

Ecole des Hautes Etudes Commerciales



**Mémoire de fin de cycle en vue de l'obtention du diplôme de
Master en Sciences Commerciales**

Option : Distribution et Supply Chain Management

Thème :

**Essai d'analyse de la logistique de
distribution des produits pharmaceutiques.
Cas : Groupe SAIDAL**

Présenté par :

M. Benaïssa NAIMI

Encadré par :

Mme. Ouardia LAOUDJ

Maitre de conférences « A » à l'EHEC

3^{ème} promotion

Juin 2016

Ecole des Hautes Etudes Commerciales



**Mémoire de fin de cycle en vue de l'obtention du diplôme de
Master en Sciences Commerciales**

Option : Distribution et Supply Chain Management

Thème :

**Essai d'analyse de la logistique de
distribution des produits pharmaceutiques.**

Cas : Groupe SAIDAL

Présenté par :

M. Benaïssa NAIMI

Encadré par :

Mme. Ouardia LAOUDJ

Maitre de conférences « A » à l'EHEC

3^{ème} promotion

Juin 2016

المخلص

الوضع الاقتصادي الجزائري اليوم يشجع على تدفق السلع والخدمات مما يدفع الشركات لتكون قادرة على المنافسة في سوق التي تتميز بالتنافسية بشكل متزايد

القطاع الصيدلاني الجزائري ليس استثناء من هذه القاعدة، لأن صناعة الأدوية تمثل القطاع الاقتصادي الاستراتيجي الذي يتضمن أبحاث وتصنيع وتوزيع لهذه الأدوية

التوزيع المادي للمنتجات الصيدلانية يعتبر الحلقة أساسية في السلسلة اللوجستية لشركات الأدوية والتي تمثل في تتبع المنتجات من مواقع التصنيع، مروراً بعدة عمليات وخدمات لوجستية مما تسمح للمنتج بالوصول إلى المستهلك مع ضمان الحفاظ على جودته

تتلخص مذكرتنا على تحليل لوجستية التوزيع للأدوية، هذه الدراسة تتمثل في تحليل التوزيع المادي للأدوية الخاصة بمجمع صيدال المختص في إنتاج وتوزيع الأدوية

بما ان خيارنا قد تركز على إحدى شركات الأدوية، اذن كان من الضروري عرض الجوانب الأساسية عن الخدمات اللوجستية اولا وعرض كيفية التوزيع المادي للمواد الصيدلانية ثانيا، ثم يليها عرض مجمع صيدال لتحديد بشكل وثيق البيئة التي يعمل فيها وفي النهاية حاولنا تحليل لوجستية توزيع لمجمع صيدال

بعد تحليلنا، تبين وجود بعض العيوب التي تؤثر على السير الحسن لسلسلة التوزيع للشركة. لهذا قمنا بتقديم بعض الاقتراحات ومجموعة من الاجراءات التصحيحية لاستكمال الفجوات المتعلقة بسلسلة التوزيع الخاصة بمجمع صيدال قصد تحسينها

الكلمات الدالة :

التوزيع المادي، المنتجات الصيدلانية، سلسلة التوزيع، تحليل، اللوجستية، القطاع الصيدلاني

Résumé

Aujourd'hui, la situation économique dans laquelle évolue l'Algérie favorise la circulation des biens et services ce qui pousse les entreprises à être de plus en plus compétitives dans un marché qui devient de plus en plus concurrentiel.

Le secteur pharmaceutique algérien n'échappe pas à cette règle, puisque l'industrie pharmaceutique est le secteur économique stratégique qui regroupe les activités de recherche, de fabrication et de distribution des médicaments.

La distribution physique des produits pharmaceutiques est un maillon essentiel dans la chaîne logistique des entreprises pharmaceutiques car elle consiste à suivre les produits depuis les sites de fabrication, passant par les opérations successives de logistique et de gestion permettant au produit de parvenir à l'officine avec la garantie du maintien de sa qualité.

Notre mémoire se résume sur l'analyse de la logistique de distribution des produits pharmaceutiques cette étude portera sur une analyse de la logistique aval du Groupe SAIDAL qui est spécialisé dans la production et la commercialisation des produits pharmaceutiques.

Comme le stage de fin d'étude a été effectué dans une entreprise pharmaceutique, il était vu nécessaire de présenter en premier lieu, les aspects fondamentaux de la logistique de distribution, en deuxième lieu la logistique de distribution des produits pharmaceutiques, suivi par la présentation du Groupe et ses différents centres de distribution pour cerner de plus près l'environnement dans lequel elle évolue afin d'essayer d'analyser la logistique de distribution du Groupe SAIDAL.

Après notre analyse, il s'est aperçu l'existence de certaines défaillances qui ont des répercussions sur la gestion de la chaîne logistique de l'entreprise. Pour cela, nous avons jugé essentiel de proposer un ensemble d'actions correctives à mettre en place pour compléter les lacunes du Groupe SAIDAL afin d'optimiser sa chaîne logistique.

Mots clés : distribution physique, produits pharmaceutiques, logistique de distribution, analyse, la chaîne logistique, secteur pharmaceutique.

Abstract

The economic situation in Algeria actually promotes the flow of goods and services; this creates an increasingly competitive market which in turn pushes companies to be more competitive.

The Algerian pharmaceutical sector is no exception to this rule; the pharmaceutical industry is a strategic economic sector which includes the research, manufacturing and marketing of drugs.

Physical distribution of pharmaceutical products is an essential link in the supply chain of pharmaceutical companies as it is to track products from manufacturing sites, through the successive operations and management logistics allowing the product to reach the dispensary with the guarantee of maintaining its quality.

Our dissertation is a summary of the analysis of the distribution logistics of pharmaceutical products. It will focus on the analysis of the downstream logistics of SAIDAL Group, which specializes in the production, and marketing of pharmaceuticals.

As the final internship study was conducted in a pharmaceutical company, in the thesis we first discuss the basic aspects of distribution logistics and the logistics of distribution of pharmaceuticals, followed by the presentation the SAIDAL Group and its various distribution centers to understand more closely the environment in which SAIDAL Group operates

In our analysis, we found certain deficiencies that impact the management of the company's downstream supply chain. For this, we considered it essential to propose a set of corrective actions to optimize the supply chain of SAIDAL Group.

Keywords : physical distribution, pharmaceuticals, distribution logistics , analysis, supply chain, pharmaceutical sector.

Remerciements

Je tiens tout d'abord à remercier Dieu le tout puissant et miséricordieux, qui m'a donné la force et la patience d'accomplir ce modeste travail.

En second lieu, je tiens à remercier

Madame LAOUDJ Ouardia, mon encadreur, au niveau de l'école des hautes études commerciales pour ses orientations et son esprit critique tout au long de la réalisation de cette recherche.

Monsieur AKROUCHE Amir, mon promoteur au niveau du Groupe SAIDAL

Nous tenons aussi à remercier l'ensemble du personnel du SAIDAL filiale BIOTIC, EL-HARRACH et du centre de distribution d'Oran et l'ensemble de nos enseignants de l'EHEC

mes vifs remerciements vont également aux jury pour l'intérêt qu'ils ont porté à ma recherche en acceptant d'examiner mon travail Et de l'enrichir par leurs propositions.

Enfin, je tiens également à remercier toutes les personnes qui ont participé de près ou de loin à la réalisation de ce travail

Dédicaces

Je dédie ce mémoire à :

Mes très chers parents, mon frère Omar et à tous les membres de ma famille

Tous mes amis et plus particulièrement à Oussama et Nabil.

Ainsi qu'à toutes les personnes m'ayant encouragé et témoigné leur soutien tout au long de l'élaboration de cette recherche.



Liste des figures

Chapitre I :

N°	Titre	Page
I.01	Modèle de la chaîne logistique	11
I.02	Le tableau de bord logistique et les autres fonctions	16
I.03	Répartition de l'offre logicielle	17
I.04	La représentation d'un circuit de distribution	22
I.05	Distinction entre canal de distribution et circuit de distribution physique	23
I.06	Méthode du Point de commande	30
I.07	Méthode de reapprovisionnement périodique	30

Chapitre II :

N°	Titre	Page
II.1	La chaîne logistique de l'industrie pharmaceutique du marché local	49
II.2	La distribution pharmaceutique	53
II.3	le circuit ultra-court	58
II.4	le circuit court	58
II.5	le circuit ultra-court	59
II.6	Les principaux canaux de distribution du médicament	60

Chapitre III :

N°	Titre	Page
III.1	Structure du marché pharmaceutique algérien	70
III.2	Organigramme du groupe SAIDAL	77
III.3	Organigramme de la filiale BIOTIC	79
III.4	Filialisation du Groupe SAIDAL	80

Chapitre IV :

N°	Titre	Page
IV.1	Evolution du chiffre d'affaire des centres de distribution	88
IV.2	Circuit interne de SAIDAL	90
IV.3	Les circuits externes du Groupe SAIDAL	90
IV.4	Les acteurs de la chaine logistique aval du Groupe SAIDAL	93
IV.5	Les infrastructures logistiques du Groupe SAIDAL	97
IV.6	Modalité de chargement d'un moyen de transport	103
IV.7	La répartition par ancienneté	110
IV.8	Les clients de SAIDAL	110
IV.9	Durée de la relation client	111
IV.10	Les motivations de choix de SAIDAL	112
IV.11	Les ruptures des stocks.	113
IV.12	La fréquence du non disponibilité de produits	114
IV.13	Les causes de rupture de stocks	115
IV.14	Les retards de livraisons	116
IV.15	La durée des retards de livraison	117
IV.16	La convenance entre la quantité commandée et la quantité livrée	117
IV.17	La rotation des stocks	118
IV.18	La vente concomitante	119

IV.19	Les produits imposés	120
IV.20	La non-conformité des produits	121
IV.21	Les types d'endommagement	122



Liste des tableaux

Chapitre I :

N°	Titre	Page
I.01	Tableau de bord du responsable logistique	15
I.02	Les méthodes de gestion des stocks	29
I.03	Les caractéristiques des différents modes de transport	37

Chapitre II :

N°	Titre	Page
II.01	Les dix premier laboratoires mondiaux en 2014	42

Chapitre III :

N°	Titre	Page
III.1	Evolution des importations dans les trois dernières années	68
III.2	Les fourchettes des prix des marges applicables aux médicaments	72
III.3	Données sur le marché des produits pharmaceutiques en Algérie	73

Chapitre IV :

N°	Titre	Page
IV.1	Evolution du chiffre d'affaire des centres de distribution	88
IV.2	L'objectif de vente par chaque centre de distribution	89
IV.3	Exemple d'un transfert inter-centre de distribution	99
IV.4	Le planning d'expédition vers les centres de distribution	101

IV.5	Le planning de réception par les unités de distribution	101
IV.6	La répartition par ancienneté	109
IV.7	Les clients de SAIDAL	110
IV.8	La durée d'approvisionnement des produits SAIDAL	111
IV.9	Les motivations de choix de SAIDAL	112
IV.10	Les ruptures des stocks	112
IV.11	La fréquence du non disponibilité des produits	113
IV.12	Les causes de ruptures de stocks	114
IV.13	Les retards de livraisons	115
IV.14	La durée des retards de livraison	116
IV.15	La convenance entre la quantité commandée et la quantité livrée	117
IV.16	La rotation des stocks	118
IV.17	La vente concomitante	118
IV.18	Les produits imposés	119
IV.19	La non-conformité des produits	120
IV.20	Les types d'endommagement	121

Liste des abréviations

AMM : Autorisation de Mise sur le Marché

C.D.B : Centre de Distribution Batna

C.D.O : Centre de Distribution Oran

C.N.I.S : Centre National de l'Informatique et des Statistiques

C.R.D : Centre de Recherche et de Développement

C.U.M.P : Coût Unitaire Moyen Pondéré

D.A : Dinars Algérien

D.C.I : Dénomination Commune Internationale

D.I.G.R.O.M.E.D : Entreprise Nationale de Distribution en Gros et Demi Gros de Médicaments

E.N.D.I.M.E.D : Entreprise Nationale de Distribution De Médicaments

E.R.P : **Entreprise Resources planning**

H.A.S : Haute Autorité de Santé

H.T : Hors Taxes

I.P.A : Institut Pasteur d'Algérie

L.A.M : Laboratoire Algérien du Médicament

L.N.C.P.P : Laboratoire National de Contrôle des Produits Pharmaceutiques

L.P.A : Laboratoire Pharmaceutique Algérien

M.D : milliards de dollars

M.D.N : Ministère de la Défense Nationale

P.C.A : Pharmacie Centrale Algérienne

P.C.H : Pharmacie Centrale des Hôpitaux

Q : Quantité

U.C.C : Unité Commerciale Centre

Sommaire

Introduction	02
Chapitre I : Cadre conceptuel sur la logistique globale.....	06
Section01 : les principes de la logistique globale	06
Section 02 : la logistique de distribution	20
Chapitre II : la logistique de distribution des produits pharmaceutiques	41
Section 1 : Généralité sur les produits pharmaceutiques	41
Section2 : présentation de la chaine logistique pharmaceutique	49
Chapitre III : SAIDAL et le secteur pharmaceutique algérien	63
Section 01 : Le secteur pharmaceutique algérien	63
Section 02 : Présentation du Groupe SAIDAL	74
Chapitre IV : L'analyse de la logistique de distribution de l'entreprise SAIDAL	86
Section1 : la logistique de distribution au sein de SAIDAL	86
Section 2 : Méthodologie de l'enquête	106
Conclusion	133



Introduction générale

Le domaine de la santé publique est un domaine particulièrement complexe et sensible, il se présente comme un système composé de plusieurs volets interactifs. Le médicament constitue à ce titre le volet le plus important en égard des enjeux économiques et sociaux qui en découlent.

L'industrie pharmaceutique est le secteur économique stratégique qui regroupe les activités de recherche, de fabrication et de commercialisation des médicaments. C'est l'une des industries les plus rentables et importantes économiquement dans le monde.

Cette activité est exercée par les laboratoires pharmaceutiques et les sociétés de biotechnologie et reste un secteur clé et un important moteur de croissance de l'économie mondiale.

Le secteur pharmaceutique algérien est soumis à des changements considérables de son environnement surtout avec l'arrivée des nouveaux acteurs privés nationaux et internationaux induisant des contraintes à la fois d'ordre concurrentiels et technologique.

Ce secteur a connu la naissance des entreprises spécialisées dans la production, l'importation et la distribution des produits pharmaceutiques.

Ce nouveau passage économique extrêmement changeant conduit les entreprises algériennes à adapter un nouvel état d'esprit, elles perçoivent de plus en plus la nécessité d'introduire des nouvelles fonctions permettant à ces entreprises d'être de plus en plus compétitive parmi ces fonctions on trouve la fonction logistique.

La logistique est devenue au fil des années, un élément important dans la gestion d'entreprise avec une efficacité sur la réduction des coûts et une réponse aux besoins des clients, cela grâce à l'évolution du concept de la logistique, en chaîne logistique, puis à l'intégration du management dans ce concept.

Donc L'efficacité du système logistique est devenue un enjeu majeur pour les entreprises pharmaceutiques car il est à la fois générateur d'économies de coût (réduction des stocks, utilisation rationnelle des capacités) et facteur de différenciation par rapport à la concurrence en termes de réactivité et de service client.

La maîtrise de la logistique de distribution des produits pharmaceutiques est un élément essentiel dans la stratégie logistique des entreprises pharmaceutiques car le médicament dispose d'un certain nombre de particularité.

Dans cet état d'esprit s'inscrit notre travail de recherche qui a pour objectif : « **d'analyser la logistique de distribution des produits pharmaceutiques** » au sein du Groupe SAIDAL

Cette recherche a pour objectif de mieux cerner le problème de la distribution physique des produits pharmaceutiques ainsi que de connaître l'utilité de la logistique de distribution afin de mettre les produits pharmaceutiques à la disposition des patients au bon moment, au bon endroit et au moindre coût.

Le choix de l'entreprise SAIDAL comme terrain d'investigation n'est pas le produit du hasard ce choix a été motivé par le type d'activité de cette entreprise qui nous permet de développer cette étude par l'application de nos connaissances théoriques sur terrain.

Ainsi que la particularité de la distribution physique des produits pharmaceutiques nous a motivé à étudier ce thème pour approfondir nos connaissances dans le domaine de la logistique pharmaceutique.

Notre préoccupation à travers cette recherche est de répondre à la problématique suivante :

Quels sont les principaux dysfonctionnements dans la logistique aval du Groupe SAIDAL ?

De cette problématique découle un certain nombre de question notamment :

- Quelles sont les composantes du processus de la logistique de distribution de l'entreprise SAIDAL ?
- Quels sont les meilleurs emplacements des centres de distribution de SAIDAL pour mettre ses produits à la disposition des consommateurs aux meilleurs coûts ?
- Quels sont les entraves à la circulation de la marchandise et des informations et au sein de l'entreprise SAIDAL ?

Pour répondre à ces questions, il nous semble important d'examiner les hypothèses suivantes :

H1 : Le processus de la logistique de distribution au niveau du groupe SAIDAL se compose principalement des fonctions d'entreposage, manutention et de transport.

H2 : Le Groupe SAIDAL utilise ses propres moyens logistiques pour assurer une bonne circulation de ses flux physiques, et ses flux d'informations.

H3 : Le Groupe SAIDAL n'a pas les capacités nécessaires pour faire face aux difficultés majeures dans la gestion de sa chaîne logistique aval en temps réel.

Pour vérifier ces hypothèses nous avons opté pour la méthode analytique et descriptive, afin de mener à bien notre étude théorique et pratique.

A cet effet, nous jugeons opportun d'utiliser différentes méthodes de collecte d'informations à savoir :

- Une étude quantitative qui se caractérise par l'élaboration d'un questionnaire destiné aux clients externes du Groupe (les pharmaciens)
- Une étude qualitative qui se caractérise par un entretien effectué avec le responsable de la « filiale BIOTIC unité d'EL-HARRACH »

La réponse à la problématique posée nécessite davantage, de structurer notre travail selon le plan suivant :

Dans le premier chapitre intitulé : « cadre conceptuel sur la logistique globale » nous allons procéder à un aperçu général des concepts logistique, la chaîne logistique et les différents outils de gestion de la chaîne logistique puis nous allons présenter la logistique de distribution et ses différentes activités : l'entreposage, la manutention, le traitement des commandes...etc.

Le deuxième chapitre porte sur la logistique de distribution des produits pharmaceutiques, pour cela nous mettons l'accent sur le médicament, sa particularité et ses origines, puis nous allons nous intéresser à la logistique pharmaceutique et ses différents intervenants et à la spécificité de la logistique de distribution des produits pharmaceutiques.

Le troisième chapitre est consacré à l'entreprise SAIDAL et son secteur d'activité en premier lieu nous présenterons le secteur pharmaceutique national son historique ses réglementations et la politique du gouvernement algérien pour limiter les importations des médicaments, et en deuxième lieu nous allons faire le point sur la présentation générale du Groupe SAIDAL, ses directions, ses filiales et ses centres régionaux de distribution.

Le quatrième chapitre sera consacré à la description et l'analyse de la logistique de distribution au sein du Groupe SAIDAL par la détermination de ses partenaires aval et l'analyse du processus de la logistique de distribution de cette entreprise puis nous présenterons le cadre méthodologique de notre enquête et l'analyse des résultats issus de cette recherche.



Chapitre I :
**Cadre conceptuel sur la logistique
globale**

Ce chapitre nous permettra de revenir sur les notions de base liées à la logistique globale

Nous tentons dans la première section de ce chapitre de présenter les origines et les définitions de la logistique et la place qu'elle occupe dans la gestion des flux d'un organisme puis les différents outils de gestion de la Supply chain.

La deuxième section est consacrée à la partie aval de la chaîne logistique, et ses différentes activités (l'entreposage, la manutention, le traitement de commande...) mises en œuvre afin de mettre les produits à la disposition du consommateur final.

