

Fiches synthétiques des études de cas pédagogiques

Titre du cas	Le Cas Yahyaoui, entre ambition et contraintes
Les auteurs	S. BELEULMI, A. MERTANI, Y. MAKHLOUF
Institution académique	S. BECILA, Y. MALAAM
Pays	Université des Frères Mentouri Constantine 1
Secteur économique concerné	Algérie
Domaine de management concerné	Industrie Mécanique
Résumé du cas	<p>Gestion du changement stratégique</p> <p>En 1987 et après une longue carrière dans le domaine de la fabrication mécanique dans le secteur public, Mr <i>Yahiaoui</i> Ahmed décide de créer une entreprise spécialisée dans la fabrication de tuyaux d'échappement et silencieux pour véhicules. Après cinq ans, l'établissement connaît une évolution de sa gamme de produits qui est destinée au marché national.</p> <p>L'ambition du Gérant et son défi sont de convertir ce succès sur le marché national en un succès international. Pour répondre aux attentes des grandes entreprises multinationales avec lesquelles l'entreprise ambitionne de travailler, il s'interroge sur les orientations stratégiques de son entreprise et les actions à mettre en œuvre qui en découlent dans les années à venir.</p>
Les objectifs pédagogiques	<p>Le cas permet d'aborder la problématique entrepreneuriale. Les étudiants seront invités à se mettre à la place de l'entrepreneur afin de définir et concevoir les orientations stratégiques de l'entreprise. Il doit permettre à l'étudiant de s'entraîner à :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analyser l'environnement global d'une entreprise (interne et externe) ; • Développer une réflexion sur le choix opéré et à venir, notamment en terme de stratégie et de développement à l'international. • Identifier les facteurs clés de succès pour une entreprise évoluant dans un milieu concurrentiel ; • Sensibiliser l'étudiant sur l'intérêt de développer une intelligence stratégique pour l'entreprise d'aujourd'hui, vue les transformations du marché et l'environnement qui se fait de plus en plus turbulent.

Titre du cas**La gestion de la supply chaine d'un équipementier automobile****Les auteurs**

EL OUADI Abdelmajid et EL ABBADI Laila

Institution académique

l'ENSA de Kenitra

Pays

Maroc

Secteur économique concerné

Automobile

Domaine de management concerné

Supply chaine

Résumé du cas

Khalid kamal vient d'être nommé directeur de l'usine de fabrication des sièges automobiles de la société EAM corporation.

La société EAM, située dans la zone de Kenitra, fabrique et distribue des coiffes, la mousse des sièges et les Appuis-tête.

EAM Développe et livre tous types de sièges automobiles, des sièges avant et arrière de deuxième et troisième rangée, pour tout type de véhicules, aussi bien des voitures deux places que des monospaces huit places.

Cette entreprise n'arrive pas à maîtriser et à respecter les délais de livraison. En effet, les retards de livraison sont, en moyenne, de 1h/j pour les clients nationaux et de 8h/j pour les clients internationaux. La situation devient alarmante depuis 2016, et ce, suite à l'installation d'une nouvelle entreprise opérant dans le même secteur et offrant les mêmes produits. Khalid kamal décide alors de réduire, dans un premier temps, ce retard de livraison à 15 mn pour les clients nationaux.

Les objectifs pédagogiques

Confronter l'étudiant à une situation réelle sur les interfaces entre les clients, l'entreprise et les fournisseurs, dans une chaine logistique à travers :

- L'analyse de la situation actuelle dans l'usine de Kenitra
- La modélisation des flux physiques et informationnels
- La proposition des solutions
- L'argumentation le choix de solutions optimales

Titre du cas**Impact du système SAP sur la performance de la fonction achat à YAZAKI TUNISIA****Les auteurs**

