BRUTE	3 802,11	-330 250,88	
CESSIONS INTER-UNITES			
PRODUCTION VENDUE	1 431 250 436,12	1 285 758 131,58	-10%
PRODUCTION STOCKEE	-8 358 819,13	0,00	-100%
PRODUCTION DE L'ENT.POUR ELLE MEME			
PRESTATIONS FOURNIS	0,00	69 999,99	#DIV/0!
TRANSFERT DE CHARGES DE PRODUCTION	540,00	0,00	-100%
MATIERES ET FOURNITURES CONSOMMEES	1 225 261 081,79	1 070 770 075,22	-13%
SERVICES	72 255 810,17	59 116 592,24	-18%
VALEUR AJOUTEE	125 379 067,14	158 222 438,73	26%
PRIMES ET INDEMNITES PARAFISCALES	2 223 541,00	1 968 261,00	-11%
PRODUITS DIVERS	26 893 201,63	8 043 108,17	-70%
TRANSFERT DE CHAGES D'EXPLOITATION	6 359 743,37	2 152 567,02	-66%
FRAIS DU PERSONNEL	78 739 323,19	68 641 467,31	-13%
IMPOTS ET TAXES	20 020 161,54	16 012 785,00	-20%
FRAIS FINANCIERS	6 473 252,70	678 016,76	-90%
FRAIS DIVERS	3 321 498,32	4 475 822,88	35%
TAXES ET REDEVANCES PARAFISCALES	2 223 541,00	1 968 261,00	-11%
DOTATIONS AUX AMMORTISSEMENTS	42 489 640,20	41 155 300,19	-3%
RESULTAT D'EXPLOITATION	7 588 136,19	37 454 721,78	394%
PRODUITS HORS EXPLOITATION	273 734 118,89	252 548 583,63	-8%
CHARGES HORS EXPLOITATION	255 341 882,12	260 404 537,58	2%
RESULTAT HORS EXPLOITATION	18 392 236,77	0,00	-100%
RESULTAT BRUT DE L'EXERCICE	25 980 372,96	29 598 767,83	14%
I.B.S	2 832 204,00	3 660 523,00	29%
RESULTAT DE L'EXERCICES	23 148 168,96	25 938 244,83	12%

**COMPARAISON DES COMPTES DE RESULTATS
EXERCICE 2005 - 2006**

DESIGNATION	2005	2006	ECART %
VENTES DE MARCHANDISES	3 175 979,44	5 992 835,34	89%
MARCHANDISES CONSOMMEES	3 299 622,96	6 200 933,60	88%
MARGE BRUTE	-123 643,52	-208 098,26	68%
MARGE BRUTE	-123 643,52	-208 098,26	
CESSIONS INTER-UNITES			
PRODUCTION VENDUE	1 049 700 130,50	1 149 033 465,09	9%
PRODUCTION STOCKEE	-23 549 220,27	-2 412 151,00	-90%
PRODUCTION DE L'ENT.POUR ELLE MEME		0,00	
PRESTATIONS FOURNIS		0,00	#DIV/0!
TRANSFERT DE CHARGES DE PRODUCTION	170 573,42	0,00	-100%
MATIERES ET FOURNITURES CONSOMMEES	868 402 716,76	926 722 352,68	7%
SERVICES	50 865 394,48	63 446 430,44	25%
VALEUR AJOUTEE	106 929 728,89	156 244 432,71	46%
PRIMES ET INDEMNITES PARAFISCALES	1 637 666,00	1 164 640,98	-29%
PRODUITS DIVERS	41 805 511,80	22 809 238,19	-45%
TRANSFERT DE CHAGES D'EXPLOITATION	10 202 439,98	1 056 573,93	-90%
FRAIS DU PERSONNEL	88 814 611,63	70 103 835,62	-21%
IMPOTS ET TAXES	10 518 082,19	17 773 861,00	69%
FRAIS FINANCIERS	197 990,88	7 699 670,80	3789%
FRAIS DIVERS	4 318 448,25	3 653 423,82	-15%
TAXES ET REDEVANCES PARAFISCALES	1 637 666,00	1 164 640,98	-29%
DOTATIONS AUX AMORTISSEMENTS	38 194 479,96	51 241 091,01	34%
RESULTAT D'EXPLOITATION	16 894 067,76	29 638 362,58	75%
PRODUITS HORS EXPLOITATION	258 766 150,00	34 051 743,69	-87%
CHARGES HORS EXPLOITATION	261 785 925,62	62 577 124,10	-76%
RESULTAT HORS EXPLOITATION	-3 019 775,62	-28 525 380,41	845%
RESULTAT BRUT DE L'EXERCICE	13 874 292,14	1 112 982,17	-92%
I.B.S	2 554 990,00	278 245,55	-89%
RESULTAT DE L'EXERCICES	11 319 302,14	834 736,62	-93%