Section01 : les principes de la logistique globale :

1.1 .Évolution et définition de la logistique :

1.1.1 Aperçu Historique :

La logistique existe depuis des milliers d'années, selon les périodes de l'histoire la logistique n'as pas connu les mêmes usages, voici un aperçu des grandes étapes de l'histoire :

➤ Origine militaire ¹:

L'origine militaire de la logistique est incontestable. Durent des milliers d'années, alors que l'organisation économique était fondée sur un artisanat éclaté, les seules grandes organisations étaient les armées, Or l'efficacité d'une armée dépend de sa mobilité et de la force de ses soldats, Alexandre Le Grand (356- 323) fut certainement le premier chef de guerre à fournir une réponse novatrice à l'arbitrage mobilité-approvisionnements en vivre, Plutarque raconte que c'est Alexandre lui-même qui a donné l'ordre de brûler les chariots de son armée, afin de le rendre plus mobile. Le parallèle avec l'entreprise « agile » est immédiat : du fait de niveaux de stocks très faibles, elle peut être réactive et proactive.

Alexandre le Grand et, comme Jules César puis Napoléon, ont organisé la logistique en lui donnant une certaine forme d'autonomie. Sous Alexandre, le général Parménion avait le commandement d'un corps logistique chargé des activités de soutien ; appartenant à l'état-major, il participait à l'élaboration des plans de bataille. Jules César est connu pour avoir créé la fonction logista, à la tête de laquelle un officier devait organiser les campements précédant les mouvements en territoire soumis. Enfin, Napoléon a créé le train d'artillerie en 1800. Le train du génie le train des équipages en 1807. Face à la taille croissante de l'armée

¹ MEDANE (P) et GRATACAP (A) : *logistique et supply chain management*, édition DUNOD, paris, 2008, p 8

napoléonienne, aux exigences de très forte mobilité imposée par l'Empereur et à l'éloignement des champs de batailles, les compagnies civiles privées ne furent plus jugées assez efficaces, Ainsi, toutes les opérations de transport militaire sont maintenant effectuées par des militaires, En utilisant quelques expressions à la mode, on pourrait dire que l'activité de soutien non stratégique assurée par des prestataires extérieurs devient stratégique et intégrée. Ces changements d'organisation logistique au sein des armées préfigurent de l'évolution qui sera plus tard constatée au sein des entreprises.

➤ **Evolution de la logistique :**

Si la logistique est probablement l'un des domaines les plus récents de la gestion ; ce n'est qu'au début des années soixante que les principaux acquis en la matière ont été transportés à la gestion de l'entreprise et ceci malgré qu'elle ait toujours pratiqué des activités pouvant être qualifiées de logistiques, tel le transport, l'achat, l'approvisionnement, l'ordonnancement... l'entreprise a donc eut toujours à gérer les flux physiques et informationnels, la logistique tend en fait à regrouper ces activités et y met de la méthode.

Voici les évolutions majeures de la logistique depuis 1940 ¹:

- **Dans les années 40-60** : l'approche logistique a connu une expansion liée à la croissance internationale des entreprises.
- **Dans les années 60-70** : l'approche systématique et les méthodes quantitatives de gestion ont contribué à la conceptualisation et un fondement théorique de la logistique, des concepts nouveaux sont introduits tels que les coûts logistiques totaux et les divers arbitrages entre niveaux de stock et variables opérationnelles.
- **Dans les années 70-80** : les chocs pétroliers ont augmenté les coûts de transport. L'augmentation des taux d'intérêt et la nécessité d'augmenter néanmoins certains stocks de matières premières, constitueront les facteurs permettant la validation des outils opérationnels de la logistique.
- **Dans les années 80-90** : les changements technologiques et l'apparition des systèmes d'information et des logiciels performants et la mondialisation ont influencé des personnes dans les nouvelles structures organisationnelles. le processus de gestion des flux de matière et produits et la gestion des flux d'information et de décision.

¹ ALEXANDRE (K.Samii) : *Stratégie logistique, Fondements, méthodes, application*, édition DUNOD, 2^{ème} édition, Paris, 2001, p 21

- **Depuis les années 90** : nous vivons une nouvelle vague de changement celle de la configuration de la stratégie logistique dans la configuration des systèmes de l'entreprise.

Le développement des techniques et l'évolution des processus de gestion influent sur le champ d'action et l'organisation de la fonction logistique.

1.1.2 Définition de la logistique :

Les définitions de la logistique sont multiples depuis son apparition, afin de bien comprendre ce concept nous avons retenu les définitions suivantes :

La définition de la logistique d'entreprise est donnée par l'American Marketing Association (A.M.A) en 1948, « *la logistique concerne le mouvement et la manutention de marchandises du point de production au point de consommation ou d'utilisation* »¹.

Le Council of logistics Management (C.L.M) définit la logistique comme : « *une partie des activités d'une chaîne logistique (supply chain), Elle concerne la planification, l'exécution et le contrôle du flux efficient et effectif du stockage de produits, de service de l'information relatif à ces fonctions du point d'origine au point de consommation pour satisfaire les besoins des clients* »².

Pour bien comprendre les définitions précédentes nous avons retenu la définition du NCPDM (le National Council of Physical Distribution Management) qui est comme suite : « *Terme décrivant l'intégration de deux activités(ou plus) dans le but de planifier, mettre en œuvre et contrôler un flux efficient de matière première, produit semi-finis et produits finis, de leur point d'origine au point de consommation. Ces activités peuvent inclure, sans que la liste soit exhaustive, le type de service offert aux clients, la prévision de la demande, les communications liées à la distribution, le contrôle des stocks, la manutention des matériaux, le traitement des commandes, le service a prés vente et des pièces détachées, le choix des emplacements d'usine et d'entrepôts, les achats, l'emballage, le traitement des marchandises retournées, la négociation ou la réutilisation des éléments récupérable ou mis à la ferraille, l'organisation de transports et le transport effectif des marchandises ainsi que l'entreposage et le stockage.* »³

¹ PASCAL (Lièvre) : *la logistique*, Edition La Découverte, paris 2007, p 19.

² Idem p22.

³ MEDANE (G) et GRATACA (A), op.cit., P10.

1.2 Typologie de la logistique : Selon (PRIMOR et FENDER) il existe plusieurs types logistiques qui se diffèrent selon leur objet et leurs méthodes de l'amont vers l'aval, parmi ces types on cite les suivants¹ :

1.2.1 La logistique d'approvisionnement :

Cette logistique s'intéresse à l'approvisionnement des produits de base, composants et sous-ensembles nécessaires pour l'opération de production ;

1.2.2 La logistique de production :

Cette logistique tend à absorber la gestion de la production en apportant les matériaux et les composants nécessaires à la production.

1.2.3 La logistique de distribution :

Elle consiste à mettre les produits à la disposition du client final, soit dans les grandes surfaces, soit chez lui (vente à domicile par exemple)

Cette phase est l'objet de notre recherche qu'on va présenter dans la deuxième section.

1.2.4 La logistique militaire :

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

1.2.5 La logistique de soutien :

Au début ce type de logistique est appliqué juste chez les militaires mais après elle est étendue à d'autres secteurs (énergie, industrie...), cette logistique consiste à organiser tout ce qui est nécessaire pour maintenir le fonctionnement d'un système complexe à travers des activités de maintenance ;

1.2.6 La logistique inverse :

Elle est connue sous le nom « logistique des retours » elle consiste à reprendre les produits venus de client pour des raisons de réparation, de traitement (déchets industriels, emballage...), ou bien le client ne veut pas.

¹ PRIMOR (Y) et FENDER(M) : *logistique Production. Distribution. Soutien*, Edition DUNOD, 5^{ème} édition, Paris 2008, p4

1.3 L'objectif et le rôle de la logistique :

La logistique a pour but de satisfaire les demandes qui portent sur la gestion des flux physique (transport, manutention ; stockage, emballage...), et des flux d'information (traitement des commandes, préparation des transports ...)

Alors on distingue trois majeurs objectifs de la logistique¹ :

1.3.1 Les objectifs managériaux de la logistique :

La logistique est un outil de management, elle a pour but de :

- maîtriser les flux physique et flux d'information.
- détecter les dysfonctionnements de l'entreprise pour trouver les solutions appropriés
- contrôler adéquatement des risques (retards et rupture de stock)

1.3.2 Les objectifs commerciaux de la logistique :

La logistique est un argument commercial, elle a pour but de :

- améliorer les ventes pour augmenter le chiffre d'affaire
- la réduction et l'optimisation des délais
- l'optimisation des réseaux d'approvisionnement et de distribution

1.3.3 Les objectifs financiers de la logistique :

La logistique est source de la productivité et la rentabilité, elle a pour but :

- Augmenter la productivité par l'utilisation optimale des capacités de production
- La réduction des coûts

Alors la logistique a un rôle central et essentiel. Il s'agit d'assurer le meilleur traitement possible des marchandises ainsi que une meilleure réponse aux exigences accrues des clients.

La chaîne logistique de l'entreprise gère les flux le plus efficacement possible pour réduire les principaux coûts suivant : coûts d'approvisionnement, coûts de distribution, coûts de production, coûts de stockage et manutention.

¹BOUDISSA (Aimad Eddine) : *essai d'analyse de la manutention maritime des conteneurs au port d'Alger*, étude de cas : EPAL, mémoire de master en sciences commerciales, Ecole des Hautes Etudes Commerciales, Alger, 2015, p20.

1.4 La logistique globale :

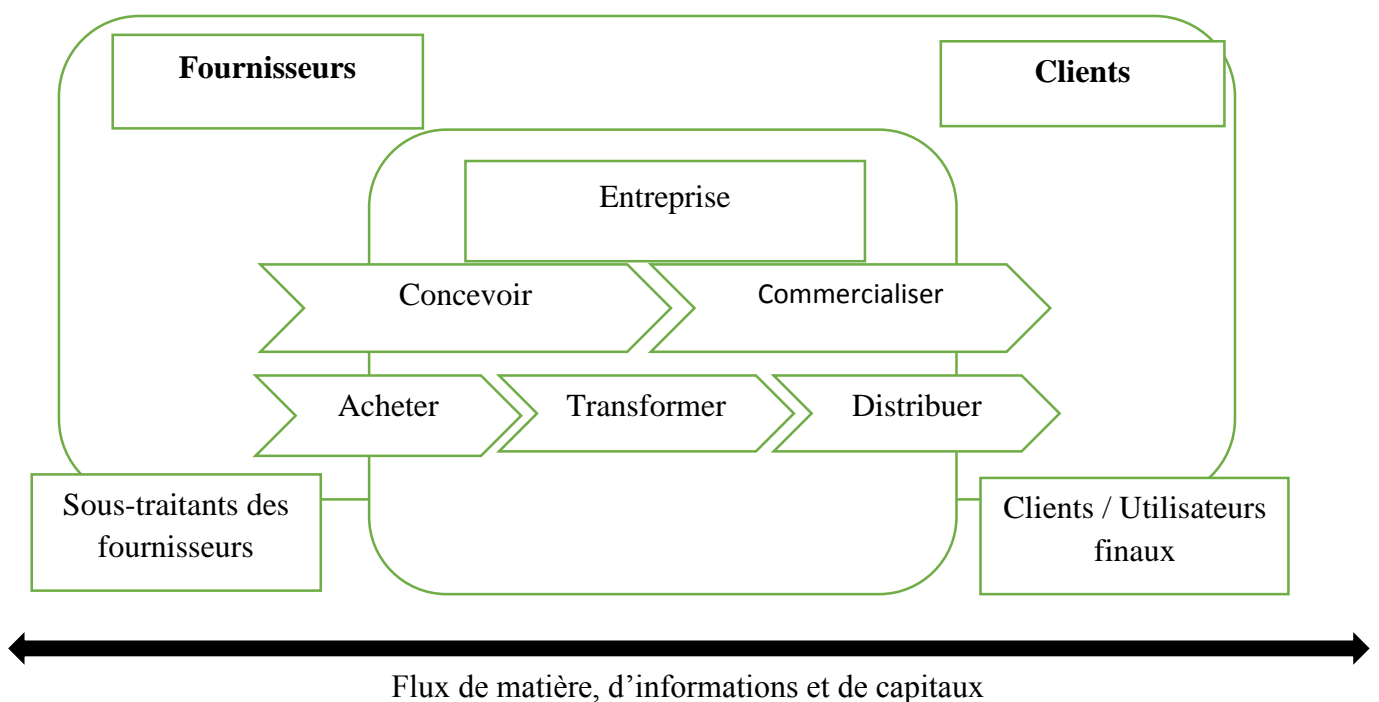
1.4.1 Définition de la chaîne logistique :

« La chaîne logistique est le réseau des entreprises qui participent, par des liens en amont et en aval, aux différents processus et activités qui génèrent de la valeur sous forme de produits ou services destinés au consommateur final »¹

On définit simplement la supply chain ou la chaîne logistique comme : « la suite des étapes de production et de distribution d'un produit depuis les fournisseurs des fournisseurs du producteur jusqu'aux clients des clients »²

Donc une supply chain représente la chaîne de toutes les opérations générées par des entreprises pour livrer les produits à des consommateurs (B to C) ou à des autres entreprises utilisatrices (B to B).

Figure N°I-1 : Modèle de la chaîne logistique



Source : PORIER (C) et REITER (E) : *la supply chain : optimiser la chaîne logistique et le réseau interentreprises*, DUNOD, Paris, 2001, p11

¹ CHRISTOPHER (Martin) : *supply chain management : créer des réseaux à forte valeur ajoutée*, édition Pearson Education, 3^{ème} édition, Paris, 2005, P19.

² Pascal (Lièvre), op.cit., p 39

Commentaire :

Ce modèle représente la relation inter fonctionnelle et interentreprises pour acheter, produire et distribuer des biens et services aux consommateurs, le diagramme met aussi en évidence la nécessité d'introduire le réseau de nouveau produit pour anticiper et répondre aux exigences des marchés.

1.4.2 Les acteurs de la chaine logistique :**➤ Les fournisseurs :**

Le fournisseur est considéré comme une source qui alimente la chaine logistique avec les éléments de base essentiels (matières premières, composantes, produits semi-fini...etc.) qui entrent dans la fabrication d'un produit ou la réalisation d'un service. Il est très important de prendre en compte ces sources qui constituent le premier maillon de la chaine logistique.

➤ Les fabricants :

Le deuxième élément de la chaine logistique celui qui a pour objet de transformer, assembler et fabriquer un produit ou de fournir un service valorisé par le marché cible.

➤ Les distributeurs :

Les distributeurs sont les intermédiaires qui permettent aux entreprises d'atteindre leurs clients.

Plus il y a d'intermédiaires, plus le canal de distribution sera long. Et plus ce canal est long, plus la différence de prix entre celui à la sortie de l'usine et le prix de vente sera élevé.

➤ Les détaillants :

Les détaillants ont pour objet de mettre les produits à la disposition du consommateur final. Ce groupe peut comprendre aussi bien les commerces de proximité que les grands magasins, les supermarchés et les hypermarchés où est effectué l'achat final.

Les caractéristiques de détaillant sont :

- Les détaillants sont en relation directe avec les consommateurs.
- Le détaillant vend plusieurs types de marques et produits.
- Les détaillants offre souvent un crédit à ses clients
- Le détaillant donne le prix final du produit.

1.4.3 Les différents flux de la chaîne logistique¹ :

1.4.3.1 Les flux logistique interne :

- **Flux de production** : ces flux représentent la circulation des matières et composants entre les différents site de production.

Ces flux sont constitués par la chaîne des opérations, de transformation, d'usinage et de stockage intermédiaire.

1.4.3.2 Les flux logistique externe :

- **Les flux amont** (les flux d'approvisionnement) : ces types des flux représentent la circulation de la matière première et les composantes depuis le fournisseur jusqu'au magasin de l'entreprise cliente.
- **Les flux aval** (les flux de distribution) : ces flux représentent la circulation des produits finis ou semi-finis depuis l'entrepôt de l'entreprise jusqu'au le magasin de l'entreprise cliente (B to B) ou bien jusqu'au consommateur final (B to C).

Ces flux sont constitués par la chaîne des opérations d'emballage, de manutention et de transport.

Les flux logistiques se différencient selon les méthodes d'approvisionnement et de distribution choisies, on peut distinguer plusieurs formes des flux logistiques :

- **les flux poussés** : dans ce type d'organisation les produits finis sont stockés en attente d'une demande pour la consommation. Cela veut dire que la fabrication des produits a été déclenchée par la disponibilité des matières premières ou des composants au niveau du poste amont et non pas par une commande de client.
- **Les flux tirés** : Le déclenchement de la livraison ou de la fabrication d'un produit se fait uniquement sur la demande d'un client (le principe de zéro stock).
- **Les flux tendus** : c'est une combinaison des deux précédents flux, c'est équivalent d'un flux tiré mais avec un minimum de stocks et d'en cours repartis le long de la chaîne logistique.

¹ www.logistiqueconseil.org (consulté le 03/02/2016 à 00 :51)

- **Les flux synchrones** : dans ce type d'organisation la livraison des composants différents est réalisée dans le respect de leur ordre d'entrée dans le processus de fabrication. Ils sont donc livrés juste où moment de leur utilisation.

1.5. Les outils de gestion de la supply chain :

La vision SCM s'est accompagnée d'outils qui permettent d'optimiser toute la chaîne logistique, il existe plusieurs familles d'outils qui répondent aux besoins différents, parmi ces outils on trouve :

1.5.1 Le tableau de bord logistique¹ : Le tableau de bord c'est un outil de mesure et d'analyse qui permet au responsable logistique de connaître les ratios des coûts logistiques de son entreprise dans un temps très court, ce qui suppose une parfaite connaissance des tâches à chaque niveau de l'entreprise.

Leur mise en place nécessite de définir le niveau de vision et d'évaluer quels sont les indicateurs (nécessaires et suffisantes), qui permettent de juger à la fois sa productivité et ses résultats, en quantifiant les différents coûts et les dysfonctionnements pour les contrôler et les gérer.

Une distinction s'impose entre les flux amont, interne et aval :

- **Le tableau de bord de la fonction achats :**

Ce tableau intègre les transports sur achats, le stockage de matières et sous éléments et les transports entre les lieux de stockage et ligne de production.

- **Le tableau de bord de la fonction production :**

Ce tableau intègre essentiellement les encours et les stocks matière, sous-ensembles ainsi que les transports en sortie de ligne de production vers les entrepôts dévolus au stockage des produits

- **Le tableau de bord de la fonction vente / distribution :**

Ce tableau intègre le stockage des produits finis, et éventuellement les opérations de finition (emballage, étiquetage, conditionnement) et les transports de la vente.

¹ BRUNET (H) et LE DENN (Y) : *la démarche logistique*, AFNOR GESTION, Paris, 1997, P 202.

- **Le tableau de bord logistique :**

Son objet est d'établir la synthèse de l'ensemble des données relatives aux flux matières apparaissant au niveau des tableaux de bord opérationnels et fonctionnels. Il est donc naturel qu'il n'existe pas de bord standard, puisque chaque entreprise dispose de sa propre organisation et subit des contraintes spécifiques au couple produit/marché.