Chedia KAROUI, Ahmed ZIDI et Salim EL KHEDHIRi

Institution académique

Institut Supérieur d'Administration des Entreprises de Gafsa

Pays

Tunisie

Secteur économique concerné

Secteur Industriel

Domaine de management concerné

Management des systèmes d'information

Résumé du cas

Le groupe Japonais, créé en 1929, fournit une large gamme de produits pour plus de 45 constructeurs automobiles. En 2009, le groupe japonais a installé une unité pilote chargée de former les futurs travailleurs et cadres de l'usine de YAZAKI Tunisia qui s'est implantée à Gafsa. Vu que le suivi des actions entre les différents départements se faisait d'une façon manuscrite avec un énorme risque d'erreur, YAZAKI TUNISIA a trouvé la solution dans la création d'un système de Management S.A.P qui organise les tâches entre les différents départements. Le cas décrit les difficultés de fonctionnement des achats avant la mise en place d'une solution SAP ainsi que les bénéfices attendus et réalisés suite à sa mise en place. Il vise aussi à mieux comprendre les Facteurs Clés de Succès nécessaires pour l'implantation d'une solution SAP.

Les objectifs pédagogiques

- Comprendre ce qu'est une solution SAP et ses différentes composantes.
- Analyser le rôle de la solution SAP dans la stratégie de l'entreprise.
- Analyser le processus de l'implantation d'une technologie.
- Déterminer les principaux FCS d'une technologie.
- Analyser l'apport de la solution SAP à la fonction achat chez Yazaki.

Titre du cas	Swan Informatique
Les auteurs	Aicha Beya Mammeria, Nesma Mahachi, Ali Kahlane
Institution académique	Université Badji Mokhtar Annaba
Pays	Algérie
Secteur économique concerné	TIC un segment majeur de l'économie des principaux pays industrialisés tel que l'Algérie
Domaine de management concerné	Les TIC, des outils indispensables pour le marketing et le management
Résumé du cas	Fondée en 1991, le principal objectif de Swan informatique est l'intégration de solutions pour l'Entreprise et la fourniture des produits utilisant le protocole Internet. Malgré les difficultés lors de son lancement dans les années 90, l'entreprise voit le jour. D'après l'esprit visionnaire de son PDG a aidé son Pays à réduire, le retard que son pays a accusé, il a contribué à façonner la politique algérienne des TIC tout en promouvant leur adoption et utilisation.
Les objectifs pédagogiques	<p>Pour permettre aux apprenants une bonne imprégnation de l'étude de cas de Swan informatique, nous préconisons de recourir à la méthode pédagogique par objectif, baptisée 'Taxonomie de Bloom ' cette méthode devra permettre d'optimiser les délais et les cours de formation.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Les étudiants vont apprendre la 2. La stratégie adaptée pour innover dans le domaine des TIC, pour une veille technologique permanente. 3. Les acquisitions de différentes connaissances de l'entrepreneuriat, des TIC, veille technologique, etc. Motive –booste les porteurs de projet /étudiants <p>Le cas contribue à la connaissance des questions d'innovation et d'entrepreneuriat au Maghreb car Swan est un exemple concret de la réussite des TIC dans un pays qui a subi une décennie noire lors des années 90.</p>

Titre du cas**Quel modèle économique pour une maison d'hôtes ?****Les auteurs**

Cas Maison d'hôtes Dar Zouhour à Gafsa en Tunisie

Institution académique

Chanez daly et tahar rwika

Pays

Université de gafsa

Secteur économique concerné

Tunisie

Domaine de management concerné

Tourisme vert

Entrepreneuriat

Résumé du cas

Le projet «Maison d'hôte Dar Zouhour » est un exemple pratique qui pourra servir de prototype ou d'architecture représentant un vrai design des étapes de la construction d'un business modèle. Ce design aidera l'investisseur à évaluer le projet. Le modèle économique de la « Maison d'hôte Dar Zouhour» peut être facilement révisé par l'entrepreneur, grâce à l'outil BMC. Les deux questions majeures ici sont : Dans quelle mesure le BMC peut-il être un outil utile et nécessaire pour un projet de création d'entreprise ? Comment construire grâce à lui un modèle économique à la fois viable et créateur de valeur ajoutée ?