الملحق رقم: 04

MOULINS DE LAGHOUAT S.P.A DE
 CAPITAL DE 312 .000 .000 SIEGE
 SOCIAL ZONE INDUSTRIELLE

Qualité blé : Locale + imp
 Echantillon : 8h30mn
 Quart de : 6h a 14h
 Date : 17/03/2007

BULLETIN D'ANALYSE SEMOULERIE

désignation du produit	H % NA:N°06.95.04		T.C % NA:N°06.95.05		GRANULATION % (ref:entreprise)										REFUS		observations
					28		32		34		42		10				
	Maxi	%	Maxi	%	Min	%	Max	%	Max	%	Max	%	Max	%	Max	%	
B.D.S		9,4															
B.D.AB1	16,5	15,4												100			
S.G	14,5		1		80		10		5		5		0				
S.G.M	14,5		1		70		15		10		5		0		100		
3S.E	14,5	14,7	0,9		0		5	5,0		13,7	0	26,7	56,1	54,4	100	99,8	bonne qualité
S. SUP.ex	14,5		0,9		0		0		5		15		85		90		
1EME .CAT	14,5		1,2		0		0		0		10		80		80		
2EME .CAT	14,5	14,5	1,2		0		0		0	3,4	5	2,1	75	88	10	93,5	bonne qualité
3S.F	14,5	14,2	1,3		0		0		0		0		10	^		^	3SE dépasse les normmes

H: humidité

T.C taux de cendre

INTERPRETATION (normes ; Décret:N°91 -572 DU 31/1 ^91

MOULINS DE LAGHOUAT
 S.P.A DE CAPITAL DE 312 .000 .000
 SIEGE SOCIAL ZONE INDUSTRIELLE

Qualité blé : 100% imp
Echantillon : 13h30mn fabrication
Quart de : 6h-14h
Remis le : 21/03/2007

BULLETIN D'ANAL YSE
minoterie

Désignation de produit	H% na;n°06.95.04		T.C % NA.n°06.95.05		Refus 7xx entreprise		alvéographe (naH88-N°06-95-07)						T. Chute na;n°92-65		observation	
	Maxi		Maxi		Maxi	%	P	G Mini		W Mini		P/L Maxi				
B.T.S		12,1														
B.T.AB1	16,5	17,3														
F.T.C	15	16	0,72		5	2		98	18	17,5	130	226	0,65	1,59	180	bonne qualité
F.T.S	15	16,2	0,59		1	0										bonne qualité

C/Service laboratoire

H: humidité

T.C taux de cendre

**INTERPRETATION SELON LES NORMES
 ALGERIENNES Décret; 92-65 du 12-02-92**

الملحق رقم: 05

MOULINS DE LAGHOUAT

DETAILS		IMMEDIAT		Commande de Travail de Maintenance	N° :.....	
		REGULIER				
SILO		VISA DEMANDEUR		VISA DEMANDEUR		
<i>Nettoyage</i>		Date de Commande :	A	AT° B.S.M. ;	Achèvement le :	
MOULIN		Détails du Travail Demandé:.				
<i>Produits Finis</i>		Détails des Travaux à effectuer				
<i>Expédition</i>						
<i>Réparation</i>						
<i>Installation</i>						
<i>Inspection</i>						
REVISION						
Mécanique						
<i>Electrique</i>						
<i>Chaudronnerie</i>						
<i>Peinture</i>						
Bâtiment						
		OBSERVATIONS DE L'EXECUTION	<i>Nom de L'ouvrier</i>	<i>Temps Arrêt</i>	<i>Temps Passe</i>	<i>Pièces de Rechange</i>