Un tableau de bord est très important pour chaque sous ensemble logistique pour assurer une vision globale sur le fonctionnement de l'entreprise,

Tableau N° I-1 : tableau de bord du responsable logistique

Indicateur		Budget	J	F	M	D
Activité	Nombre de commandes client						
	- Poids moyen/ commande - Volumes transportés - Nombre d'expéditions	P C M					
productivité	Taux d'utilisation des moyens						
	- Transport - Entreposage - Traitement des commandes - Administration logistique - Niveau moyen des stocks						
Résultats	Coûts : - Coût total logistique - Coût unitaire						
	Service :- Taux de service						
Référentiel	- Banque de données A (coûts /unité) - Banque de données B (coûts/ unités) - Autre source (coûts /unité)						

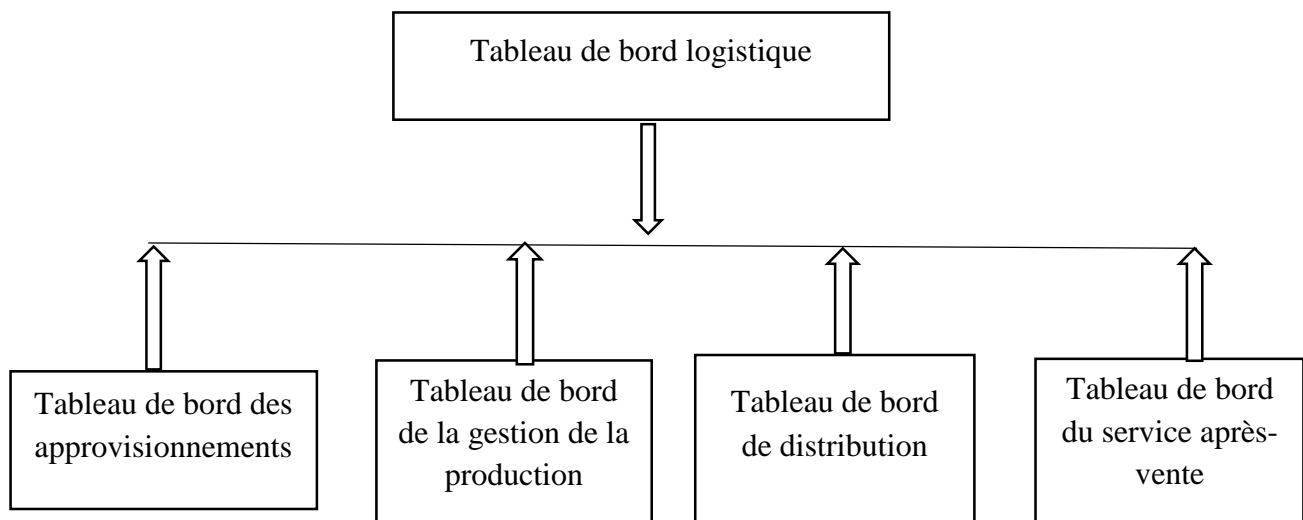
- **P** : données de période
- **C** : le cumule
- **M** : la moyenne mobile

Source : BRUNET(H) et LE DENNE (Y) op.cit, p159.

Commentaire :

La structure logistique est différente pour chaque entreprise selon la taille et le type d'entreprise, dans certaines d'entre elles le responsable logistique maîtrise tous les sous-ensembles de la chaîne logistique, donc le tableau de bord est un élément nécessaire pour assurer une vision globale sur les différents niveaux de l'entreprise, puis d'autres tableaux de bord pour chaque sous-ensemble, ceci peut être représenté comme suit :

Figure N° I-2 : le tableau de bord logistique et les autres fonctions



Source : BRUNET (H) et LE DENN (Y), op.cit, p157

Commentaire :

Ce schéma représente la coordination entre tous les sous-ensembles logistiques pour faciliter la transmission d'information à l'échelon supérieur afin de rédiger un document de synthèse.

1.5.2 Les progiciels de gestion de la supply chain¹ :

Il est essentiel de citer un panorama d'outils de la supply chain car leur influence sur la performance de la chaîne logistique toute entière est très importante. Ces systèmes peuvent être plus ou moins formalisés, plus ou moins structurés en fonction des types de décisions.

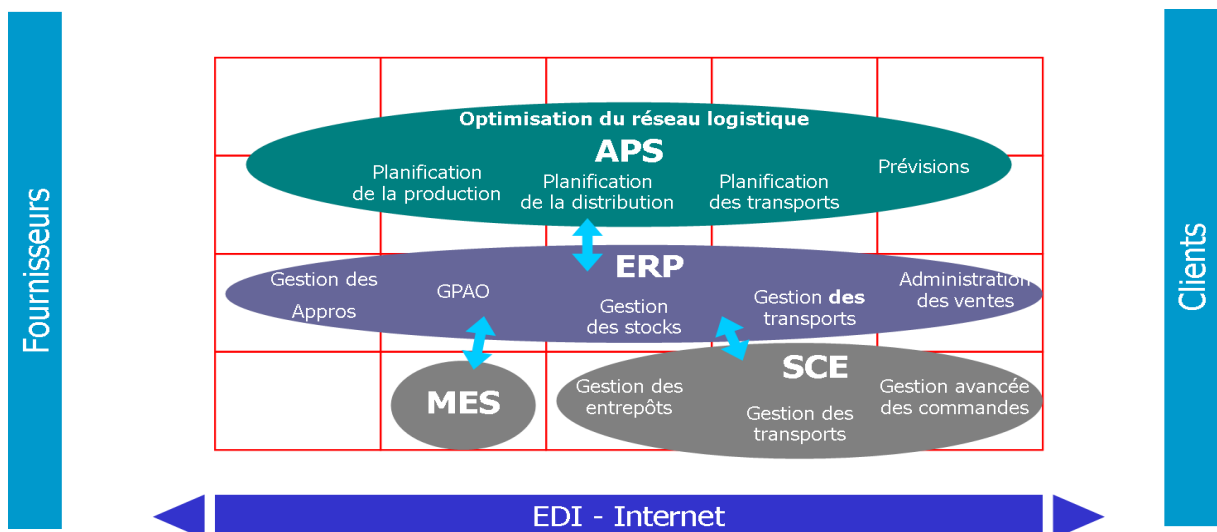
¹ BOUZRED (Amine Ramzi) : *analyse de la chaîne logistique*, étude de cas : MFG, mémoire d'ingénieur d'Etat en statistique et économie appliquée, Ecole Nationale Supérieure de Statistique et d'Economie Appliquée, Alger, 2013, p28.

L'environnement concurrentiel, la satisfaction du client conduisent l'entreprise à intensifier l'utilisation des supports aidant à une bonne gestion de la chaîne.

Panorama des outils de la Supply Chain :

- ECR : Efficient Consumer Response ;
- CPFR : Collaborative Planning Forecasting and Replenishment;
- GPA : Gestion Partagée des Appros ;
- APS : Advanced Planning and Scheduling Systems ;
- ERP : Enterprise Resource Planning ;
- SRM : Supplier Relationship Management ;
- CRM : Customer Relationship Management ;
- SCE : Supply Chain Execution.

Figure N° I-3 : Répartition de l'offre logicielle



Source : http://www.cat-logistique.com/systemes_d'informations_logistique.htm (consulté le 18/05/2016 à 15 :41)

Commentaire : Ce schéma présente une répartition de l'offre logicielle couvrant la majeure partie des besoins de l'entreprise. Cette figure montre un rapprochement entre les différents progiciels et les niveaux décisionnels considérés.

Les principaux progiciels de gestion de la supply chain :

- **Advanced Planning and Scheduling Systems (APS):**

Les APS (Advanced Planning and Scheduling Systems) sont liés aux processus de gestion de production et plus particulièrement à l'allocation des composants et à l'affectation des capacités de production de manière à optimiser la satisfaction de la demande.

- **Entreprise Resource Planning (ERP)¹ :**

Progiciels opérationnels intégrés couvrant différents domaines (finance, gestion commerciale, ressources humaines, logistique... etc.) possédant une base de données commune, à laquelle ont accès les différentes modules de l'offre.

- **Supply chain exécution (SCE) :**

« Ce sont des progiciels qui rationalisent la totalité du cycle de traitement des commandes. Le but de ces outils est d'apporter la réponse la plus rapide possible à la demande du client. »²

Ces outils concernent l'entreposage, l'étiquetage, le transport et la gestion des commandes

- **Manufacturing Execution system (MES) :**

« Les MES se sont des systèmes qui délivrent des informations en temps réel sur l'exécution des ordres de fabrication, dans le but de les contrôler depuis leur lancement jusqu'à l'obtention des produits finis et d'optimiser les activités de production. »³

Donc ces outils sont destinés l'ordonnancement des ordres de fabrication pour l'optimisation de l'activité production.

- **Gestion partagée des approvisionnements (GPA) :**

La gestion des approvisionnements vise à optimiser l'efficacité de la *Supply Chain* à l'aide de techniques logistiques tendant à diminuer les stocks tout en préservant le taux de service. L'optimisation de la *Supply Chain* s'inscrit dans une démarche de flux tirée par la demande (sortie des caisses, prévisions, état des stocks et journaux des mouvements, etc.).

Il s'agit d'une stratégie de réapprovisionnement continu. Dans la relation client/fournisseur, le fournisseur ne se contente plus d'exécuter simplement les ordres passés par les clients. En adoptant une démarche collaborative, le fournisseur devient responsable de

¹ RENE (L) et GILES (V) : *gestion de la relation client*, édition Eyrolles, paris, 2005, p 187

² Marchal (André) : *logistique globale*, Edition ellipses, France 2006, p 105

³ Idem, p105

l'approvisionnement de ses entrepôts sur la base des données qui lui sont transmises. A partir des informations concernant les stocks et/ou les ventes transmises par le distributeur, l'industriel peut lui-même calculer ses prévisions de besoins et adapter sa production et ses ressources logistiques.

- **Collaborative Planning, Forecasting and Replenishment :**

L'objectif du CPFR est de conduire les partenaires d'une chaîne logistique à partager leurs informations pour définir des plans qui peuvent tenir compte d'informations détenues localement. En effet, le partage de l'information est un facteur important pour l'efficacité de la chaîne logistique. Il est notable que le partage d'information permet de réduire les coûts. Néanmoins, il est important de souligner que le CPFR n'est pas limité à l'échange de politiques de réapprovisionnement mais concerne des liens plus profonds, dans l'optique d'établir des prévisions uniques qui prennent en compte quatre tâches principales :

- Exécution : gestion collaborative des transactions,
- Gestion de la demande et des approvisionnements : gestion collaborative de la chaîne logistique,
- Stratégie et planification : planification des ventes et opérations promotionnelles collaborative,
- Analyse : collaboration perspicace et développement de produits collaboratif.

Section 02 : la logistique de distribution :

2.1 Concepts théoriques sur la distribution

2.1.1 Définition de la distribution :

On peut définir la distribution comme : « l'ensemble des activités réalisés par le fabricant avec ou sans concours d'autres institutions, à partir du moment où les produits sont finis jusqu'à ce qu'ils soient en possession du consommateur final et prêts à être consommés au lieu, au moment, sous les formes et dans la quantités correspondant aux besoins des utilisateurs.»¹

D'après ces définitions on distingue :

- **distribution commerciale :**

Elle consiste à transférer la propriété d'un bien ou d'un service du producteur au consommateur contre un paiement

- **La distribution physique :**

La distribution physique recouvre toutes les activités situées en aval du système de production. Elle comprend les opérations de traitement de commande, de manutention, d'emballage, d'entreposage, de gestion des stocks et de transport. Elle a pour but de mettre à la disposition du client les produits fabriqués. L'objectif est multiple : assurer au moindre coût un niveau de service de plus en plus élevé, avec des délais de plus en plus courts.²

La distribution physique englobe toutes les tâches mises en œuvre pour bien gérer les flux de marchandises afin qu'elles soient disponibles au bon moment et en bon endroit, cette distribution contient les activités de : transport, entreposage, la gestion des stocks, la manutention et le traitement des commandes

¹ MARC (v) et NELLY (J) : *la distribution*, édition de Boeck, 3ème édition, Bruxelles, 2010, p 26

² BAGLIN (B) et Autres, *Management industriel et logistique*, édition economica, 3^{ème} édition, Paris, 2001, P 447.

2.1.2 Les structures de la distribution :

2.1.2.1 Les canaux et circuits de distribution :

- **Le canal de distribution :**

Le canal est le chemin parcouru par un produit pour atteindre le consommateur final qui comprend éventuellement l'intervention des commerçants intermédiaires (grossistes, détaillants ...).

- **Le circuit de distribution :**

Selon KOTLER et DUBOIS : Le circuit de distribution est l'ensemble des canaux de distribution par lesquels un bien, une catégorie des biens ou un service vendu s'achemine entre le producteur ou l'importateur et le consommateur ou l'utilisateur final.¹

- **Rapport entre circuit et canal de distribution :**

On a dit que le canal de distribution est un chemin parcouru par un produit, tandis que le circuit de distribution est l'ensemble des canaux ; donc dans un circuit de distribution on ne retrouve non seulement un canal de distribution mais on trouve plusieurs canaux qui sont inclus dans ce circuit.

- **Réseau de distribution :**

Les fabricants distribuent généralement leurs produits en empruntant plusieurs canaux et circuits à la fois, donc il forme un réseau de distribution dont l'objectif principal est de mettre le produit à la disposition des consommateurs

2.1.2.2 Les types de circuits de distribution :

- **Le circuit direct (ultra-court) :**

Le circuit de distribution directe se caractérise par l'absence de tout intermédiaire indépendant entre le producteur et le consommateur, donc les produits seront vendus directement du producteur au consommateur.

¹ KOTLER & DUBOIS : *Marketing Management*, Pearson Education, 11^{ème} édition, paris, 2003, p519

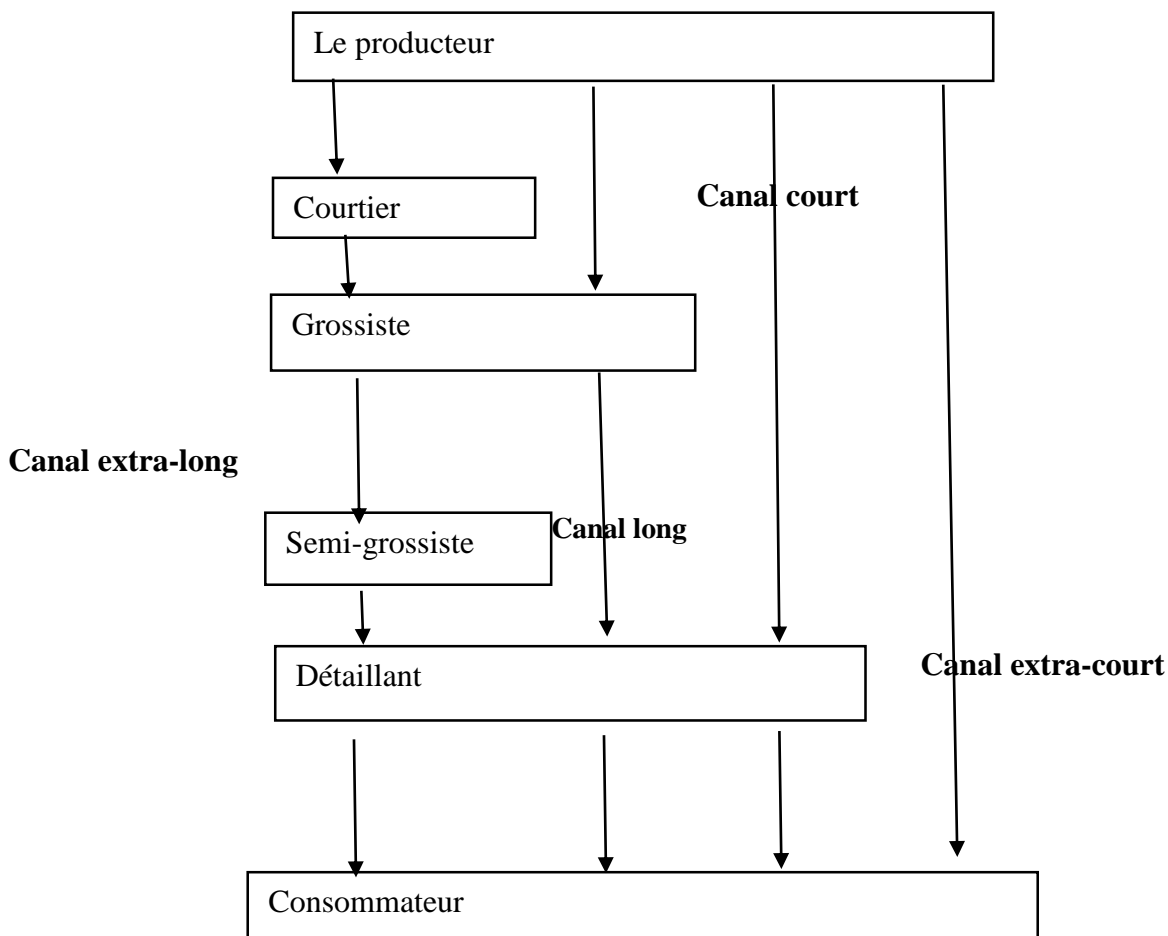
- **Le circuit court :**

C'est un circuit qui n'a qu'un seul intermédiaire entre le producteur et le consommateur (c'est le distributeur).

- **Le circuit long :**

C'est un circuit d'au moins trois niveaux autonomes (grossiste, semi-grossiste, détaillant).

Figure N° I-4 : la représentation d'un circuit de distribution

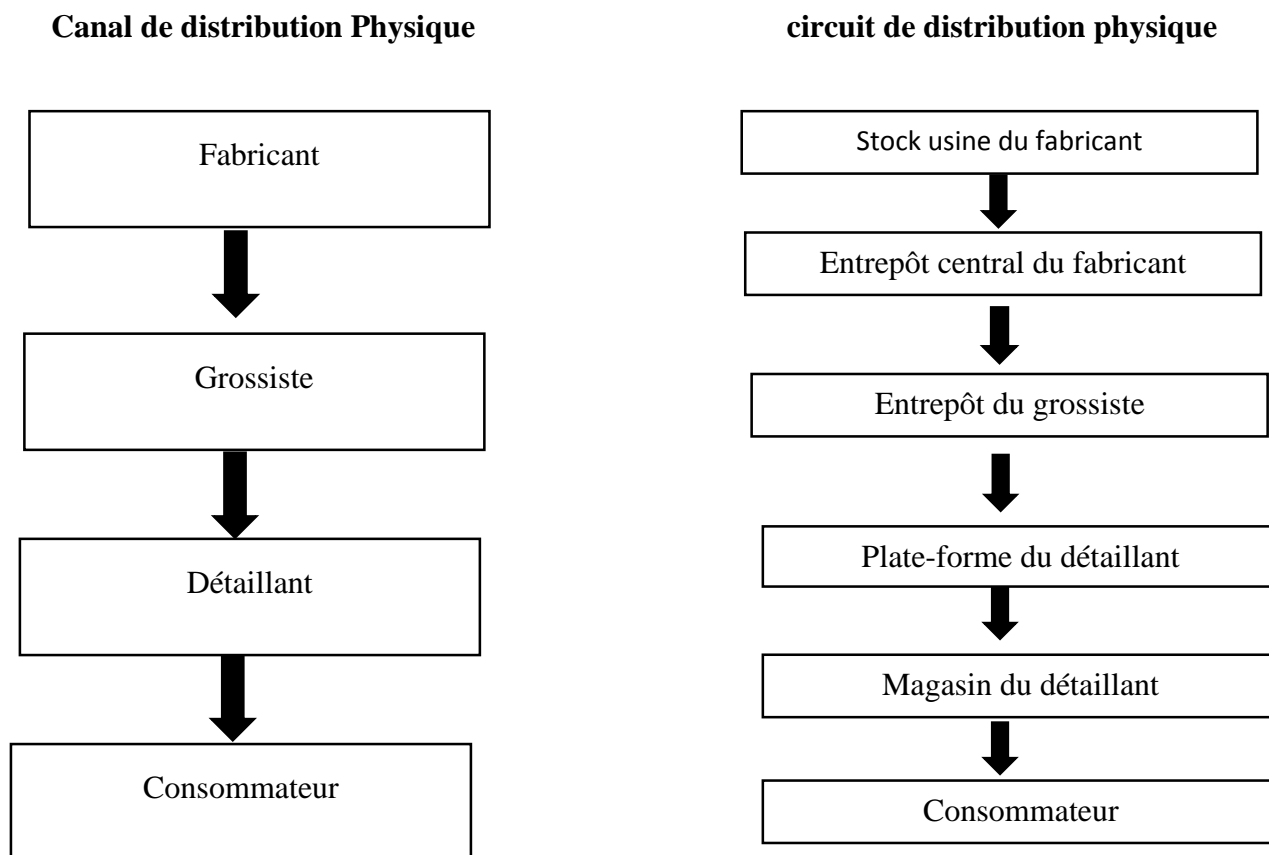


Source : Viot (Catherine) : *L'essentiel sur le marketing*, BERTI édition, Alger, 2006, P214.