Les objectifs pédagogiques

La présente étude de cas vise à faire comprendre aux étudiants l'utilité de l'approche du business model canvas dans le cycle de vie d'un futur entrepreneur. Surtout apprendre à **construire et résumer** leur modèle économique sous forme de **tableau** avec neuf cases. Le concept business model a connu une évolution de plus en plus croissante dans le champ de l'entrepreneuriat. Il est devenu une étape indispensable dans un projet de création et plusieurs facteurs seront déterminants pour ce choix: l'identité de l'entreprise, son offre et sa stratégie.

En effet, la méthodologie simple du Business Model Canvas permet de poser les fondamentaux du Business Plan.

Titre du cas	Stratégie et Innovation pour une Start-up en Silver Économie
Les auteurs	Salah Baïna
Institution académique	ENSIAS – Université Mohammed V de Rabat
Pays	Maroc
Secteur économique concerné	Silver Economie – Détection de chutes et Autonomie des personnes Agées
Domaine de management concerné	Management de l'Innovation & Management Technologique.
Résumé du cas	<p>L'étude de cas s'intéresse à une start-up qui offre une solution innovante dans le domaine de l'assistance de personnes âgées et la détection des chutes. L'étude permet comprendre le cycle de vie de l'innovation, et les différentes difficultés qui peuvent entraver ce processus. Ainsi que le contexte général de d'une entreprise innovante. L'étude de cas est organisée en deux volets, un volet lié au management de l'innovation, le second aux aspects technologiques.</p>
Les objectifs pédagogiques	<p>Dans un premier temps, l'étude stratégique permet de poser les questions nécessaires à la compréhension d'un marché et comprendre les différents éléments qui définissent le succès d'un produit. Elle permet également de comprendre les problèmes que peuvent rencontrer les start-up lors des premières années de leur vie. Dans un deuxième temps, la partie technologique permet de comprendre l'impact des choix technologique sur l'évolution et les chances de succès d'une solution ou d'un service à forte valeur ajoutée.</p> <p>L'étude de cas n'est pas spécifique à la région du Maghreb, cependant, la démarche et l'analyse effectuée est générique, permettant ainsi de comprendre l'innovation qu'elle soit au Maghreb et ailleurs.</p>

<p>Titre du cas</p>	<p>SEOR, succès de la gestion de l'eau au niveau de la ville d'Oran</p>
<p>Les auteurs</p> <p>Institution académique</p> <p>Pays</p> <p>Secteur économique concerné</p> <p>Domaine de management concerné</p>	<p>KHALFALLAH Naima et ZANOUN Abdelouahab</p> <p>École Nationale Polytechnique d'Oran (Ex ENSET d'Oran)</p> <p>ALGERIE</p> <p>Gestion de AEP</p> <p>Le management public</p>
<p>Résumé du cas</p>	<p>Devant une croissance démographique galopante et une extension urbaine de la ville d'Oran, la création de l'entreprise SEOR en 2008 avait comme but de trouver des solutions pour une distribution équitable de l'eau par le biais d'un nouveau concept de management public appelé « la gestion délégué par contrat » où la gestion était confié à l'opérateur AGBAR «AGUA de Barcelone, Espagne».</p> <p>La SEOR se retrouve donc, devant un grand défi qui se présente comme suit :</p> <ul style="list-style-type: none"> -un réseau d'AEP de 2249 kilomètres datant, en grande partie, du 19^{ème} siècle ; -la salinité des eaux. Les citoyens s'approvisionnaient en eau douce auprès de colporteurs ; -les fuites des réseaux. Taux de l'ordre de 35 à 40%; -la vétusté des canalisations. Beaucoup de quartiers alimentés un jour par mois ; -l'impossibilité de prévoir, de maintenir ou de cloisonner les quartiers en cas de pollution ou de contamination des réservoirs.
<p>Les objectifs pédagogiques</p>	<p>Les étudiants ont appris à la fin du cas :</p> <ul style="list-style-type: none"> • faire une réflexion sur le management public traditionnel dans le domaine de la gestion de l'eau. Quelles sont les avantages et les désavantage de cette forme de gestion. • Réfléchir sur les avantages et les désavantages du nouveau concept de management public, tel que la gestion déléguée par contrat et le partenariat public- privé, appliquée dans le cas e cette étude. • voir l'impact de l'application d'une gestion délégué dans le domaine de la gestion de l'eau et l'assainissement ainsi que les résultats prometteurs d'une telle forme de management. Le développement d'une stratégie de marketing innovante : l'implication du client qui n'est plus confiné au rôle de consommateur, qui était le sien jusqu'à présent; il devient un partenaire interactif.

