



CAS : CONSERVERIES DE MEKNES

Carte visite

- Forme Juridique : Société anonyme.
- capital social : 48 000 000,00 DHS.
- Date de création: 1962.
- Adresse : Q.I. Aïn Slougui, BP 217.
- Président : Mardochée DEVICO
- CA brut : de 200 à 400
- Effectifs : de 160 à 300 salariés selon les saisons.
- Répartition de chiffre d'affaires: 80% sur le marché local et 20% à l'export.
- E-Mail : aicha@aicha.com
- Site-Web : www.aicha.com

Dossier 1 : Stratégie et croissance

Document n°1 : Le groupe

Les Conserve de Meknès (LCM) font partie d'un groupe de sociétés ayant des activités complémentaires dans le secteur de l'agro-industrie. Il s'agit, notamment de MCC le lion, le plus ancien fabricant de concentré de tomates avec la marque le lion et dont les ventes sont exclusivement locales. Le groupe compte également les conserves Nora, qui font partie du groupe depuis 1976. Leader sur le marché marocain de conserves de petits pois et de pruneaux secs (premier producteur), son activité s'est diversifiée avec de nouveaux produits, tels que les conserves d'olives et d'abricots au sirop. Elle réalise aujourd'hui 50% de son chiffre d'affaires à l'exportation.

Marocapres, premier producteur mondial de câpres ainsi que Consaf, producteur des conserves d'olives font également partie de ce groupe. Leur chiffre d'affaires est exclusivement réalisé à l'exportation. Le groupe compte également une société de distribution tant pour l'import que de l'export (Cop ram), une usine de fabrication d'emballages métalliques (Global Can) ainsi qu'une agence de communication (Arrow communication).

Document n°2 : Chiffres clés

Réalisant, lors des trois derniers exercices, un chiffre d'affaires global variant entre 400 et 500 millions de DH, l'entreprise emploie de 300 à 400 salariés en fonction de l'abondance de la matière première. Partagé entre le concentré de tomates (30%), les huiles d'olives (30%), la confiture (20%), les huiles de tables, l'huile d'argan, les champignons Terfess et autres (20%), la part des exportations dans ce chiffre d'affaires se situe entre 20 et 40%.

Document n°3 : Développement de la société

(...) L'entreprise a réussi à se tailler une place de choix sur le marché local tout en ayant également réussi à se forger une notoriété à l'étranger. (...) La saga commença en 1962, lorsque Devico rachète une conserverie existante depuis 1929. Cette dernière destinait la majorité de sa production à l'export vers les marchés américains et européens, avec des produits phares comme la truffe blanche, les fruits au sirop et les légumes en conserves.

Après son rachat, l'unité va connaître une nouvelle impulsion, suite à une restructuration et à la décision d'investir le marché local. « L'usine a été agrandie et la production diversifiée pour mieux répondre aux besoins locaux avec notamment l'élargissement de la gamme de confiture et le lancement du concentré de tomates à partir des années 1970 » raconte David Devico. La production d'huile d'olive vierge par l'entreprise avait démarré en 1976.

(...) d'autres grands événements, en 1977 de la culture de la fraise dans la région de Moulay bousselham (...). En 2000, LCM investit dans une nouvelle activité : le raffinage des huiles végétales.

Document n°4 : Huile d'olive: Pas de problème de vente

POUR Mardochée Devico, DG des Conserve de Meknès (LCM), l'accord de libre-échange avec les USA est positif, notamment pour les exportations d'huile d'olive. A rappeler que l'entreprise est déjà sur ce marché depuis une dizaine d'années. C'est donc une ouverture supplémentaire pour LCM, ainsi qu'"un moyen de renforcer les liens". En plus des "très petits droits de douane qui sautent", l'apport de l'ALE est important dans le sens où le Maroc n'est plus marginalisé ni considéré comme un partenaire "exotique". Il fait partie intégrante du jeu. "Aujourd'hui, nous sommes confrontés à un marché ouvert. Là où nous pourrions rencontrer des problèmes, c'est davantage au niveau de la matière première que de la vente". Pour Devico, l'accord de libre-échange qui entre en vigueur dans quelques jours, "est avant tout une ouverture psychologique". Pour rappel, LCM est connue pour sa marque Aïcha dans le concentré de tomate, les confitures, l'huile de table et bien sûr l'huile d'olive.