Commentaire :

Le canal de distribution est représenté par une schématisation verticale où apparaissent, au sommet le producteur (l'amont) et au-dessous desquels on place les intermédiaires (l'aval) qui interviennent afin de mettre les produits à la disposition du consommateur final.

Figure I-5 : distinction entre canal de distribution et circuit de distribution physique



Source : SOHIER (Joël) : « la logistique », édition VUIBERT, 6^{ème} édition, Paris, 2010, p55.

Commentaire :

On remarque dans ce schéma la différence entre un canal et un circuit de distribution physique, le canal de distribution physique représente le chemin parcouru par le produit pour atteindre le consommateur final, et le circuit de distribution physique décomposera l'ensemble des étapes logistiques parcourues par le produit pour atteindre le consommateur final.

2.2 Présentation de la logistique de distribution :

2.2.1 Définition de la logistique de distribution :

La logistique de distribution, c'est la pratique des méthodes de la logistique traditionnelle pour une gestion optimisée des flux des commandes clients de l'entrepôt du fournisseur (entrepôt d'usine, entrepôt de distribution...) jusqu'au lieu de livraison convenu dans le contrat commercial.

Elle s'étend aussi à la logistique du « dernier km », s'intéresse à la fois à la circulation des flux physique à travers le réseau de distribution (gestion des transports, gestion des stocks...), mais aussi à la gestion des infrastructures logistiques qui composent ce réseau (implantations, gestion d'entrepôt...)¹.

Essentiellement consacrée à la gestion des flux marchandises, la finalité de la logistique de distribution est d'accomplir dans les meilleur conditions économiques et les meilleurs délais, la livraison des commandes clients, elle se traduit par l'organisation et la réalisation des acheminements des marchandises depuis le lieu de prélèvement chez le fournisseur jusqu'au lieu de consommation finale.²

2.2.2 Les activités de la logistique de distribution :

2.2.2.1 L'entreposage :

2.2.2.1.1 Définition d'un entrepôt :

L'entrepôt c'est une unité de stockage de la marchandise, il est conçu pour³ :

- la réception et le contrôle du produit
- l'opération de chargement et déchargement des produits
- la mise ne place des palettes dans la zone de stockage
- le post-manufacturing : l'emballage et l'étiquetage de la marchandise

2.2.2.1.2. Les types d'entrepôt :

On distingue 3 types d'entrepôts

- Les entrepôts de distribution : qui consiste à réceptionner tous les produits venant de différents fournisseurs pour être livrés à des clients
- Les entrepôts de production : qui consiste à gérer le stockage des matières première et des produits finis et semi-finis

¹ <http://www.logistiqueconseil.org/Articles/Logistique/Logistique-distribution> (consulté le 09/05/2016 à 13:57)

² REBAHI (Yacine) : *essai d'analyse de la performance de la logistique de distribution*, étude de cas : Sonatrach, mémoire de master, Ecole des Hautes Etudes Commerciales, Alger, 2015, p 15.

³ <http://stockage.ooreka.fr/comprendre/entrepot-logistique> (consulté le 08/03/2016 à 23:40)

- Les entrepôts communs : sont destinés aux plusieurs clients (fournisseurs, producteurs, distributeur).

2.2.2.1.3. Le processus d'entreposage¹ :

Le flux des marchandises au sein d'un entrepôt passe par plusieurs étapes :

➤ **La phase de réception :**

C'est la première étape du flux de produit dans l'entrepôt, Cette étape consiste à décharger les moyens de transports (camion, wagon ...) et contrôler la conformité des produits reçus (contrôle qualitatif et quantitatif).

➤ **La phase de stockage :**

Consiste à déterminer l'emplacement où la marchandise va être stockée, la zone de stockage peut être divisée en deux parties :

- La réserve où les produits sont stockés de manière économique
- Le magasin où les produits sont placés pour être prélevés simplement (les produits sont souvent stocké en petites quantités et facilement accessibles).

➤ **La phase de transfert :**

Le déplacement des produits, il est fait d'une manière manuelle, partiellement ou totalement automatique, dans cette phase le choix des systèmes de manutention est un point très important qui conditionne la qualité de la gestion.

➤ **Les phases d'enregistrement et de protection des produits :**

L'enregistrement c'est une phase fondamentale pour une bonne gestion du système de stockage. Et la partie protection, par l'emballage très importante, cette étape peut être faite durant la phase de réceptionné

➤ **La phase d'expédition :**

Cette étape passe par :

- La préparation des commandes clients ou des besoins internes.

¹ AMODEO (L) et YALAOUI (F) : *logistique : « logistique interne entreposage et manutention. »*, édition ellipses, Paris, 2005, p 9.

- Le contrôle de sortie et l'emballage
- La manutention jusqu'au quai et le chargement des moyens de transport
- l'expédition

En plus de ces opérations, il en existe d'autres dites occasionnelles telles que la peinture des lieux de stockage, l'ajout d'option ... etc.

2.2.2.1.4 Les formes d'entrepôt :

Il existe trois types d'infrastructure sont à distinguer :

- **l'entrepôt** : unité de stockage de matière et produit, on distingue deux types d'entrepôt :
 - l'entrepôt usine : qui consiste à stocker les produits à la sortie des sites de production
 - l'entrepôt central : qui centralise les stocks en provenance de plusieurs unités de production
- **le dépôt** : localisé à proximité des lieux de distribution, qui permet de réduire le délai de livraison.
- **La plate-forme** : c'est une unité qui permet de dispatcher la marchandise, elle n'a pas vocation à stocker ou à conserver la marchandise. (c'est le principe du cross-docking)

2.2.2.2 La gestion des stocks :

2.2.2.2.1 Définition du stockage :

Le stockage n'a pas pour but d'accumuler les marchandises, mais d'ajuster économiquement les flux des livraisons au flux de consommations.

Le stock représente d'une manière habituelle, l'ensemble des biens qui interviennent dans le cycle d'exploitation de l'entreprise (matière première, produits en cours, produit fini...)

Plusieurs définitions ont été données par les spécialistes, on a choisis les suivantes :

D'après A. Rambeaux¹, un stock est : « l'ensemble des marchandises ou des articles accumulés dans l'attente d'une utilisation ultérieure plus ou moins proche et qui permet

¹ RAMBEAUX (A) : *Gestion économique des stocks*, Edition DUNOD, Paris ,1969.p14.

d'alimenter les utilisateurs au fur et à mesure de leurs besoins sans leur imposer les délais et les à-coups d'une fabrication ou d'une livraison par des fournisseurs »

Les stocks d'une entreprise peuvent être positionnés à un seul ou plusieurs échelons, par exemple :

- Le stock du producteur
- Le stock des dépôts régionaux
- Le stock des magasins locaux

Nous pouvons définir la gestion des stocks comme l'ensemble des tâches, de la plus simple à la plus complexe et quelle permet à l'entreprise d'atteindre ses objectifs nécessaires à l'établissement et la réalisation de son programme d'approvisionnement au stockage de la marchandise à l'orientation des ventes dans les meilleures conditions économiques et tout en évitant les ruptures de stock et les sur-stockages.

2.2.2.2.2 Typologie des stocks :

- Le stock de marchandises. Les stocks des commerçants (revente à profit d'articles sans valeur ajoutée de transformation par l'entreprise) ;
- Le stock de matières premières qui représente les articles achetés auprès de fournisseurs en vue d'une transformation ultérieure ;
- Le stock des produits en cours de fabrication (semi-finis) qui représente les articles qui ne sont pas vendables en l'état car devant encore subir des transformations ;
- Le stock des produits terminés (ou « produits finis ») qui représente les articles que l'entreprise peut vendre après les avoir fabriquées ;
- Le stock d'emballages vides (palettes, caisses...).

2.2.2.2.3 La valorisation des stocks :

Le stock représente une immobilisation qui joue un rôle important dans le bilan de l'entreprise, donc il faut faire un contrôle absolu sur les stocks, car il est inutile de discuter des méthodes si les stocks ne sont pas contrôlés réellement

➤ **Les méthodes de valorisation des stocks :**

• **Le coût unitaire moyen pondéré (CUMP) :**

Très souvent retenue, elle consiste à calculer une moyenne pondérée des coûts unitaire, soit périodiquement soit lors de chaque mouvement.

$$\text{CUMP} = \frac{\text{Stock initial} + \text{les entrées (en valeur)}}{\text{Stock initial} + \text{les entrées (en quantité)}}$$

• **Premier entré premier sorti (FIFO) :**

Cette technique courante et souvent mieux connue sous son nom anglais FIFO (First In First Out) ou sous l'appellation « épuisement des lots ». L'intitulé est explicite. En principe, c'est l'article détenu depuis le plus longtemps qui sort physiquement en premier. (S'il s'agit de produits périssables, c'est une nécessité d'avantage qu'un principe)

• **Dernier entré premier sorti (LIFO) :**

Contrairement à **FIFO** ce sont des articles entrés en dernier dans le stock qui seront sortis les premiers, l'avantage de cette méthode réside dans le fait que le calcul des prix de revient et la valeur des articles sortis au prix hauts.

➤ **Les méthodes de gestion de stock :**

Les différents modes d'approvisionnement s'articulent autour de deux paramètres : la quantité commandée qui peut être fixe ou variable et le réapprovisionnement qui peut être fait à périodes fixes ou variables. Cela permet d'envisager quatre méthodes¹ :

¹ <http://methodes-supply-chain-ismag.blogspot.com> (consulté le 13/05 :2016 à 18 :57)

Tableau N° I-2 : les méthodes de gestion des stocks

	Période fixe	Période variable
Quantité fixe	Méthode de réapprovisionnement fixe	Méthode de point de commande
Quantité variable	Méthode de recombplètement périodique	Méthode de réapprovisionnement à la commande

Source : <http://methodes-supply-chain-ismag.blogspot.com>

Commentaire :

D'après ce tableau on remarque que les méthodes de gestion des stocks se différencient selon la période du déclenchement de la commande et la quantité commandée.

- **Méthode de réapprovisionnement fixe :**

On commande à date fixe une quantité fixe voisine de la quantité économique (Q^*) de commande et la période de commande (T) est proche de la période économique (T^*). Cette méthode requiert donc de calculer préalablement Q^* et T^* .

- **Méthode du Point de commande :**

L'approvisionnement ou le lancement de fabrication est déclenché par l'atteinte du point de commande. Ce point est défini comme étant le niveau de stock nécessaire pour couvrir les besoins durant le délai d'approvisionnement ou de fabrication. Le point de commande est donné par la formule suivante :

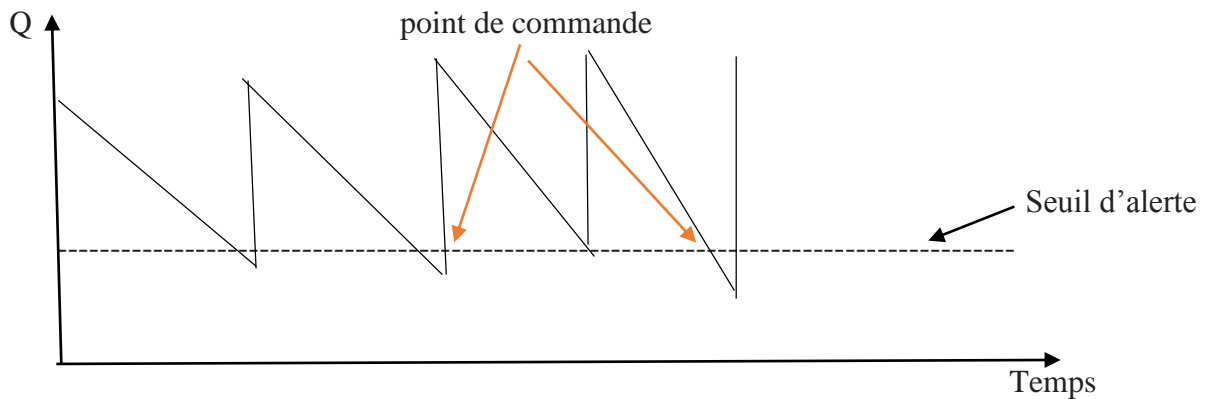
$$PC = C_m \cdot D + SS$$

C_m : consommation moyenne par unité de temps

D : délai de réalisation ou d'approvisionnement de l'article

SS : stock de sécurité

Figure N° I- 6 : Méthode du Point de commande



Source : <http://methodes-supply-chain-ismag.blogspot.com>

- **Méthode de reapprovisionnement périodique :**

On reapprovisionne de façon régulière le stock pour atteindre un niveau de reapprovisionnement appelée ici NR. Ce NR est donné par la formule suivante : $NR = C_m \cdot (D + d) + SS$ avec :

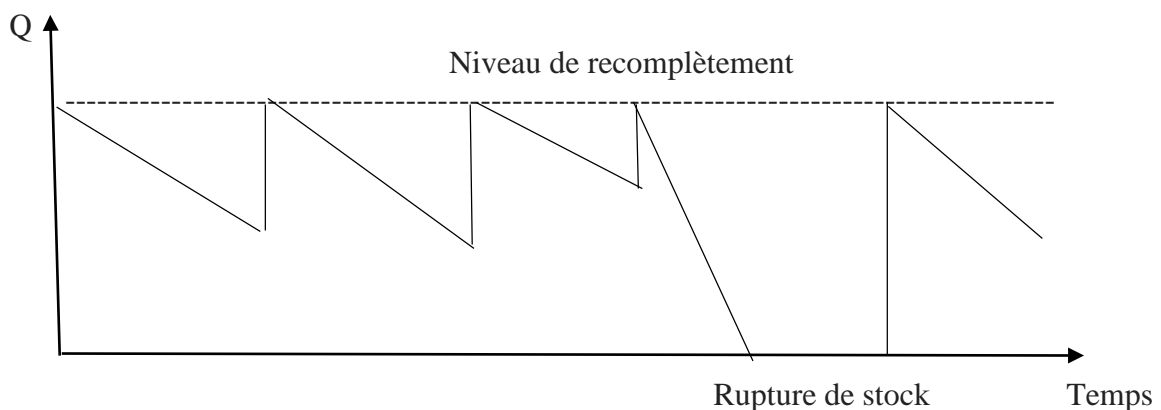
C_m : consommation moyenne par unité de temps

D : délai de réalisation ou d'approvisionnement de l'article

d : période de passation des commandes ou de lancement

SS : stock de sécurité

Figure N° I-7 : Méthode de reapprovisionnement périodique



Source : <http://methodes-supply-chain-ismag.blogspot.com>

- **Méthode de réapprovisionnement à la commande :**

Il s'agit de la gestion d'article couteux qui présente un caractère plus ou moins spéculatif ou stratégique. Les commandes se font exclusivement sur besoin.

- **Le modèle de Wilson :**

Ce modèle fait partie des modèles déterministes, il permet de répondre aux deux questions :

Quand commander ? Et Combien commander ?, les deux réponses sont liées et il est possible de formuler le coût total en fonction soit de la quantité commandée, soit de la périodicité de commande.

Ce modèle se base sur deux principes :

- Le coût de passation de commande
- Le coût de possession de commande

Le coût de passation de commande :

Il s'agit du coût nécessaire pour passer une commande ou tous les frais des achats (salaires des agents d'approvisionnement, salaire des agents comptable chargé de l'enregistrement et de paiement des factures ... etc.

Coût annuel de passation de commande : $CPA = D/Q * S$

D : les besoins que l'on prévoit (la demande annuelle)

Q : quantité commandée

S : le coût de passation d'une commande

N : le nombre de commande $N = D/Q$

Le coût annuel de passation de commande est : $Y = D/Q * S$

Le coût de possession :

Le coût de possession comprend principalement les coûts du capital immobilisé en stock auquel s'ajoutent les frais d'entretien de ce dernier (loyer des locaux, éclairage....)

Coût de possession de stock : $CPO = Q/2 * U * T$

$Q/2$: stock moyen

U : coût unitaire d'achat

T : le taux moyen correspondant au coût de possession

L'objectif du modèle de « WILSON » est de déterminer la quantité optimale de la commande « Q^* » qui minimise les coûts de stock.

2.2.2.3. La manutention :

2.2.2.3.1. Définition de la manutention :

« Il s'agit de toutes les manipulations nécessaires au chargement, déchargement de véhicules, entrées en stock, manipulations internes, sorties de magasin, toutes opérations dont on reconnaît l'utilité dès lors que la nécessité de stocker de la marchandise est jugée stratégiquement nécessaire »¹

Selon (Petit Robert) : « manutention : manipulation, déplacement manuel ou mécanique de marchandises, en vue de l'emmagasiner, de l'expédition ou de la vente »²

Donc la manutention représente l'ensemble des activités de déplacement et de manipulation des produits qui tout en ne modifiant ni leur valeur ni leur nature.

2.2.2.3.2 Les accessoires de manutention :

Les matériels de manutention sont destinés pour le déplacement horizontal et vertical de la marchandise, On distingue les familles de matériels suivantes³ :

- **Les chariots de manutention** : sont les moyens les plus utilisés pour le déplacement de la marchandise (porteur, tracteur, élévateur...)
- **Les appareils de levage** : sont classés suivant le mode de levage :

Levage suspendu : les différents appareils de levage suspendu sont : les appareils légers à bras ou automatique (palan, moufles, treuil, grues, potence, palans électrique, treuils

¹ LAURETIE (J) et autres : *processus et méthodes logistique*, édition AFNOR, 2000, p 246

² AMODEO (L) et YALAOUI (F), *op.cit.*, p73

³ Idem, pp76-87

électriques...), les ponts roulants et portiques, les grues et les équipements de préhension (élingue, pince, grappins....)

Levage soutenu : les différents appareils de levage suspendu sont les suivants : les chariots élévateurs, transstockeur, palettiseurs, plate-forme et nacelles automotrice, plate-forme élévatrice mobiles.

- **Matériels de manutention continue** : La manutention continue assure le déplacement de la marchandise avec un mouvement continue (ou système de convoyeur), les équipements utilisés pour ce type de manutention sont :
- Les convoyeurs (à bande, à rouleau, à galet, à chaîne).
 - Les carrousels
 - Les transporteurs
 - Les vis d'alimentation, les bols vibrants, les trémies et les silos

2.2.2.4. La préparation de commandes et expédition :

2.2.2.4.1 .Le processus d'expédition

Le processus d'expédition nécessite une méthode et le respect d'un certain nombre d'étapes¹ :

- ✓ La préparation de commande, généralement cette étape prend plus ou moins de temps à cause de la diversité des produits à expédier et de leur quantité
- ✓ Pour optimiser la préparation et l'expédition des produits en localisant les produits et en établissant un chemin, avec une distance minimale, pour faciliter le prélèvement.
- ✓ Acheminement et manutention
- ✓ Contrôle qualité et documentaire

2.2.2.4.2. L'organisation des prélèvements² :

Le prélèvement pour commande c'est une opération qui consiste à prélever des articles de leur position de stockage.

Il existe quatre types d'organisation et le choix entre ces différentes organisations dépendant du mode de stockage qui aura été retenu :

¹ AMODEO (L) et YALAOUI (F), op.cit., p42

² ROUX(M) : entrepôts et magasins, édition EYROLLESE, 4^{ème} édition, paris, 2008, pp110-113.

- **Le préparateur se déplace vers les articles :**

Le déplacement à pied de préparateur vers les emplacements est un mode élémentaire qui ne nécessite aucun équipement sauf un chariot ou un transpalette qui va lui servir à rassembler les articles prélevés pendant la tournée.

- **Les articles viennent au préparateur :**

Ce type d'organisation les articles qui se déplacent automatiquement, et ils se présentent devant le préparateur qui est à poste fixe.

L'adoption de ce type d'organisation nécessite une grande synchronisation entre le préparateur et la vitesse d'équipement parce que ce dernier ne doit pas ralentir.