Titre du cas**Kitéa : Quel nouveau concept de distribution pour le mobilier de bureau à destination des professionnels ?****Les auteurs**

MAAROUFI Zoulikha /ABBA Rihab

Institution académique

ESCA Ecole de Management

Pays

Maroc

Secteur économique concerné

Ameublement / Distribution du mobilier de bureau

Domaine de management concerné

Marketing (Distribution)

Résumé du cas

Kitéa, enseigne nationale et leader sur le marché du mobilier et objet de décoration en Kit, souhaite développer les ventes du mobilier de bureau à destination des professionnels. Ces derniers s'orientent en général vers les distributeurs spécialisés, bien qu'ils appliquent une politique de prix plus élevée. Comment développer les ventes d'un produit vendu en magasin en ciblant le segment des professionnels sans changer l'offre proposée ? Faut-il changer de concept de vente ou maintenir le même concept en procédant à des rajustements marketing et commerciaux afin de s'adapter aux attentes et aux comportements d'achat des clients Corporate ?

Les objectifs pédagogiques

- 1- À la fin du cas, les étudiants ont appris à développer leur capacité d'analyse et de synthèse en appliquant les outils d'analyse tels que l'analyse SWOT. Ils ont aussi appris à identifier les différentes politiques du retailing mix et à enrichir leurs connaissances en distribution et marketing de la distribution.
- 2- En matière d'innovation, le cas leur permet de tester leur capacité à développer un concept de distribution pour le mobilier de bureau innovant par rapport aux enseignes existantes. En termes d'entrepreneuriat, il les pousse à réfléchir à un nouveau business model pour la distribution du mobilier de bureau, adapté aux contraintes et opportunités du marché marocain.

Titre du cas	LUBRIM
Les auteurs	CHEBIRA Boualem-Ammar et CHAOUI Kamel
Institution académique	UBM Annaba
Pays	Algérie
Secteur économique concerné	Secteur pétrochimique
Domaine de management concerné	Stratégie – Innovation
Résumé du cas	<p>LUBRIM est une entreprise spécialisée dans la fabrication et la vente des huiles pour moteur. Elle se trouve aujourd'hui confrontée à une crise de croissance qui se caractérise par quelques problèmes financiers mais aussi par celui des approvisionnements en matière première. L'entreprise devra décider de son avenir soit en trouvant de nouvelles sources d'approvisionnement soit en s'affranchissant complètement de ces matières premières par la conception de produits innovants. Une des options discutées est le recyclage des huiles usagées.</p>
Les objectifs pédagogiques	<ul style="list-style-type: none"> – Montrer aux participants l'intérêt d'une bonne analyse stratégique dans le processus décisionnel. – Réaliser l'importance des enjeux de l'innovation dans la vie de l'entreprise. – Réaliser une combinaison innovation et développement dans le cadre d'une amélioration des processus existants dans l'entreprise. – Comprendre que les intérêts économiques et les intérêts environnementaux pour une entreprise ne sont pas nécessairement contradictoires.