www.lavieeco.com

N°	Travail à faire n°1	Barème
1.	Déterminer le métier de L.C.M ;	1 pt
2.	Présenter un organigramme du groupe d'appartenance ;	2 pts
3.	A- Identifier les stratégies adoptées par L.C.M ; B- Rappeler les avantages de ces modes ; C- Donner les autres modalités d'internationalisation ;	1 pt 2 pts 2 pts
4.	Quels sont les effets de l'accord de libre-échange avec les USA sur le Maroc ;	2pts
5.	Rédiger un commentaire en 06 lignes sur la répartition du C.A en vous basant sur les éléments suivant : - L'importance des activités ; - Les contraintes de ces activités ; - Proposer des actions stratégiques pour améliorer ce C.A.	4 pts

Dossier 2 : Gestion des ressources humaines

Document n°1 : Ressources humaines

L'effectif global de LCM SA est composé de personnel permanent et saisonnier.

Permanents

Le personnel permanent est composé des cadres et cadres supérieurs dont la moitié traduisant la politique de promotion de l'équité en milieu professionnel.

LCM SA encourage également le développement des compétences de ses salariés en participant au financement de leur formation é court ou à long terme, avec une quote-part assumée par LCM SA pouvant atteindre 100% du coût de la formation, et en accordant des congés payés pour les périodes des formations.

L'ancienneté moyenne des salariés permanents est de 16.5 années.

Saisonniers :

Les saisonniers représentent la masse la plus importante du personnel de LCM SA, ce qui se justifie par la nature de l'activité. Leur nombre est variable et peut atteindre 200 personnes lors des périodes de disponibilité de la matière première.

La nature de l'activité et la culture du secteur font que la main d'œuvre est quasi exclusivement féminine.

LCM SA accorde une attention particulière à la formation de cette catégorie, qui affiche généralement une technicité limitée et un taux un taux d'analphabétisme atteignant 89%.

Ainsi et au moment de leur recrutement, les ouvrières reçoivent une formation sur l'hygiène et la sécurité sur les lieux de travail, une formation sur le respect des normes de la qualité, sur les procédures de réclamation au sein de l'usine et sur la lecture des bulletins de paie. Ce personnel reçoit également une formation sur l'utilisation des cartes bancaires prépayées.

Document n°2 : Charte éthique

LCM SA a traduit ses valeurs sur une charte éthique pour formaliser ses engagements en matière de responsabilité sociale vis-à-vis de son capital humain. L'entreprise bannit le travail des enfants, la discrimination de tout genre, en favorisant l'emploi des handicapés. Elle améliore continuellement les conditions de travail, en assurant une couverture sociale et médicale à l'ensemble de ses employés, et une couverture contre les accidents de travail. Aussi, elle reconnaît le droit à l'appartenance syndicale et à la négociation collective, en respectant le minimum légal des salaires, et en veillant à la conformité de ses pratiques, en matière de ressources humaines, aux lois nationales et aux conventions internationales.

N°	Travail à faire n°2	Barème
1.	Relever les objectifs de la formation pour chaque catégorie de personnel de LCM SA ;	1 pt
2.	Rappeler brièvement les principales étapes d'un plan de formation ;	1 pt
3.	Identifier les domaines de GRH mis en œuvre par LCM SA ;	1 pt
4.	Indiquer les mesures prises par LCM pour instaurer un bon climat social ;	1 pt
5.	Présenter les conséquences d'un mauvais climat social sur : -a- l'entreprise ; -b- le salarié.	2 pts