Les équipements dévolus pour ce type d'activité sont très nombreux :

- les armoires rotatives destinées pour les petits objets
- les carrousels à axes verticaux pour des articles du même type ou volumineux
- les transstockeurs pour tout ce qui est stocké sur palettes

- **Les systèmes mixtes :**

Dans ce type d'organisation, la préparation est organisée dans une zone appelée « poste de préparation » ou « gare » où le produit se déplace et le préparateur opérera la commande. Cette disposition est très souvent liée avec une organisation en PCAO (préparation de commande assistée par ordinateur).

- **Les transferts automatiques :**

Ce type d'organisation fait appel à des automates ou à des robots dépalettiseurs, donc il ne nécessite pas l'intervention des préparateurs et leurs déplacements.

2.2.2.5. Le transport :

Enfin on doit s'intéresser à la façon par laquelle la marchandise sera transportée. Car Le transport a une répercussion sur les délais de livraison, l'état de la marchandise livrée et sur le prix de vente.

Le transport est défini comme : « le fait de porter pour faire parvenir dans un autre lieu... transporter des marchandises, c'est ainsi déplacer des choses destinés à être vendues et achetées »¹

Il existe deux principe de base pour toutes les opérations de transport, à connaitre : l'économie d'échelle (coût par unité transportée baisse suite à une très grande quantité transportée) et l'économie de distance, qui fait que le coût par unité transportée diminue augmentation de la distance.

2.2.2.5.1 Les contraintes du l'activité transport :

On a les contraintes techniques et les contraintes commerciales :

- **Contraintes techniques :**

La nature de la marchandise : la nature de la marchandise c'est un élément essentiel dans le choix du mode de transport (par exemple : les produit périssables, les produits inflammables ou dangereux ...)

La masse et le volume de la marchandise : la tarification des modes de transport a une relation avec le couple masse/volume et le mode de transport utilisé

1 Tonne = 1m³ pour le transport maritime

1 Tonne = 3m³ pour le transport routier

1 Tonne = 6m³ pour le transport aérien

Conditionnement de la marchandise :

Les caractères physiques de conditionnement peuvent générer des contraintes techniques (encombrement des colis, solidité du conditionnement, palettisation conteneurisation...etc.)

- **Contraintes commerciales :**

Des plafonds de tolérance sont fixés par le jeu de la concurrence :

- Un surcoût logistique maximum acceptable
- Un taux d'avarie maximum admissible

¹ SAVY (Michel) : *le transport de marchandises*, édition d'organisation, Paris, 2007, P.13.

- Un délai de livraison maximum

Au-delà de ces plafonds, la compétitivité de l'entreprise sera atteinte.

2.2.2.5.2. Les modes de transport :

Il existe cinq modes de transport : routier, maritime, fluviale, aérien et ferroviaire. Ce tableau montre les différentes caractéristiques de chaque mode de transport

Tableau N° I-3 : les caractéristiques des différents modes de transport

Caractéristiques	Route	Rail	Air	Eau
Caractéristiques économiques :				
-coût	Modéré	Faible	Elevé	Faible
-Couverture des marchés	Du point d'origine au point de vente final	De terminal à terminal	De terminal à terminal	De terminal à terminal
-Degré de compétition	Beaucoup	Modéré	Modéré	Peu
-Trafic prédominant	Sous type	Valeur faible. Destiné modérée	Valeur élevée. Densité élevée	Valeur faible. Densité élevée
-longueur moyenne du trajet (KM)	850	50-1200	1500	6000-22000
- Capacité des équipements (tonnes)	10-25		5-25	1000-60000
Caractéristique de service :				
-Durée du temps de transit	Moyenne	Longue	Courte	Longue
-Disponibilité	Elevée	Modérée	Modérée	Faible
-Variabilité des délais de livraison	Faible	Modérée	Faible	Elevée à modérée
-perte et dommage	Faibles	Modérées à élevées	Faibles	Faibles à modérés

Source : SAMII (Alexandre Kamyab) : « stratégie logistique, fondements, méthodes et application », DUNOD, paris, 2001, p 113.

Commentaire :

Ce tableau explique les différentes caractéristiques de chaque mode de transport, nous constatons que le transport aérien est le plus coûteux par rapport aux autres modes de transport mais il est rapide, et pour le transport maritime il dispose d'une forte capacité d'équipement (tonnage) mais sa durée du temps de transit est longue.

Quant au transport ferroviaire il a un degré de perte et de dommage de marchandise plus élevé par rapport aux autres modes de transport.

2.2.2.5.3 Les critères de choix du mode de transport :

Le choix du mode de transport dépend à un certain nombre de contraintes : la nature de marchandise transporté, la distance à parcourir, le coût du transport... etc.

Selon (Ghislaine et Hubert) il existe des critères principaux et des critères secondaires pour le choix d'un moyen de transport ¹

• Critères principaux :

-la rapidité d'acheminement

-coût de transport et des services annexes (assurance ...)

-la sécurité de la marchandise transportée pendant le transport et pendant les opérations de manutention et d'emballage

• Critères secondaires :

- opportunité et pluralité des moyens de transport mis en place

- services annexes proposés : assurance, entreposage

- spécialisation par produit ou par zone géographique de l'intermédiaire

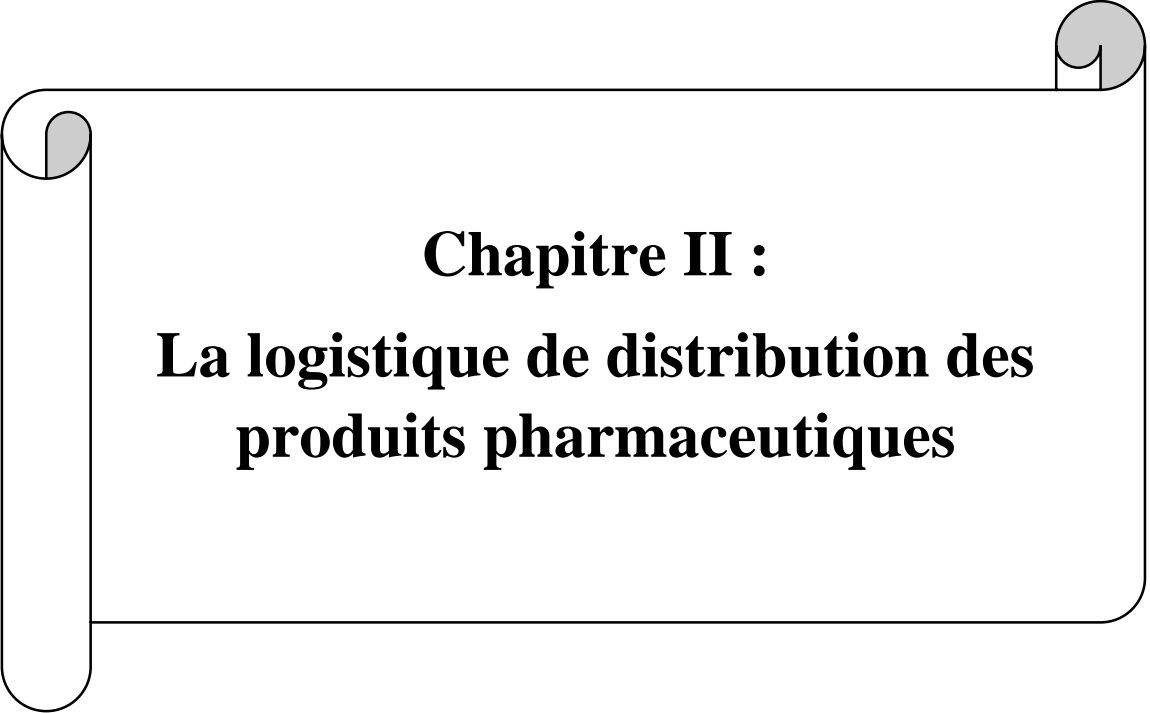
¹ GHISLAINE (L) et HUBERT (M) : *commerce international*, DUNOD, 3^{ème} édition, Paris, 2010, p102.

Conclusion :

Pour conclure ce chapitre nous pouvons dire que la logistique est devenue au fil des années, un élément important dans la gestion d'entreprise avec une efficacité sur la réduction des coûts et une réponse aux besoins des clients, cela grâce à l'évolution du concept de la logistique, en chaîne logistique, puis à l'intégration du management dans ce concept, avec l'aide bien sûr du développement des nouvelles technologies de l'information (NTIC) et des solutions de gestion.

La structure logistique est différente pour chaque entreprise selon la taille et le type d'entreprise, parmi ces entreprises on trouve les entreprises pharmaceutiques qui s'inquiètent de la distribution physique de leurs produits car ces produits ne sont pas comme les autres produits ils nécessitent un traitement logistique dans des conditions adaptées.

Dans le second chapitre nous allons faire le point sur la logistique pharmaceutique et la distribution physiques des produits pharmaceutiques.



Chapitre II :
La logistique de distribution des
produits pharmaceutiques

Ce chapitre est consacré à l'organisation de la chaîne logistique pharmaceutique, ce chapitre est subdivisé en deux sections

La première section, intitulée « les produits pharmaceutique », nous tentons dans cette section de faire le point sur l'industrie pharmaceutique et les produits pharmaceutiques qui ne sont pas comme les autres produits de grande consommation.

Et la deuxième section est consacrée à la gestion de la chaîne logistique pharmaceutique, ses intervenants et ses réglementations... etc.

Section 1 : Généralité sur les produits pharmaceutiques

1.1. L'industrie pharmaceutique :

Le médicament occupe une place centrale dans les débats sur la santé, mais seuls les aspects relatifs à sa distribution, son coût ou son gaspillage sont évoqués. On oublie trop souvent qu'il s'agit d'abord d'un produit industriel ayant acquis un statut de marchandise et devant participer à l'extension des profits.

L'industrie pharmaceutique a toujours pour objet de découvrir, produire et commercialiser des médicaments à l'usage humain ou vétérinaire, sous le contrôle des pharmaciens des médecins et des spécialistes dans ce secteur. Ce dernier reste peut concentrer en comparaison à d'autre secteur comme l'automobile, l'informatiqueetc.

L'industrie pharmaceutique constitue un véritable levier, à fort potentiel de croissance et de développement pour l'industrie local d'un pays.

On ne peut pas parler de l'industrie pharmaceutique sans passer par les grands laboratoires mondiaux.

Ce tableau présente les dix premiers laboratoires mondiaux dans l'industrie pharmaceutique

Tableau II-1 : les dix premier laboratoires mondiaux en 2014

Rang	laboratoire	Chiffre d'affaires (en MD\$)	Part de marché
1	Novartis (suisse)	50	5,50%
2	Pfizer (États-Unis)	44	4,80%
3	Sanofi (France)	39	4,30%
4	Roche (suisse)	36	4,00%
5	Merck & CO (États-Unis)	36	4,00%
6	JONHSON & JOHNSON (États-Unis)	36	4,00%
7	Astrazeneca (Royaume-Uni)	33	3,60%
8	Glaxosmithkline (Royaume-Unis)	31	3,40%
9	Teva (Israël)	25	2,70%
10	Gilead (États-Unis)	24	2,60%
	Dix premiers laboratoires	354	38,90%

Source : <http://www.mypharma-editions.com> (consulté le 13/05/2016 à 00 :10)

Commentaire :

D'après ce tableau on constate que l'industrie pharmaceutique mondiale est dominée par l'États-Unis et les pays européens, ces groupes représentent 38,9% du marché pharmaceutique mondiale.

Le chiffre d'affaire réalisé en 2014 est à environ de 910 Milliards de dollars qui implique une croissance de 8,8% par rapport à 2013.¹

1.2 Le particularité de l'industrie pharmaceutique :

- L'industrie pharmaceutique se caractérise particulièrement par l'utilisation d'une forte main d'œuvre qualifiée, notamment pour les opérations de recherches, de production des matières premières actives et de contrôle qualité.

¹ www.leem.org (consulté le 15/03/2016 à 15 :40)

- L'élargissement du processus de diversification de l'industrie pharmaceutique en direction des biens suivants :
 - ✓ Produits vétérinaires et phytosanitaires
 - ✓ Appareils chirurgicaux et médicaux
 - ✓ Produits alimentaires et diététiques
 - ✓ Cosmétologie

- L'industrie pharmaceutique c'est une industrie qui est hautement innovatrice, son produit « médicament » est le fruit des théories pharmacologiques, il constitue un capital de savoir accumulés qu'on utilise à des fins curatives et thérapeutique. En effet la découverte et la mise au point de médicament nécessite des efforts scientifiques poussées, financés par des budgets importants, justifiés par un long processus de recherche et développement. à titre d'illustration, il faudrait un investissement moyen de 700 millions d'euros pour développer un seul médicament.¹

- Dans l'industrie pharmaceutique les fonctions de recherche et de production des matières premières actives restent centralisées par contre, les fonctions de conditionnement et de production finale ainsi que celle de la commercialisation sont très dispersées en fonction des impératifs du marché international.

- L'industrie pharmaceutique est le seul domaine de la grande consommation où la fonction d'achat dépend de quatre parties :
 - ✓ Le décideur : prescripteur (médecin et autres professions médicales)
 - ✓ Le vendeur : l'officine
 - ✓ Le consommateur : le patient
 - ✓ Le payeur : la sécurité sociale, l'assurance.

¹ PIGNARRE (Philippe) : *le grand secret de l'industrie pharmaceutique*, édition la découverte, paris, 2003, p. 45

1.3 Les produits pharmaceutiques :

1.3.1 Définition du produit pharmaceutique :

« Les produits pharmaceutiques comprennent les médicaments, les réactifs biologiques, les produits chimiques officinaux, les produits galéniques, les objets de pansement et tous les autres produits nécessaires à la médecine humaine et vétérinaire »¹

1.3.1.1 Le médicament :

« On entend par médicament, toute substance ou composition présentée comme possédant des propriétés curatives ou préventives à l'égard des maladies humaines ou animales, tous produits pouvant être administrés à l'homme ou à l'animal en vue d'établir un diagnostic médical ou de restaurer, corriger, modifier leurs fonctions organiques »²

« Sont également assimilés à des médicaments :

Les produits d'hygiène et produits cosmétiques contenant des substances vénéneuses à des doses et concentrations supérieures à celles fixées par l'arrête du ministre chargé de la santé
Les produits diététiques ou destinés à l'alimentation animale qui renferment des substances non alimentaires leur conférant des propriétés sur la santé humaine. »³

1.3.1.2 les catégories de médicament :

Il existe différents catégories de médicaments on peut distinguer les suivants :

➤ Les produits essentiels :

« Ce sont des médicaments qui répondent aux besoins de santé prioritaires d'une population. Ils sont sélectionnés en fonction de la prévalence des maladies, de l'innocuité, de l'efficacité et d'une comparaison des rapports coût-efficacité.

Ils devraient être disponibles en permanence dans le cadre de systèmes de santé opérationnels, en quantité suffisante, sous la forme galénique qui convient, avec une qualité assurée et à un prix abordable au niveau individuel comme à celui de la communauté. »⁴

¹ Article 169 de la loi n°85-05 du 16/02/1985, modifié par la loi n° 90-17 du 31/07/1990

² Article 170 de la loi n°85-05 du 16/02/1985 relative à la protection et à la promotion de la santé

³ Article 171 de la loi n°85-05 du 16/02/1985 relative à la protection et à la promotion de la santé

⁴ www.OMS.org (consulter le 15/03/2016 à 12 :42)

➤ **Le médicament princeps :**

Ce sont des médicaments protégés contre la copie par un brevet parce que sa création nécessite une longue recherche, donc il sera distribué et commercialisé seulement par le laboratoire qui l'a créé après un certain nombre d'année.

➤ **Le médicament générique :**

Le code de la santé publique définit (art ; L, 5121-1) définit « comme spécialité générique d'une spécialité de référence, celle qui a la même composition qualitative et quantitative en principes actifs, la même forme pharmaceutique et dont la bioéquivalence avec la spécialité de référence est démontrée par des études de biodisponibilité appropriées »¹

Les médicaments génériques sont vendus sous le nom de leur dénomination commune internationale (DCI). Pour qu'un médicament générique puisse être mis sur le marché, il doit obtenir une autorisation de mise sur le marché (AMM) délivrée par les autorités de santé.

➤ **Différence entre médicament générique et princeps² :**

La principale différence qui existe entre ces deux types de médicaments c'est l'ordre budgétaire. En effet les médicaments princeps coûte plus chère que les médicaments générique, car, pour les mettre au point, des recherches, des études et des essais cliniques extrêmement onéreux ont dû être mis en place. Inversement, les médicaments génériques sont bien meilleur marché car après 10 à 15 ans d'exploitation du princeps par un laboratoire, le brevet devient public. Les autres laboratoires peuvent donc à leur tour le produire sous forme de médicament générique.

1.3.2 Particularité du médicament :

Le médicament ce n'est pas un produit comme les autres, Il répond à une définition précise, obéit à une réglementation très stricte, il dispose d'un certain nombre de particularité car :

1. Les médicaments sont des produits précieux en matière de recherche, de production, et ce sont des produits sensibles qui nécessitent un traitement dans des conditions adaptées et particulières.

¹ SERRE (M) et DEBORAH (W) : « Marketing des produits de santé », édition DUNOD, 2^{ème} édition, paris, 2014, p 26

² www.mediste.fr (consulter le 15/03/2016 à 11 :50)

2. C'est un bien industriel qui est fabriqué par des entreprises dont la rentabilité doit assumer une recherche coûteuse de haut niveau.
3. Il a une vocation de santé publique : c'est un produit réglementé qui n'est pas soumis aux mêmes lois de l'offre et la demande qu'un produit de grande consommation
4. Il dispose d'un mode de financement particulier
5. Leur utilisation est conçue en fonction des conditions et des règles précises, ainsi que les risques engendrés par l'utilisation de médicament doivent être soulignés par les milieux médicaux.
6. Le médicament est parmi les produits de consommation les plus encadrés par de nombreuses réglementations tout au long de sa durée de vie
7. L'usage et la commercialisation des produits pharmaceutiques se fait juste après avoir une autorisation de la mise sur le marché (AMM).
8. La publicité des produits pharmaceutiques est strictement réglementée
9. Le médicament ce n'est pas un produit comme les autres, il est nécessaire à la santé mais il peut comporter des risques.
10. Des inscriptions obligatoires sur chaque boîte, avec des notices incluses dans chaque boîte qui contiennent les éléments suivants :
 - La date de péremption
 - Le nom et l'adresse de laboratoire
 - Les conditions de conservation
 - Le numéro du (AMM)
 - La dénomination commune internationale (DCI)

1.3.3. Les processus de commercialisation d'un médicament :

La commercialisation d'un produit se passe par plusieurs étapes, Il faut 5 à 13 ans et beaucoup d'étapes à franchir pour faire vivre un médicament¹ :

- **La recherche** : elle peut s'appuyer sur les résultats de la recherche publique et porte soit sur des molécules à fort potentiel (diabète, cholestérol...) soit sur des niches spécifiques.
- **Le développement** : les équipes travaillent de 5 à 10 ans sur plusieurs molécules, pour ne développer que la plus innovante
- **Les essais pharmacologiques, toxicologiques et cliniques** : au début le produit est testé en laboratoires sur les animaux, puis sur l'homme.
- **L'autorisation de la mise sur le marché (AMM)** : c'est une autorisation délivré par les autorités publiques (ex : EMA en Europe)
- **La demande de remboursement par l'assurance maladie**
- **La fixation des prix de vente** : il est négocié avec le comité économique des produits de santé, plus il y a d'innovation, plus il est élevé.
- **L'arrêté entérinant l'accord pour le remboursement, signé par le ministre de la santé**
- **Les conférences et les congrès médicaux** : ils constituent un moyen très efficace d'asseoir la notoriété du produit, avant même sa mise sur le marché
- **La formation des visiteurs médicaux**
- **La visite aux médecins** : cette étape consiste à présenter la molécule aux médecins prescripteurs
- **La publicité dans la presse médicale accompagne la sortie de la nouvelle molécule.**

Une fois ces étapes sont effectuées, le médicament est lancé.