Titre du cas	Masmoudi : Quand la tradition innove !
Les auteurs	Norhène Chabchoub
Institution académique	Université de Sousse
Pays	Tunisie
Secteur économique concerné	Agroalimentaire
Domaine de management concerné	Marketing ; Stratégie ; Innovation ; Système d'information ; Qualité
Résumé du cas	<p>Le changement de mode de vie des familles tunisiennes a permis la création de marché de pâtisserie « prêt à consommer ». Dans ce cadre, Masmoudi a su créer structurer et moderniser le métier, tout en préservant l'aspect artisanal et une qualité maîtrisée. Aujourd'hui l'entreprise bénéficie d'une notoriété et un capital marque reconnu mondialement. Elle est considérée comme un modèle de réussite. L'entreprise y est parvenue par l'adoption d'une stratégie de diversification et d'innovation adaptée aux nouvelles tendances. Le cas présente les caractéristiques de cette réussite.</p>
Les objectifs pédagogiques	<p>L'objectif du cas est d'abord montrer aux étudiants l'histoire de la réussite d'une entreprise familiale créée par une femme déterminée, ambitieuse et visionnaire qui a cru en son succès et qui a réussi à bouleverser les habitudes de consommation des pâtisseries tunisiennes. Ensuite, aider à développer l'esprit entrepreneurial tout en montrant les facteurs de succès notamment le management de l'innovation, le leadership, la rigueur de stratégie marketing, le respect des normes de qualité, l'investissement dans les technologies de l'information, etc.</p>

Titre du cas

Moderniser la Ressource Humaine de la Sonelgaz

Les auteurs

Amari Salah Eddine Sofiane

Institution académique

ENP d'Oran

Pays

Algérie

Secteur économique concerné

Secteur des énergies (L'électricité et le Gaz)

Domaine de management concerné

Gestion des Ressources Humaines

Résumé du cas

Depuis quelques années l'Algérie enregistre des coupures fréquentes du courant électrique qui durent parfois des heures, provoquant des désagréments aux particuliers et aux entreprises. Ces coupures fréquentes et répétitives sont enregistrées surtout durant la saison d'été caractérisée par un temps de canicule.

Cependant, malgré l'acquisition de nouvelles centrales électriques, le problème reste toujours posé. Certains pointent du doigt la qualité de la ressource humaine. Et pourtant, la Société fait d'énormes efforts pour moderniser cette dernière.

Les objectifs pédagogiques

A l'issue de cette étude de cas, les étudiants seront capables de développer une réflexion critique, et de comprendre que le développement des compétences ne se fait pas seulement par le biais de la formation ou de l'apprentissage, et que d'autres facteurs comme la motivation, la culture de l'entreprise peuvent aussi agir.

Ce cas pourra contribuer à la connaissance de la question de l'innovation car il pousse l'étudiant à réfléchir dans d'autres manières pour développer les compétences en dehors de ce qui est pratiqué par les entreprises.

Titre du cas**La résistance au changement dans le secteur du textile-habillement à l'ère des changements disruptifs : le cas de Filarsy au Maroc****Les auteurs**

Lhacen BELHCEN & Jamal BOUKOURAY

Institution académique

ESCA Ecole de Management

Pays

MAROC

Secteur économique concerné

Textile-Habillement

Domaine de management concerné

La conduite de changement

Résumé du cas

FILARSY Confection est une entreprise marocaine qui a développé des compétences pour servir des donneurs d'ordre européens dans le cadre de la sous-traitance. Sa maîtrise des coûts et la proximité géographique avec ses clients constituaient deux facteurs clefs de sa compétitivité prix. L'émergence des économies industrielles d'Asie, la baisse des coûts de transport maritime et l'essor de puissants acteurs de la logistique globale ont entraîné un déplacement du centre de gravité de l'industrie vers l'Asie et son déclin dans le bassin méditerranéen. Le modèle de Filarsy devait s'adapter à une évolution du modèle de sourcing des clients européens vers le Fast Fashion.