الملحق رقم: 06

الاستبيان

:

:

(x)

1

1

1

1

." "

1

1

1

1

1

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					1			-8	
					1				-9	
<hr/>										
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				1				-10	
<hr/>										
						1		."	"	-11
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>									-12
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>									-13
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				1					-14
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					1				-15
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>									-16
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						1			-17
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>									-18
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>									-19
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>									-20
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						1			-21
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				1					-22
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					1				-23
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>								-24
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>									-25
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>									-26
<hr/>										
										-27
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>									-28
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>									-29
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>									-30
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>									-31
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>									-32

الملحق رقم: 07

الاستبيان

:

.

:

(x)

1

1

1

1

1

1

1

1

1

. " "

1

1

-1

-2

-3

-4

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						1				-5
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							1			-6
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>								1		-7
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							1			-8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						1				-9
										1	-10
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>									-11
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>									1	-12
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>								1		-13
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							1			-14
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>									1	-15
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				1	-16
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>									1	-17
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>										-18
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>								1		-19
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>									-20
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>								1		-21
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>									1	-22
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>										-23
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						1				-24

الملحق رقم: 08

:

			:
.			1
.			1
		x	1 -1
x			1 ." "
x			1 -3
		x	1 ." "
.			1 -5
		x	1 -6
		x	1 -7
		x	1 -8
.			1 -9
		x	1 -10
x			1 ." "
		x	1 -12
		x	1 -13
		x	1 -14
		x	1 -15
		x	1 -16
		x	1 -17
	x		1 -18
	x		1 -19
		x	1 -20
	x		1 -21

	x		1	-22
	x		1	-23
.			1	-24
		x	1	-25
		x	1	-26
. . .			1 . " "	-27
	x		1	-28
	x		1	-29
		x	1	-30
	x		1	-31
		x	1	-32

الملحق رقم: 09

:

%		%		%						:	
26.67	08	23.33	07	50.00	15	1					
26.67	08	16.67	05	56.66	17	1					
26.67	08	33.33	10	40.00	12	1					
26.67	08	00.00	00	73.33	22	1					
20.00	06	00.00	00	80.00	24	1					
33.33	10	00.00	00	66.67	20	1				/1	
						06.67	02	1998	1		
						16.67	05	2002			
						20.00	06	2003			
						56.66	17				
						09.34	03			/3	
						50.00	15				
						33.33	10				1
						23.33	07				
46.67	14	23.33	07	30.00	09	1				/4	
30.00	09	26.67	08	43.33	13	1				/5	
33.33	10	20.00	06	46.67	14	1				/6	
40.00	12	16.67	05	43.33	13	1				/7	
43.33	13	16.67	05	40.00	12	1				/8	
33.33	10	50	15	16.67	05	1				/9	
						23.33	07	Suisse Buhler	1	/10	
						86.67	23				
30.00	09	36.67	11	33.33	10	1				/11	
36.67	11	20.00	06	43.33	13	1				/12	
50.00	15	16.67	05	33.33	10	1				/13	
26.67	08	00.00	00	73.33	22	1				/14	
26.66	08	00.00	00	73.33	22	1				/15	
						50.00	15		1	/16	
						33.33	05				
						16.67	10				
33.33	10	06.67	02	60	18	1				/17	

33.33	10	06.67	02	60	18	1	/18		
						50.00	15	1	/19
						50.00	15		
30.00	09	03.03	01	66.67	20	1	/20		
33.33	10	03.03	01	63.33	19	1	/21		
36.67	11	03.03	01	60	18	1	/22		
33.33	10	20.00	06	46.67	14	1	/23		
33.33	10	03.03	01	63.33	19	1	/24		