1.3.4. Cycle de vie d'un médicament :

Le cycle de vie d'un médicament se en grande partie avant sa mise sur le marché, à partir de la découverte de la molécule, il faut² :

¹ SERRE(M) et WALLET-WODKA (D), *op.cit.*, p 201

²idem., p 218

De 8 à 10 ans :

Après l'identification et la sélection des molécules susceptible de devenir un médicament.

Vient la phase de développement et des essais, à l'issue de cette phase on peut déterminer le rapport bénéfice/risque et constituer le dossier AMM

De 11 à 13 ans :

La demande de l'autorisation de la mise sur le marché (AMM) par la constitution du dossier sur la base des essais clinique et du développement pharmaceutique.

Ce dossier passe par la transparence de la haute autorité de santé (HAS), Après l'avis de la HAS, le prix est fixé ainsi que le taux de remboursement

De 13 à 14 ans :

On passe à la fabrication et à la distribution de médicament, qui reste toujours sous surveillance. Il faut donc compter au minimum douze ans avant la mise sur le marché d'un médicament. C'est à partir de là que commence le cycle de vie marchand d'un médicament.

Section2 : présentation de la chaine logistique pharmaceutique

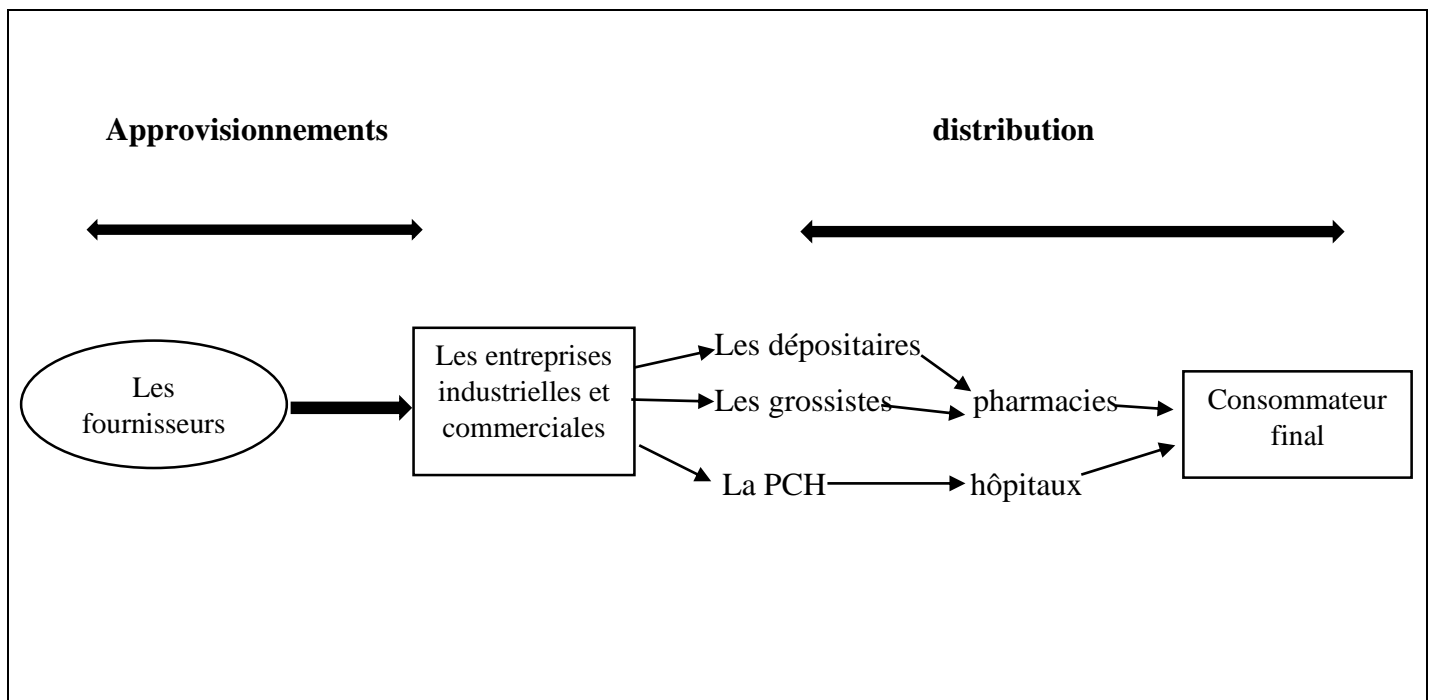
2.1 La logistique pharmaceutique :

La chaine logistique de l'industrie pharmaceutique ne peut être comparée à celle d'autres industries telles que l'informatique ou l'automobile car le secteur pharmaceutique est fortement réglementé. Et les produits pharmaceutiques sont précieux et sensibles. Par conséquent, ils ont besoin d'un traitement logistique dans des conditions adaptées.

La logistique pharmaceutique a pour objet de mettre les produits pharmaceutiques à la disposition des patients au bon moment , au bon endroit, dans des meilleurs conditions assurant la traçabilité et la sécurité tout en respectant de certaines règlementation .

Il est clair que les chaines logistiques pharmaceutiques doivent dépasser le niveau de l'intendance pour s'engager dans une refonte radicale pour intégrer des logiques d'optimisation des flux, de réduction des coûts et de gestion des risques

Figure N°II-1 : la chaine logistique de l'industrie pharmaceutique du marché local



Source ; documents interne de SAIDAL (avec adaptation)

Commentaire :

D'après ce schéma on constate que la chaine logistique pharmaceutique est constituée de plusieurs acteurs qui interviennent durant tout le long de la chaine logistique.

2.1.1 Les contraintes liées à la logistique pharmaceutique :

La chaîne logistique de l'industrie pharmaceutique confrontée à des multiples difficultés, elle est devenue de plus en plus complexe et soumise aujourd'hui à de nombreuses contraintes spécifiques,

Les contraintes sont classées en deux catégories la première catégorie dite endogène (contrainte interne) qui est liée au secteur de l'industrie pharmaceutique, et la deuxième dite exogènes (contrainte externe) qui est imposée par des facteurs externes (comme les autorités et les organisations ..)

• Les contraintes endogènes :

- Respect de la chaîne du froid
- Traçabilité
- Le respect des bonnes pratiques de production et de distribution
- Les conditions de transport et de stockage
- Le stock de sécurité des produits finis
- Conformités aux normes internationales
- Production en lot
- Les délais de péremption des produits (shelf-life)

• Les contraintes exogènes :

- La réglementation des prix de médicaments
- Le système de fixation du prix
- L'autorisation de la mise sur le marché (AMM)
- Réglementation de la publicité et des campagnes marketing
- Concurrence accrue avec la mise sur le marché des génériques
- Forte concurrence avec les sociétés multinationales.

2.2 Les acteurs de la chaîne logistique pharmaceutique¹ :

Les acteurs de la chaîne logistique pharmaceutiques sont nombreux qui interviennent dans toutes les opérations qui précèdent, accompagnent et succèdent la production, tout le long de la chaîne de la recherche à la commercialisation des produits.

¹SERRE(M) et WALLET-WODKA (D), op-cit, pp 134-142.

2.2.1 Les fournisseurs :

Sont chargés de fournir aux laboratoires les différents produits et services nécessaires à la production d'un médicament comme : les matières premières, les articles de conditionnement des médicaments et les équipements nécessaires liés à la production pharmaceutique.

2.2.2 Les producteurs (ou laboratoires) :

C'est le maillon le plus important dans la chaîne logistique pharmaceutique parce qu'ils alimentent la chaîne par les médicaments et autres produits de santé, généralement on distingue trois grands groupes acteurs dans la production pharmaceutique :

- Les laboratoires pharmaceutiques internationaux
- Les laboratoires génériques
- Les start-up en biotechnologie

2.2.3 Les distributeurs (pharmacies, grossistes- répartiteurs et dépositaires) :**2.2.3.1 La distribution en détail :**

La distribution au détail elle peut être assurée par plusieurs acteurs, parmi ces acteurs on trouve :

➤ Les pharmacies d'officines :

Sont spécialisés dans la vente au détail du médicament, mais ils peuvent distribuer d'autres produits de santé que l'on peut regrouper en cinq domaines :

- La santé humaine
- La santé animale
- Les produits cosmétiques
- L'hospitalisation et le maintien à domicile des personnes
- La droguerie

➤ Autres détaillants : tels que les hôpitaux, les établissements de soins et les cliniques...etc.

2.2.3.2 La distribution en gros :

➤ Les grossistes-répartiteurs :

Les grossistes-répartiteurs sont considérés comme l'intermédiaire entre les laboratoires et les détaillants, ils achètent les médicaments et assurent les fonctions de gestion, de vente ainsi que de livraison.

Cet acteur est aujourd'hui fragilisé par le développement des ventes directes des laboratoires aux officines, notamment dans le domaine des médicaments génériques

Les grossistes-répartiteurs doivent faire face à de nombreuses obligations :

- Chaque répartiteur doit référencer un assortiment de médicaments représentant au moins 90% des présentations disponibles sur le marché
- Détenir un stock de sécurité à au moins deux semaines de consommation
- Avoir la capacité de livrer ses médicaments en moins de 24 heures

➤ Les dépositaires pharmaceutiques :

Ce sont souvent des filiales de groupes pharmaceutiques qui assurent la logistique de leur groupe et éventuellement d'autres laboratoires. Ils ne sont donc pas propriétaires de leurs stocks et distribuent les produits aux répartiteurs, aux hôpitaux, ou directement aux officines. Dans ce dernier cas, ils livrent avec une fréquence mensuelle. À côté d'une logistique passive consistant à répondre aux demandes des pharmaciens d'officines pour des produits éthiques prescrits par des médecins, ils ont également une logistique active de visite des officines pour leur proposer des médicaments grands publics à marge libre¹.

2.2.4. Les prestataires logistiques :

Les prestataires logistiques proposent leurs services aux différents laboratoires et aux dépositaires avec des prestations spécialisées : entrepôts, préparation des commandes fines, livraisons rapides par tournées spécialisées ... etc.

Les laboratoires étaient souvent mal outillés pour assurer le niveau de qualité des prestations logistiques à un coût acceptable et il leur a parfois paru plus simple de sous-traiter à un prestataire spécialisé « transparent » vis-à-vis le client qu'est le répartiteur².

¹ PIMOR (Yves) : *logistique techniques et mise en œuvre*, édition DUNOD, 2^{me} édition, Paris, 2001, p 352

² Idem, p352

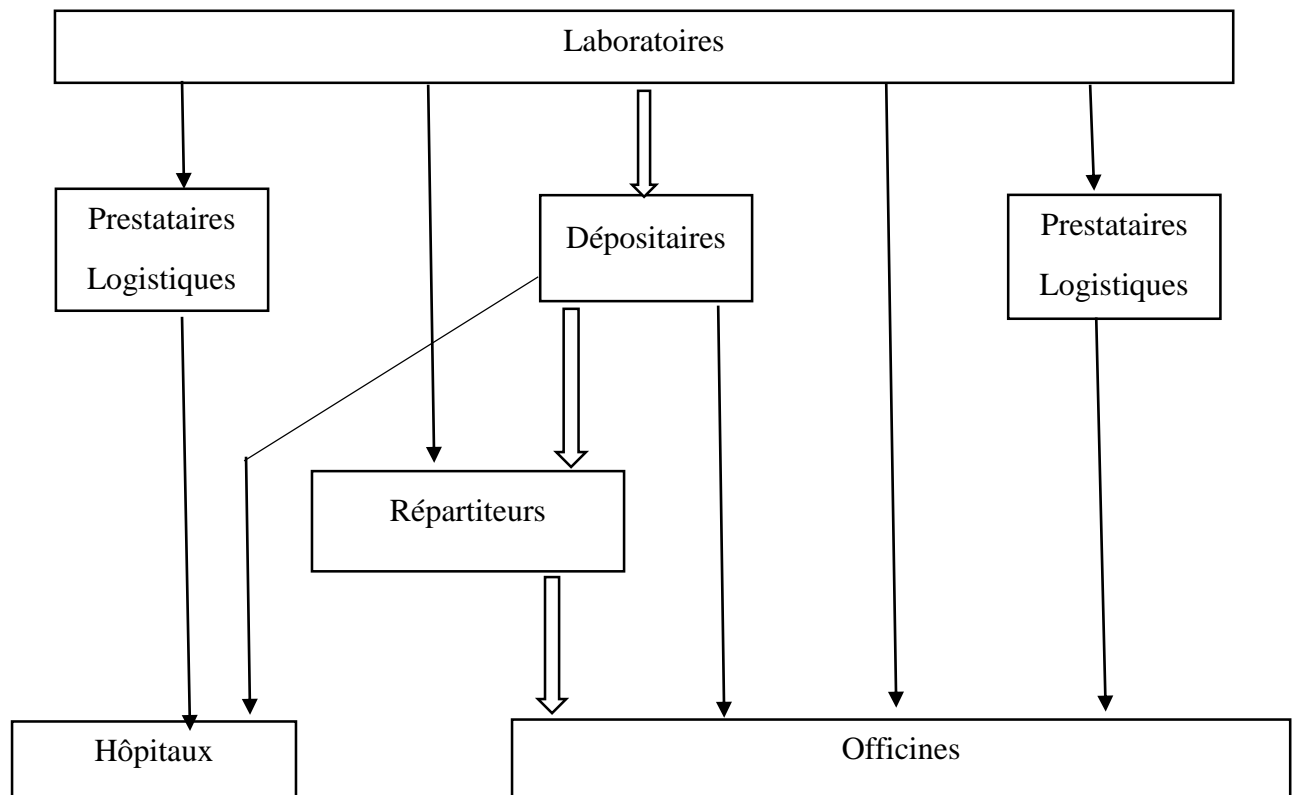
2.2.5 Les acteurs spécifiques : payeurs, prescripteurs et régulateurs :

Chaque pays dispose son propre mode de gestion de la santé mais généralement on trouve :

- **Payeurs** : sécurité sociale, mutuelles et assurances
- **Les prescripteurs** : les médecins et autres professions médicales
- **Les régulateurs** : pouvoirs publics et organismes de contrôle

Ce schéma montre les différents intervenants dans la distribution pharmaceutique

Figure N°II-2 : la distribution pharmaceutique



Source : PIMOR (Yves) op.cit, p351

Commentaire :

D'après ce schéma on remarque que le circuit de distribution des produits pharmaceutiques est souvent long car il y'a beaucoup d'acteurs qui interviennent durant tout le long de la chaine logistique entre laboratoires et les consommateurs finaux.

2.3. La distribution physique des produits pharmaceutiques :

La distribution des produits pharmaceutiques est assurée par une multitude d'acteurs (les officines, les grossistes ...etc.), cette distribution est strictement encadrée par des réglementations spécifiques quel que soit la nature du commerce (en gros ou au détail.)

Le développement du système des technologies de l'information et de la communication (TIC) joue un rôle très important dans le développement de la distribution notamment dans le secteur pharmaceutique avec l'apparition des sites qui proposent les différents produits des laboratoires pharmaceutiques à leurs différents clients.

Ces systèmes de TIC ont facilité la circulation des flux qui entourent la chaîne logistique des produits pharmaceutiques.

2.3.1 Réglementations de la distribution des produits pharmaceutiques :

La distribution des produits pharmaceutique c'est bien entendu une activité très réglementée¹ :

- La distribution ne peut en être effectuée que par des pharmacies tant pour les officines que pour les distributeurs, répartiteurs ou même les prestataires logistiques qui ont dû embaucher des pharmaciens diplômés pour gérer ce domaine d'activité.
- La plus grande partie des médicaments font l'objet d'une réglementation stricte (médicament éthique) et certains d'entre eux ne peuvent être délivrés que sur ordonnance d'un médecin.
- Parmi les médicaments éthiques ou semi-éthiques une partie importante d'entre eux donne lieu à remboursement par les organismes de sécurité sociale. Les prix sont fixés par l'Etat et les marges sont également réglementées.
- Les marges de distribution sont encadrées par des lois, cet encadrement porte sur la marge de distributeur en gros et en détail, il est représenté par un barème dégressif en fonction du prix fabricant (H.T) ou du prix CAF (coût d'assurance et fret à l'importation)

¹ PIMOR (Yves) : *op.cit.*, p350

2.3.2 Spécificité de la logistique de distribution des produits pharmaceutiques :

La logistique de distribution des produits pharmaceutiques a été développée parce que Le produit pharmaceutique n'est pas un produit comme les autres, il nécessite un traitement dans des conditions adaptées.

La distribution physique des produits pharmaceutiques c'est une logistique à température contrôlée elle doit répondre à tous les besoins en matière qualité depuis la fabrication des produits jusqu'à leurs dispensations aux patients, parmi les fonctions de la distribution physique on trouve :

2.3.2.1 Le transport des produits pharmaceutiques :

« En particulier, certains produits de santé doivent être conservés à 5°C +/- 3°C, au titre de leur Autorisation de Mise sur le Marché. Cette obligation s'impose depuis la fabrication du produit jusqu'à sa dispensation au patient, ce qui couvre donc le transport et définit la chaîne du froid.»¹

Donc l'cheminement des produits depuis les sites de production vers les distributeurs (grossistes et répartiteur) et/ou les officines se fasse dans des conditions adaptées tout en gardant la maîtrise des coûts.

2.3.2.2 L'entreposage des produits pharmaceutiques :

« Une nouvelle contrainte qui impose que l'entreposage des produits pharmaceutiques ne se fasse pas à une température supérieure à 25° C »²

Pour avoir une bonne conservation des médicaments avec une gestion facile et efficace l'entrepôt pharmaceutique doit être bien situé, propre, bien ranger et contrôlé en matière de température.

Les règles de base d'un entrepôt pharmaceutique :

- Utilisation des palettes en respectant un espace entre les palettes (au moins 50 cm) pour faciliter les opérations de contrôle et de nettoyage.
- Assurer un espace pour la circulation du personnel et d'équipement (transpalettes)
- Prévoir un espace suffisant pour chaque produit pharmaceutique pour éviter les mélanges

¹ Conseil central, *Recommandations relatives au transport des produits de santé sous température dirigée*, 2012, p2

² ROUX (Michel), op.cit., p 139

- Stocker les produits inflammables tels que l'alcool et l'éther séparément ou le plus loin possible aux autres produits
- Les cartons doivent être rangés d'une façon bien organisée tel que leur étiquette sera facilement lisible pour faciliter les opérations de prélèvements

2.3.2.3 L'assortiment¹ :

La distribution assure également les fonctions d'assortiment, le distributeur a pour mission de proposer une offre adaptée au marché sur lequel il se trouve.

2.3.2.4 La gestion des stocks des produits pharmaceutiques :

Il faut avoir une méthode de gestion très précise pour éviter le sur-stockage qui peut engendrer des problèmes d'encombrement de l'entrepôt et d'augmentation des risques de détérioration des produits, mais aussi il faut assurer la continuité des approvisionnements parce que la rupture des stocks des produits pharmaceutiques a une répercussion négative sur le déroulement de programme de santé.

Et pour avoir une très bonne gestion de stock, le responsable de l'entrepôt pharmaceutique doit déterminer les points suivants :

- La quantité nécessaire et où elle va être rangée
- La consommation approximative de chaque produit dans une période donnée
- Prévoir les délais de livraison pour le déclenchement d'une commande
- Le suivi de l'état de stock et le suivi des consommations

2.3.2.5 L'emballage et le conditionnement :

Dans le domaine pharmaceutique, le conditionnement est l'opération complémentaire de la mise en forme de médicament. Il consiste à enfermer la préparation dans une enveloppe de forme et de matière très variées, et à donner ainsi au médicament son aspect définitif, facilement utilisable par le malade, ce qu'on appelle le conditionnement primaire. Cette forme ainsi conditionnée est protégée par un emballage qui est généralement constitué par un carton (conditionnement secondaire).