L'échec de la transition de Filarsy vers le nouveau modèle montre l'importance de la conduite du changement dans les organisations et le rôle central de la gestion de la résistance au changement.

Les objectifs pédagogiques

Le cas permet aux étudiants de :

- Identifier les manifestations de la résistance au changement dans une organisation industrielle ;
- Comprendre en quoi cette résistance au changement est préjudiciable à la pérennité de l'entreprise et aux intérêts de toutes les parties prenantes ;
- Tester la validité des modèles théoriques par rapport aux éléments empiriques du cas FILARSY ;
- Proposer des voies et des moyens d'action pour gérer la conduite de changement dans l'entreprise et faire face à la résistance qu'opposent les salariés.

Titre du cas

COMMENT UN PDG A REINTEGRE UNE SOCIETE EN FAILLITE DANS LE "COMEBACK" DE L'INDUSTRIE ALGERIENNE? CAS DE L'ENCO

Les auteurs

ARIS Abdelkader

Institution académique

Ecole Nationale Polytechnique D'Oran

Pays

Algérie

Secteur économique concerné

Industrie de production d'énergie, sidérurgie

Domaine de management concerné

Économie industrielle et stratégie d'entreprise

Résumé du cas

Une entreprise algérienne, spécialisée dans la fabrication et la maintenance des chaudières industrielles et domestiques, se trouve confrontée à un grave problème de gestion dans les années 90. Quelles actions faut-il entreprendre dans cette phase critique pour assurer sa survie face à un environnement hostile?

Dans ce contexte d'incertitude, l'étudiant est conduit à travers cette étude de cas à :

- identifier l'origine des difficultés pour mettre en lumière les différentes causes possibles de l'échec.
- connaître les stratégies et les leviers d'action d'un leadership à la tête d'une nouvelle équipe dirigeante susceptible de fonder le projet de redressement.

Les objectifs pédagogiques

L'utilisation de cette étude de cas peut viser différents objectifs: Explorer chez les apprenants magrébins leur capacité d'analyse des problèmes d'entreprise dans des pays en plein essor industriel mais à environnement économique et social "fragile".

De nouvelles conceptions concernant le savoir et l'innovation émergent de l'étude de cas, autre que la création d'entreprise; la valorisation d'expériences des entreprises algériennes dans le cadre des stratégies et décisions adoptées pour la mise en situation permet aux étudiants de favoriser la construction de savoirs utiles pour l'action entrepreneuriale.

Titre du cas

BELGHITH, du moulin au four : Quel avenir du PAIN SUR TABLE sur le marché algérien?

Les auteurs

Becila Samira, Beleulmi Salima, Mertani Abdelfateh
Maalem Youcef, Aib Abdelatif, Makhalouf Yamouna, KARAR Ahmed, Mansouri Nora

Institution académique

Université des frères Mentouri de Constantine 1
Algérie

Pays

Secteur économique concerné

Agro-alimentaire

Domaine de management concerné

« Management des PME du secteur privé »

Résumé du cas

En 2016, le groupe Holding BELGHIT un des leaders du secteur de l'agro-alimentaire en Algérie investit le créneau de la fabrication industrielle du Pain, aliment noble et sacré au sein de la société algérienne et dont la fabrication était jusque-là entièrement monopolisée par les boulangeries traditionnelles qui bénéficiaient du soutien de l'État aux prix des farines de panification. C'est un vrai défi que se lance M. Abdelkarim ZAROUKI, l'entrepreneur de ce projet, qui a choisi d'adopter pour la réalisation de ce projet une stratégie reposant sur la qualité et l'innovation au niveau de tous les maillons de la chaîne de fabrication du pain ; depuis la matière première jusqu'au produit fini. L'objectif de ce cas est d'identifier les forces et les faiblesses du groupe BELGHITH à partir de l'analyse de sa stratégie de développement. Représente une solution à la facture engendrée par le soutien au prix du pain en Algérie.

Les objectifs

L'étude du cas Belghith a pour objectif de :

- Illustrer la stratégie adoptée par le groupe Holding Belghith pour réussir dans le marché algérien.
- Apprécier l'impact de l'innovation, dans un secteur marqué par des pratiques ancestrales et mieux connaître le secteur économique en question.
- Sensibiliser l'étudiant à l'incidence des spécificités socioculturelles et l'historique du pays ainsi qu'aux habitudes alimentaires du consommateur algérien.

<p>Titre du cas</p> <p>Les auteurs</p> <p>Institution académique</p> <p>Pays</p> <p>Secteur économique concerné</p> <p>Domaine de management concerné</p>	<p>Amélioration de la stratégie d'achat de la société Kahwa</p> <p>Fatima Zahra Mhada et Adil Bellabdaoui</p> <p>ENSIAS, Université Mohammed 5 Rabat</p> <p>Maroc</p> <p>Secteur agroalimentaire</p> <p>Approvisionnement et gestion de la supply chain</p>
<p>Résumé du cas</p>	<p>La société « Kahwa » créée en 1977 par M. Ahmed El Ghazali se spécialise dans la production du café torréfié en vrac, en grain, soluble et moulu. La société, installée à Casablanca, dispose en plus d'une usine de production, d'un entrepôt de stockage de 22 000 m³, situé à côté du port de Casablanca. L'entreprise se voit s'offrir la possibilité de louer une partie de son entrepôt dont l'emplacement est situé dans une zone stratégique (près du port). Pour cela, l'entreprise devra revoir sa stratégie d'approvisionnement en matières premières, sa supply chain et son système d'information quasi inexistant.</p>
<p>Les objectifs pédagogiques</p>	<p>Ce cas vise à répondre aux objectifs pédagogiques suivants :</p> <p>Offrir un exemple d'entreprise de production et sa problématique de gestion d'approvisionnement, caractérisé par un marché à croissance faible et des consommateurs fidèles</p> <ul style="list-style-type: none"> - Placer l'étudiant dans un contexte réel de décision, basé sur un modèle de prévision du comportement futur des prix et des consommateurs, en utilisant des données historiques - Modifier l'approche organisationnelle pour adapter la vision processus métier et système d'information dans le management de l'entreprise. - Permettre aux étudiants de pousser les réflexions sur les opportunités d'améliorations : marketing, système d'information et supply chain Management.

Titre du cas

Quelle stratégie marketing pour les consommateurs d'huile d'olive ?

Les auteurs

Melle MAAROUFI Zoulikha , Mme Abarrar Ibtissam

Institution académique

ESCA Ecole de management

Pays

Maroc

Secteur économique concerné

Agro-alimentaire

Domaine de management concerné

Marketing de la distribution

Résumé du cas

Sur le marché de l'huile d'olive, l'entreprise Lesieur cristal se trouve confrontée à deux défis majeurs : la conquête des clients potentiels d'huile d'olive en vrac et le développement de sa position sur le marché des huiles d'olive embouteillées.

Ce cas porte sur une présentation et une analyse du marché marocain de l'huile d'olive et sur la situation de Lesieur Cristal sur ce marché

.Quelles seraient les stratégies marketing qui pourraient permettre à Lesieur Cristal de relever ces défis, tout en tenant compte à la fois des habitudes d'achat de consommateurs marocains, de la concurrence existante sur ce créneau de marché, et de la variation des prix de l'huile d'olive.

Les objectifs pédagogiques

Les étudiants ont appris à développer leur capacité d'analyse et de réflexion du marché et à définir les grandes orientations stratégiques possibles sur le marché de l'huile d'olive.

Le cas contribue à développer les capacités d'innovation des étudiants, car il leur ai demandé de réfléchir et présenter un nouveau concept de produit et de distribution pour attirer et conquérir les consommateurs d'huile d'olive en vrac.