¹SERRE(M) et WALLET-WODKA (D), op.cit. p248

Le packaging est plus important pour les produits pharmaceutiques, il doit comprendre les éléments suivants :

- La boîte
- Le conditionnement primaire
- La notice

Ces éléments sont extrêmement réglementés, et chaque boîte doit comporter une notice qui contient les éléments suivants :

- ✓ La dénomination commune internationale (DCI)
- ✓ Le nom du laboratoire et du fabricant
- ✓ Le mode d'usage et les règles de bon usage du médicament
- ✓ La composition et les précautions d'emploi.

➤ **Caractéristiques du conditionnement des médicaments :**

On peut donner quelques exemples significatifs de formes de conditionnement¹

- Sirop dans un flacon en verre obturé par un bouchon à vis en aluminium ou en matière plastique, comprimés sous bande de complexe d'aluminium ;
- Solution injectable en ampoule ;
- Suppositoires présentés dans des moules individuels en matière plastique.

2.3.2.6 Le système d'information :

Il consiste en une série de document ou de système informatique utilisés pour enregistrer les niveaux de stocks, l'entrée et sortie des médicaments. Une bonne information est très importante pour que la coordination du réseau de distribution se fasse correctement.

Les flux d'information qui entourent la chaîne logistique pharmaceutique sont complexes, après la préparation et la livraison des commandes ces flux doivent assurer la traçabilité des produits et permettre le remboursement auprès des organismes assureurs, et assurer un retour des informations pour faciliter la gestion administrative du médicament.

¹ AIACHE-S (J, T) et autres : *Initiation A La Connaissance De Médicament*, 4^{ème} édition, édition MASSON, paris, 2001, p 203.

2.3.3 Les circuits de distribution des produits pharmaceutiques :

Le canal de distribution est le chemin parcouru par un produit pour atteindre le consommateur final. et les circuits de distribution c'est l'ensemble des canaux.

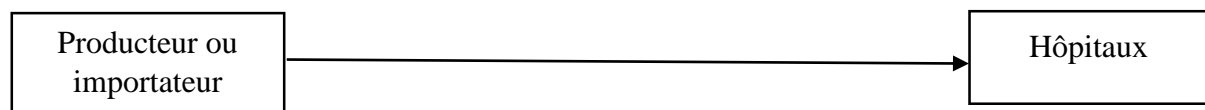
Définition : « On appelle circuit de distribution le chemin suivi par un bien ou un service, pour aller du stade de la production à celui de la consommation. »¹

Il existe plusieurs types de circuits de distribution qui se différencient selon le type de produits vendus, et parmi ces types de produits on trouve les produits pharmaceutiques, ces derniers disposent d'intervenants un peu plus spécifiques dans les circuits de distribution par rapport aux autres produits de grande consommation.

Les représentations suivantes schématisent les circuits de distribution des produits pharmaceutiques :

- Circuit 1 : il s'agit d'un circuit ultra-court

Figure N°II- 3 : le circuit ultra-court

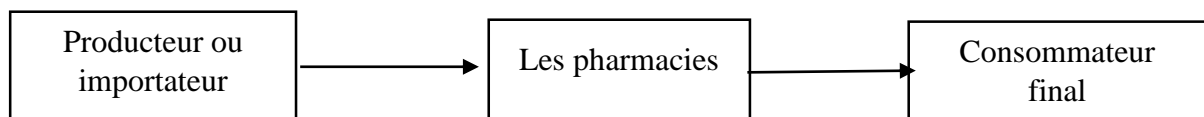


Source : PIMOR (Yves) op.cit, p351 (avec adaptation)

Les laboratoires et les importateurs alimentent directement les hôpitaux qui ont un contact direct avec les malades, ce type de circuit s'appelle « circuit direct »

- Circuit 2 : il s'agit d'un circuit court :

Figure N°II- 4 : le circuit court



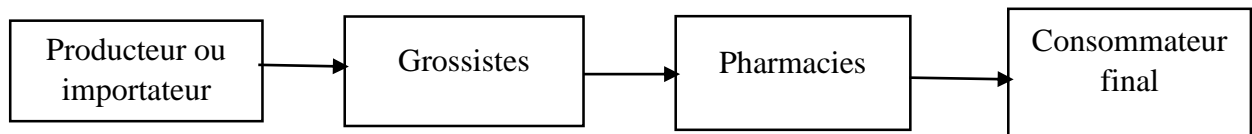
Source : PIMOR (Yves) op.cit, p351 (avec adaptation)

Les laboratoires et les importateurs alimentent les pharmacies qui, de leur tour distribuent les produits au consommateur final ce type de circuit est le plus utilisé dans la distribution des produits pharmaceutiques.

¹ LENDREVIE (J) et autres, *Mercator*, édition DUNOD, 8^{ème} édition, Paris, 2006, P 375.

➤ Circuit 3 : le circuit long

Figure N°II- 5 : le circuit ultra-court



Source : PIMOR (Yves) op.cit, p351 (avec adaptation)

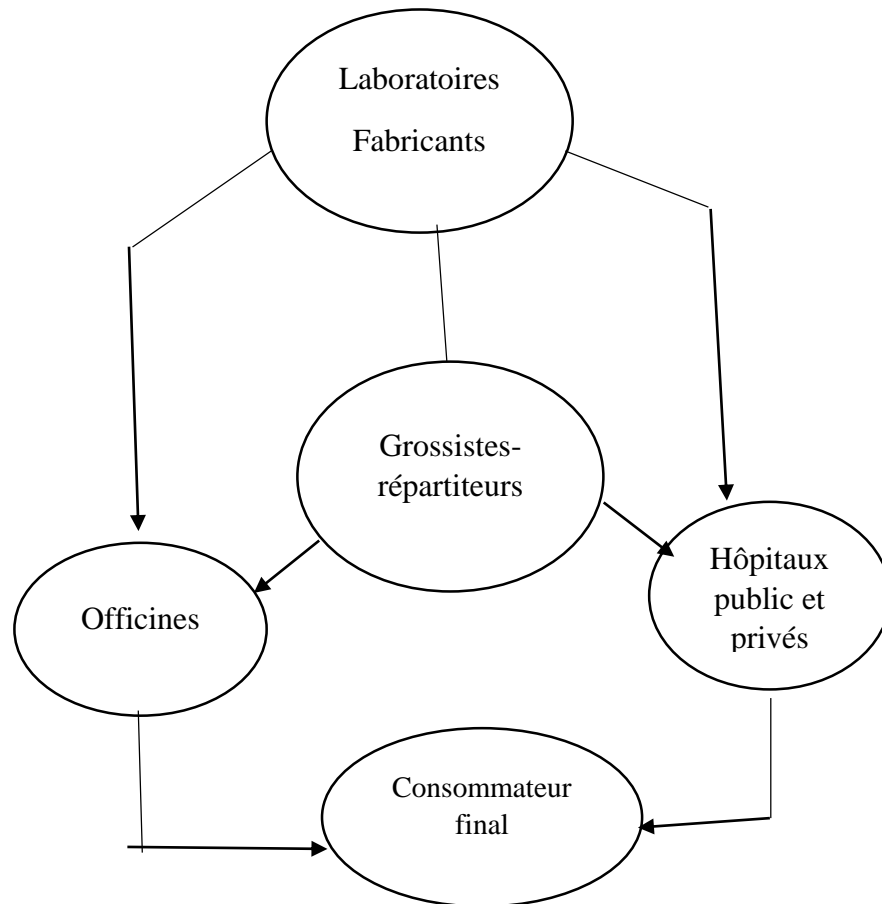
Les laboratoires et les importateurs alimentent les grossistes répartiteurs, puis ces derniers distribuent les produits aux pharmacies, qui est de leurs tours assurent la vente des produits aux consommateurs finaux

- Les facteurs de choix d'un circuit de distribution :

Les facteurs qui déterminent les choix d'un circuit de distribution se regroupent dans les caractéristiques suivantes :

- comportement du consommateur
- caractéristiques de la firme
- caractéristiques des producteurs et importateurs
- caractéristiques des produits commercialisés
- caractéristiques de l'environnement

Figure N° II-6 : les principaux canaux de distribution du médicament



Source : SERRE (M) et DEBORAH (W) op.cit. p136.

Commentaire :

Ce schéma représente les différents canaux de distribution parcourus par un médicament, on déduit que le circuit de distribution des médicaments c'est un circuit long parce que dans la plus parts des cas il existe deux intermédiaire entre le producteur et le consommateur final.

Conclusion :

Dance chapitre nous avons vu la particularité des produits pharmaceutiques et la spécificité de leur distribution physique.

D'après ce chapitre on peut dire que le secteur pharmaceutique est un secteur strictement réglementé et la distribution physique des produits pharmaceutiques nécessite un traitement logistique dans des conditions adaptées (la température, l'aération, la propreté des entrepôts... Etc.)

Dans le prochain chapitre nous allons présenter le secteur pharmaceutique algérien et ses différents acteurs et connaître la place du groupe SAIDAL sur le marché pharmaceutique Algérien.



Chapitre III :
SAIDAL et le secteur pharmaceutique
algérien

Dans ce chapitre intitulé : «SAIDAL et le secteur pharmaceutique algérien », dans un premier lieu nous présenterons de manière globale le secteur pharmaceutique algérien, les parts de marché et la croissance de ce secteur, et la position du groupe SAIDAL sur le marché local.

Après cela nous nous intéresserons au Groupe SAIDAL son organisation, ses filiales, et ses centres de distributions ainsi que sa politique et ses objectifs.

Section 01 : Le secteur pharmaceutique algérien :

1.1 L'évolution de l'industrie pharmaceutique en Algérie :

Nous pouvons distinguer l'évolution du secteur pharmaceutique algérien en cinq phases :

➤ La première période 1962-1972 :

Elle se caractérise par les efforts de mise en place de l'entreprise prenant progressivement la relève d'un nombre important d'opérateurs allant de la simple présentation aux plus grosses sociétés de distribution du médicament et assimilés.

En 1963 la P.C.A prend la relève des magasins généraux des services civils de santé, et se voit chargée de la gestion des officines pharmaceutiques vacantes devenu agence pharmaceutique d'Etat.

En 1965, la P.C.A héritait de l'ensemble des biens, droits et obligations de trois établissements grossistes nationalisées (de Constantine, Oran et Alger). Enfin en 1969, le monopole d'importation des produits pharmaceutiques et matériel médical lui est confié.

Le caractère désintégré des structures de l'entreprise, l'absence d'une gestion financière cohérente tant au niveau des hôpitaux que de la P.C.A se répercutèrent sur l'exercice des fonctions attribuées à cette entreprise.

L'essentiel de cette phase étant que la P.C.A s'est substituée aux moyens généraux, aux pharmaciens européens partis au lendemain de l'indépendance, aux grossistes et à la multitude de revendeur.

➤ Deuxième période 1972-1978 :

La P.C.A s'engage dans des tentatives de maîtrise de la fonction commerciale (approvisionnement, distribution) qu'elle assure. Elle essaie de passer du rôle de simple

grossiste étatique à celui plus complexe de gestion et d'orientation du marché intérieur du médicament et du matériel médical :

En 1972 la commission de médicaments fait passer la liste de 7500 médicaments à 2400 formes pour les officines et 1500 formes pour le secteur hospitalier.

- Des efforts d'homínisation de l'entreprise en matière de stockage, de distribution et de décentralisation sont opérés.
- Mise en place d'un laboratoire central de contrôle de qualité
- Intégration des unités 'PHARMAL' et 'BIOTIC' à la P.C.A à 51% puis rachat total en 1975/1977.
- Opération de formation de personnel de maîtrise et d'encadrement
- Existence de projets d'unités de fabrication de médicament et matériel médical.

Ainsi donc globalement, il nous semble que la P.C.A tout en ayant rempli son objectif de substitution aux importateurs, grossistes et intermédiaires privés n'a pas fondamentalement transformer la fonction de 'logistique de service de santé' qu'elle assure.

➤ **Troisième période 1978 –1982 :**

Cette phase est celle de maturation des interrogations sur l'objet et l'efficacité de cette entreprise, on assiste à d'un côté à des tentatives de maîtrise de l'importation et de la consommation par l'adoption d'une nomenclature unique, d'autre part à des actions de remise en cause de l'objet de la P.C.A par les décisions de libéralisation rampante de l'exercice des professions médicales.

Plus de quinze années après la création de la P.C.A, les fonctions essentielles qu'elle assure sont celles d'un gros intermédiaire entre les firmes pharmaceutiques et les différents acteurs de consommation intérieure, en particulier les officines privées. L'essentiel reste l'importation et la distribution du médicament.

La P.C.A reste d'abord soumise aux impulsions de la demande et du marché dont le rythme et la nature lui sont le plus souvent imposée. Elle se donne implicitement la tâche de répondre, en assurant l'importation et la répartition des produits demandés par les prescripteurs et consommateurs.

➤ **Quatrième période 1982- 1988 :**

C'est la phase de la restructuration qui ayant pour objet de séparer et diviser les fonctions de commercialisation par région, à l'issue de cette opération qui a porté un ensemble des décisions complémentaires concernant les infrastructures et la stratégie et la planification pour développer ce secteur a apparu les entreprises suivantes :

- Les entreprises de commercialisation (ENAPHARM pour le centre, ENOPHARM pour l'ouest et ENCOPHARM pour l'est)
- La naissance de l'entreprise SAIDAL par un décret relatif au changement de nom de la P.C.A à SAIDAL
- En 1988 le rattachement officiel de l'EDIC et du complexe antibiotiques de Médéa à SAIDAL.

➤ **1989 jusqu'à aujourd'hui :**

Le secteur pharmaceutique algérien a connu au cours de cette période un bouleversement important par l'adoption des lois qui autorise l'intervention des acteurs privés dans l'importation, la distribution et la production du médicament, la libéralisation du secteur pharmaceutique.

La mise en œuvre de la nouvelle législation sur le commerce extérieur se traduit, dès l'année 1991, par l'intervention d'un importateur privé. Le LPA (Laboratoire pharmaceutique algérien) société de droit privé algérien, représente aussi les intérêts de laboratoires pharmaceutiques étrangers. Son activité se développe rapidement.

D'autres concessionnaires privés sont agréés à la suite du L.P.A : IMA, DISTRIMED, COPHARM. Les statistiques recueillies auprès du Ministère de la Santé ne fournissent pas de données concernant ces entreprises. Mais de source bancaire, il semble qu'elles réalisaient à elles trois moins de 4% du total des importations en 1992-1993. Leur part n'a cessé de croître depuis¹.

La mise en place des nouvelles structures de soutien :

¹ Rapport sectoriel : « *l'industrie pharmaceutique* », rapport 2011

- En 1993 la mise en place de laboratoire national de contrôle des produits pharmaceutiques (LNCP), qui a pour mission principale de contrôler la qualité des produits pharmaceutiques.
- En 1994 la création de la pharmacie centrale des hôpitaux (PCH) qui a pour mission d'assurer l'approvisionnement, le stockage et la distribution des produits pharmaceutiques aux différentes structures de santé.
- En 1995 la création de l'agence nationale de la documentation de la santé (ANDS) qui a pour mission l'utilisation des technologies de l'information et de la communication (TIC) dans le secteur pharmaceutique.
- En 1996 la création de l'institut national pédagogique de formation paramédicale (INPFP) qui a pour mission d'améliorer la formation paramédicale.
- En 1998 la mise en place du centre national de la pharmacovigilance et de matériovigilance (CNPM) qui a pour mission d'évaluer, détecter et gérer les risques en matière de médicament, de vaccins et de dispositifs médicaux.

Ces dernières années l'Algérie vise à développer sa production locale par la prise des décisions ministérielles qui vise à protéger le médicament local et réduire les frais d'importation. L'Algérie ambitionne de produire localement 70% de ses besoins en médicaments grâce à des investissements des laboratoires étrangers et devenir ainsi une plateforme de production de génériques et sur le long terme de devenir un pays exportateur de médicament vers les pays de la région¹.

1.2 Le marché pharmaceutique algérien :

Le marché pharmaceutique algérien est dominé par des groupes étrangers et une grande part du marché repose sur les importations.

L'offre nationale est constituée de 55 producteurs, 133 importateurs, 95 vendeurs en gros, 9000 pharmacies et de 326 laboratoires²

1.2.1 Les principaux investisseurs dans le secteur pharmaceutique Algérien³ :

- Sanofi-aventis avec 13% de parts de marché. (320 millions de dollars)

¹ Rapport économique, Algérie 2014

² Rapport sectoriel, *l'industrie pharmaceutique*, rapport 2011

³ Idem

- Hikma pharma avec 164 863 0131 dollars
- S Vidal avec 149 187 464 dollars
- GSK avec un investissement de 141 958 937 dollars
- Novartis avec 129 138 999 dollars
- Pfizer avec 111 323 448 dollars
- Novo Nordisk avec 85 264 536 dollars

1.2.2 La consommation du médicament :

La consommation des médicaments en Algérie est alimentée notamment par les factures d'importation, qui atteint le sommet en 2012, selon le président de l'ordre des pharmaciens la consommation restent peu élevée. Elle est de 100 euros par habitant et par an.¹

On remarque qu'il y a une augmentation dans la consommation du médicament en Algérie par rapport aux années précédentes (en 2008 la consommation de médicament était estimée près de 45 euros par habitant)

Le marché algérien du médicament est caractérisé par une forte croissance de consommation pour les raisons suivantes :

- Toutes les opérations se rattachant directement à l'objet social ou tout objet similaire ou connexe pouvant favoriser ou développer la société ;
- La multiplication des infrastructures sanitaires, notamment dans les régions rurales ;
- L'extension de la distribution des médicaments par la mise en place de plusieurs réseaux officinaux ;
- Le développement de la couverture sociale de la population et la mise en place d'une politique de médecine gratuite.

1.2.3. L'importation du médicament :

Les importations se taillent la part de lion dans Le marché pharmaceutique algérien, mais la facture d'importation a reculé près de 30% durant le premier semestre de 2015 par rapport à la même période de 2014. Tandis que les quantités importées ont baissé près de

¹ www.sap-dz.org (consulté le 29/03/2016 à 09 :40)

1% mais ce recule a touché uniquement les produits pharmaceutiques à l'usage humain mais les médicaments destinés à l'usage vétérinaire ont connu une nette augmentation.¹

Depuis quelques années le ministère de santé s'est engagé dans une politique dans le but de rationaliser l'importation des produits pharmaceutiques, un arrêté ministériel a été publié en décembre 2015 qui contient une liste des produits pharmaceutiques et des matériels médicaux qui sont fabriqués localement et sont interdits à l'importation.

Tableau N° III-1 : évolution des importations dans les trois dernières années

Années	2013	2014	2015
Quantité en valeur (USD)	2.280.000.000	2.600.000.000	1.960.000.000

Source : Centre national de l'informatique et des statistiques des douanes (CNIS)

Commentaire :

D'après ce tableau on constate qu'il y'a une hausse dans la facture d'importation pour l'année 2014 par rapport aux autres années. Et en 2015 la facture d'importation des produits pharmaceutiques a baissé près de 35% par rapport à l'année 2014 grâce à la stratégie pharmaceutique qui vise à remplacer les produits interdits à l'importation par leurs équivalents qui sont fabriqués localement.

Quant aux quantités importées on constate qu'elles ont enregistré une légère baisse en 2015 mais qui touche seulement les médicaments à l'usage humain grâce à l'interdiction d'importation de certains médicaments par le ministère de la santé².

1.2.4. La production :

Comme on a cité auparavant le marché pharmaceutique algérien est dominé principalement par l'importation qui représente près de 64% du marché local, et la production locale des produits pharmaceutiques représente que 36% du marché (en 2013)³. Malgré les subventions et l'encouragement du gouvernement afin de développer la production locale

¹ <http://www.lematindz.net/news/18416-la-facture-dimportation-algerienne-des-medicaments-seffondre.html> (consulté le 08/05/2016 à 12:16)

² Ibid.