Titre du cas

ETUDE DE CAS LEA

Les auteurs

Nouha KOBSI, Widad CHAOUI

Institution académique

Université Badji Mokhtar Annaba

Pays

ALGERIE

Secteur économique concerné

Agro-alimentaire

Domaine de management concerné

Résumé du cas

La laiterie de l'Edough d'Annaba (LEA) est une usine qui assure l'approvisionnement en lait pasteurisé et ses dérivés pour les cinq wilayas du Nord-Est de l'Algérie.

Aujourd'hui, avec l'ouverture du marché national au secteur privé, la laiterie de l'Edough est maintenant confrontée au problème de la recherche d'autres sources d'approvisionnement en poudre de lait et en MGLA.

Objectifs pédagogiques

L'objectif du cas est de mettre les étudiants en position d'analyse et surtout de construction de solutions pour répondre à un enjeu de rétention et de motivation. Il s'agit de jouer le rôle de consultants capables de proposer une stratégie d'action, prenant en compte la croissance démographique, et des idées innovantes de solutions pour améliorer la situation.

- Se mettre en situation de proposer des recommandations d'actions, sur la base d'une information partielle,
- 'entraîner à présenter des propositions et d'idées.

Titre du cas	L'EPI D'OR du monopole... à la concurrence
Les auteurs	Lotfi BELKACEM, Wiem BEN JABRA, Rachid MECHI, Aida JEMMELI
Institution académique	Université de Sousse
Pays	Tunisie
Secteur économique concerné	Industrie des pâtes alimentaires
Domaine de management concerné	Management de l'innovation entrepreneuriale
Résumé du cas	<p>L'EPI D'OR produit en plus des pâtes alimentaires longues et courtes, le couscous et d'autres variétés. A partir de 1943 et pendant plus de 40 ans, le fondateur feu Habib Mellouli, est en situation de monopole sur le marché. La transmission du savoir-faire de père en fils fait que l'EPI D'OR est une entreprise familiale par excellence. Une stratégie de développement incessant par innovation du produit et du procès de fabrication a permis à l'EPI D'OR de se positionner en leader dans les pâtes alimentaires sur le marché local devant des concurrents de grands potentiels technologique et financier et ce à partir de la dernière décennie du 20^{ème} siècle.</p>
Les objectifs pédagogiques	<p>L'étudiant pourra analyser le rôle du feu Habib Mellouli, fondateur de l'entreprise familiale l'EPI D'OR, dans la transmission du savoir-faire de père en fils et par conséquent assurer la pérennité de l'entreprise. Pour réussir son passage de situation monopole pendant plus de 40 ans à la concurrence, l'EPI D'OR a montré un potentiel d'innovation exceptionnel dans la diversification et l'originalité de l'offre, la mise en place d'un système de management de la qualité (SMQ) et l'installation des nouvelles unités de production et de gestion de la consommation d'énergie et la préservation de l'environnement.</p>

Titre du cas

**Amélioration du suivi et tri de la
défectuosité de bouteille de Salam gaz**

Les auteurs

Pr. HANAA HACHIMI

Pr. AOUATIF AMINE

Mr. HICHAM HAKIM

Institution académique

ENSA de Kénitra université Ibn Tofail

Pays

Maroc

Secteur économique concerné

Energie

**Domaine de management
concerné**

Production

Résumé du cas

L'entreprise SALAM GAZ est le leader dans le domaine d'énergie pétrolière, elle dispose d'une équipe dynamique en gestion de production et de logistique ainsi elle dispose des bases de données qui relèvent de plusieurs années sur les fiches synoptiques de la fiabilité et de type de la défectuosité de leur produit phare qui est la bouteille de gaz

Elle soulève une problématique qui interpelle une réflexion scientifique. Le problème phare est d'améliorer leur système de suivi de défectuosités des bouteilles de gaz lors du remplissage. En effet cette optique entre dans le cadre de l'innovation et la création des nouveaux produits et services.

Par ailleurs le travail consiste à implémenter un système d'information de détection automatique de la bouteille défectueuse.

Les objectifs pédagogiques

Les études de cas pédagogiques