³ www.algerie-focus.com/2013/12/la-production-algerienne-de-medicaments-pourrait-atteindre-65-du-marche-national-en-2015/ (consulté le 01/04/2016 à 15 :53)

et réduire la facture d'importation d'une part et assurer une couverture nationale à moindre coût d'autre part mais la production locale reste toujours faible.

La production du médicament en Algérie est assurée par les deux secteurs (privé et public)

1.2.4.1 Le secteur public :

Le secteur public se taille la part de lion dans la production locale du médicament, mais seuls le groupe SAIDAL et SOCOTHYD présents.

- **SAIDAL :**

La production nationale est fortement dominée par le groupe SAIDAL qui est coté en bourse depuis 1998. Ce groupe est composé des trois (03) filiales de suivantes :

- PHARMAL, dont le siège social est à DAR EL BEIDA ;
- BIOTIC, dont le siège social est à EL HARRACH ;
- ANTIBIOTICAL, sise à MEDEA ;

De plus, elle comporte un centre de recherche et développement et 3 unités commerciales U.C.C, C.D.O, C.D.B.

- **SOCOTHYD :**

SOCOTHYD fut créée en 1969. Sa production en consommable médical couvre 93% des besoins de la santé publique

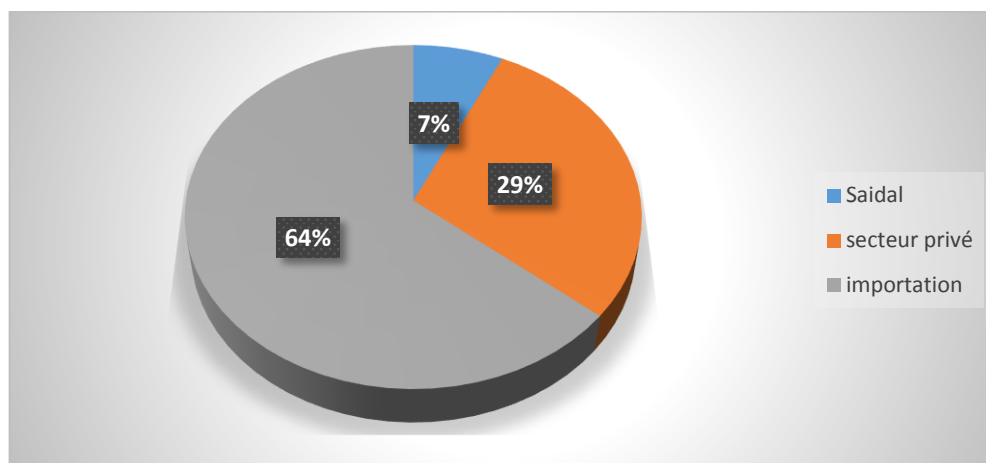
1.2.4.2. Le secteur privé :

En 1999, le secteur privé de production du médicament est constitué de 31 sociétés dont 18 fabricants et 13 conditionneurs. Il est représenté par un certain nombre de laboratoires algériens dont les plus importants sont : LAD PHARMA ; L.A.M (Laboratoire Algérien du Médicament) ; L.P.A (Laboratoire Pharmaceutique Algérien) ; PHARMA-ALLIANCE ; I.M.A (l'Institut Médical Algérien) ; SALAM ; SOPHARM ; PHARMAGHREB ; BIOPHAR ; ALPHARM et PRODIPHAL

Au cours des dix dernières années, le marché du médicament en Algérie a énormément progressé. La production nationale représente plus de 35% de ce marché en valeur, 7% seulement revient à SAIDAL, les 28% restants représentent la production du secteur privé en 2013.¹

¹ www.eldjazaircom.dz (consulté le 28/03/2016 à 11:30)

Figure N°III-1 : structure du marché pharmaceutique algérien (en valeur années 2013)



Source : www.eldjazaircom.dz (consulté le 20/04/2016 à 11/30)

Commentaire :

L'importation représente 64% de la part de marché cette situation prouve que le marché pharmaceutique algérien est toujours dominé par les importations.

Le groupe SAIDAL couvre que 7% du marché en valeur de production et le groupe a un objectif d'élargir sa gamme de produits à d'autres formes médicamenteuses pour couvrir une grande part de marché d'une part et réduire la facture d'importation d'autre part.

1.2.5. La distribution des médicaments :

La distribution des produits pharmaceutiques est spécifique par rapport à la distribution des autres produits de grande consommation, en mai 2010 le gouvernement a pris une décision qui exige aux fabricants des produits pharmaceutiques d'utiliser leur propre réseau de distribution.

Cette décision a pour objet de protéger les médicaments qui sont fabriqués localement.

Cette décision a poussé les différents laboratoires nationaux et internationaux de créer leurs propres réseaux de distribution pour s'adapter à ces nouvelles mesures. Et doivent vendre leurs produits directement aux officines pharmaceutiques.

Le médicament représentant un enjeu stratégique pour la politique sanitaire du pays, l'Etat a tenté de mettre en place des mécanismes de régulation qui devaient garantir une mission de service public et assurer :

- la disponibilité du médicament à travers le réseau de pharmacies qui existait et les réseaux que la loi a consacrés (importation, distribution) ;
- une meilleure couverture nationale en officines pharmaceutiques qui devaient remplacer au fur et à mesure les agences étatiques créées à un moment donné pour répondre à un besoin conjoncturel ;
- un stock de sécurité pour prévenir les pénuries (les importateurs étaient obligés de détenir dans leurs dépôts des stocks pour une consommation de trois mois) ;
- une rapidité dans l'acheminement des produits pharmaceutiques vers les pharmacies ;

1.2.5.1 Aspect réglementaire :

Le secteur pharmaceutique est le plus réglementé par l'autorité publique car les produits pharmaceutiques ne sont pas comme les autres produits de grande consommation.

Ce secteur est soumis à certaines obligations comme Les grossistes-répartiteurs sont soumis à quatre types d'obligations :

- Ils desservent toutes les officines de pharmacie qui leur en font la demande à noter que les grossistes-répartiteurs achètent, gèrent, vendent et livrent chaque année aux pharmacies d'officine les produits présentés aux patients ;
- Ils doivent référencer au moins les médicaments existant sur le marché ;
- Ils disposent en permanence d'un stock correspondant à deux semaines de vente ;
- Ils sont en mesure de fournir tout médicament de leur assortiment à tout pharmacien du secteur dans les 24 heures.

1.2.5.2 Les marges bénéficiaires :

Les marges plafonds applicables à la production, au conditionnement et à la distribution des médicaments à usage de la médecine humaine sont définies par le décret n° 98-44 du 01/02/1998.¹

La marge de production est plafonnée aux taux de 20% assis sur le prix de revient hors taxes.

¹ Journal officiel n°5 du 04 février 1998 : Décret n°98-44 du 01 février 1998 relatif aux marges plafonds applicables à la production, au conditionnement et à la distribution des médicaments à usage de la médecine humaine

La marge de conditionnement est plafonnée aux taux de 10% assis sur le prix de revient hors taxes du médicament.

Et pour la distribution sa marge est plafonnée aux taux dégressifs, ces marges se varient selon le mode de distribution (en gros et en détail), comme il est indiqué dans le tableau suivant :

Tableau N°III-2 : les fourchettes des prix des marges applicables aux médicaments

Fourchette des prix des médicaments	Marge gros	Marge détail
Jusqu'à 70 DA	20%	50%
De 70 DA à 110 DA	15%	33%
De 110,1DA à 150 DA	12%	25%
> à 150 DA	10%	20%

Source : Journal officiel n°5 du 04 février 1998 : Décret n°98-44 du 01 février 1998

Commentaire :

On constate que les marges applicables pour les médicaments au détail sont plus élevées que celles appliquées en gros, car le grossiste vend de grandes quantités comparativement aux pharmaciens.

Tableau N°III-3 : données sur le marché des produits pharmaceutiques en Algérie

Années / en million d'euros	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Médicament importés	603	800,3	679	777,9	881,8	742	937	987,3	1192,9
Médicaments fabriqués	208	233	264,5	333,5	261,4	424	418,4	711,6	745,6
Médicament en vrac (conditionnés)	47	48	93,8	95,4	102,7	129	140,5	90,1	101,8
Réactifs	16	21	20,4	23,8	22,6	30,2	54	52,3	82,5
Produits dentaires	2	3,1	1,6	7,7	5,9	2,2	7,6	6	2,5
Consommable	26,1	29	29	22,8	22,6	25,6	36,5	38,2	40,7
PCH	34	69,3	53	77	118,4	170,6	125	178,5	359
IPA	5,1	8	8,9	16	11,8	26	41,5	23,1	23,2
Marché global	941	1211,7	1150,7	1353,9	1427,1	1549,6	1760,5	208,1	2548,2

Source : Ministère de la santé de la population et de la réforme hospitalière (Colloque international sur les politiques de santé, Alger, 18 – 19 Janvier 2014)

Commentaire :

D'après ce tableau on constate qu'au cours des dix dernières années le marché pharmaceutique algérien a connu une nette progression, la production locale a passé de 208 millions d'euro en 2004 à plus de 700 millions d'euro en 2012.

L'évolution importante des importations entre les années 2004 et 2012 est justifiée par l'insuffisance de la production locale qui ne permet pas de satisfaire le marché du générique dans cette période.

Section 02 : Présentation du Groupe SAIDAL

Cette section est consacrée à la présentation du Groupe SAIDAL qui est spécialisé dans la fabrication des spécialités pharmaceutiques, il est considéré comme le leader de l'industrie pharmaceutique en Algérie.

Donc cette section on va présenter ses différentes filiales et ses centres de distribution ainsi que sa performance.

2.1. Présentation du Groupe SAIDAL :

SAIDAL est une société créée sous la forme d'une société par action (SPA), dont le capital social est composé de 80% publics et 20% privés et elle est régie par le droit commercial algérien. Elle a une capacité de production qui dépasse les 160 millions d'unités de vente. Doté de trois filiales de production d'une capacité qui dépasse les 160 millions d'unités de vente, d'une stratégie managériale moderne, respectueux des bonnes pratiques de fabrication, SAIDAL ne cesse de réaliser des performances.

Par sa qualité visant la satisfaction totale du client, de recherche et développement résolument tournés vers l'avenir, de partenariat et d'alliance stratégique et d'internationalisation de ses activités, le groupe SAIDAL se positionne en partenaire incontournable dans toutes les décisions stratégiques liées au secteur de médicament ; cette organisation et ces performances actuelles sont l'héritage d'une longue évolution et d'une série de restructuration.

2.1.1. Historique du groupe SAIDAL¹

SAIDAL a été créée en avril 1982 à la suite de la restructuration de la Pharmacie Centrale Algérienne (PCA) et a bénéficié, dans ce cadre, du transfert des usines d'El Harrach, de Dar El Beida et de Gué de Constantine. Il lui a été également transféré en 1988, le Complexe "Antibiotiques" de Médéa dont la réalisation venait d'être achevée par la SNIC (Société Nationale des Industries Chimiques).

En 1989 et suite à la mise en œuvre des réformes économiques, SAIDAL devint une entreprise publique économique dotée de l'autonomie de gestion.

¹ www.saidalgroup.dz (consulté le 13/05/2016 à 21 :53)

En 1993, des changements ont été apportés aux statuts de l'entreprise, lui permettant de participer à toute opération industrielle ou commerciale pouvant se rattacher à l'objet social par voie de création de sociétés nouvelles ou de filiales.

En 1997, la société SAIDAL a mis en œuvre un plan de restructuration qui s'est traduit par sa transformation en groupe industriel regroupant trois filiales (Pharmal, Antibiotical et Biotic).

En 2009, SAIDAL a augmenté sa part dans le capital de SOMEDIAL à hauteur de 59%. En 2010, elle a acquis 20 % du capital d'IBERAL et sa part dans le capital de TAPHCO est passée de 38,75% à 44,51%.

En 2011, SAIDAL a augmenté sa part dans le capital d'IBERAL à hauteur de 60%.

En janvier 2014, Saidal a procédé par voie d'absorption, à la fusion de ses filiales détenues à 100% : Pharmal, Antibiotical et Biotic.

2.1.2 Dénomination sociale et juridique :

la SPA SAIDAL a été créée le 24/04/1982 suite à la restructuration de la PCA et dénommée : « ENTREPRISE NATIONALE ECONOMIQUE, SOCIETE PAR ACTION, GROUPE INDUSTRIEL SAIDAL ».

Dénomination : groupe industriel SAIDAL.

Siège social : route de la wilaya N°11 DAR EL-BEIDA ALGER.

Objet social : la fabrication des produits pharmaceutiques.

Capital social : 2500 000 000 DA représentant 1000 000 d'actions d'une valeur de 250 DA Chacune.

2.1.3 Mission et objectifs du groupe SAIDAL :

La mission principale du groupe est de produire et de commercialiser des médicaments, des consommables médicaux et chirurgicales à des prix compétitifs en vue de satisfaire des attentes de ses clients et de ses actionnaires, tout en s'attachant à concilier les objectifs de la santé publique et ses impératifs de gestion.

Le groupe SAIDAL s'est imposé sur le marché :

- en produisant des médicaments de meilleure qualité.
- en pratiquant des prix raisonnables et compétitifs.

Pour atteindre ses objectifs, le groupe SAIDAL se base sur :

- les opérations de recherche dans le domaine de la médecine.
- le développement des produits nouveaux.
- la participation a toutes les opérations industrielles et commerciales pouvant se rattacher a l'objet du groupe.
- l'élaboration de la politique générale (industrielle, financière, marketing développement et qualité) et les différentes stratégies du groupe.

Le groupe SAIDAL est spécialisé dans la fabrication des spécialités pharmaceutiques, ou il est considéré comme le leader de l'industrie pharmaceutique en Algérie et représente un pôle industriel important en méditerranée.

En 1995, un nouveau plan stratégique a été adopté, il consiste en :

- la diversification du réseau de distribution.
- l'arrêt de a production de près de 30 produits obsolètes.
- la mise en place d'une force de vente

Les objectifs du groupe SAIDAL sont :

- La consolidation de sa position de premier producteur sur le marché locale
- Diversification de sa gamme de produits et élargissement de sa production vers de nouvelles classes thérapeutiques
- Développement du partenariat

2.2 Organisation du Groupe SAIDAL :

2.2.1 L'organigramme de SAIDAL :

Le schéma d'organisation actuel de SAIDAL provient de la restructuration organique de l'entreprise opérée en 1998.

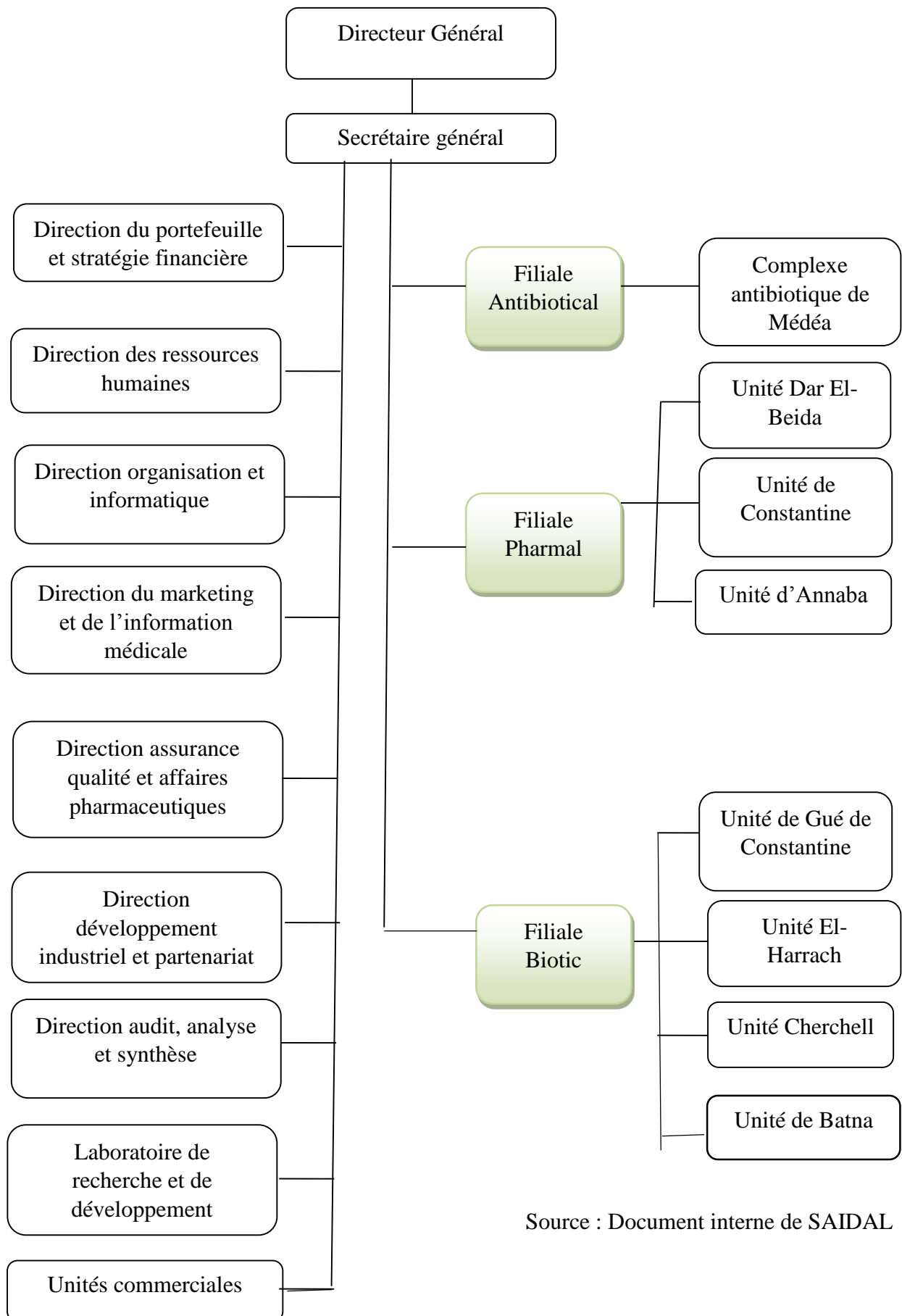
L'organigramme a été établi pour répondre aux besoins de l'heure, qui actuellement parait dépassé. En effet, l'objectif principal en 1998 la décentralisation de la gestion et l'autonomisation des filiales de productions avec une séparation nette entre le pouvoir de surveillance stratégique et le pouvoir opérationnel détenu par les filiales.

Or, sur le terrain des insuffisances et des dysfonctionnements sont apparus durant les années de mise en œuvre du schéma.

Bien que la filialisation des unités de production ait donné lieu à la mise en place d'organe statutaire fonctionnant selon les règles du code de commerce, il est souvent constaté le retour à d'anciens réflexes de gestion qui se matérialisent par la remontée de la direction générale du groupe de nombreux problèmes courants.

Ainsi la nécessité d'une refonte globale de l'organisation du groupe SAIDAL est ressentie, pour répondre aux nouvelles exigences

Figure N° III-2 : Organigramme du groupe SAIDAL.



Source : Document interne de SAIDAL

2.2.2. La présentation des filiales du Groupe :

Trois filiales composent le groupe SAIDAL : ANTIBIOTICAL, BIOTIC et PHARMAL

➤ Filiale ANTIBIOTICAL :

ANTIBIOTICAL est la filiale de SAIDAL spécialisée dans la production des antibiotiques. Elle est dotée d'un capital de 1 187 500 000 DA.

La production a démarré en Avril 1988, après l'inauguration du Complexe Antibiotique de Médéa.

ANTIBIOTICAL a une capacité de production pénicilliniques importantes dans la fabrication de produits finis et matières premières en vrac, un savoir-faire élevé dans les formes complexes (injectables, gélules et vrac), une expérience dans la production d'antibiotiques (stériles), un laboratoire d'analyse et un personnel qualifié et compétent dans la production et la fabrication des matières premières.

➤ Filiale BIOTIC (Organisme d'accueil) :

la filiale BIOTIC est l'une des trois filiales issues de la restructuration de l'entreprise SAIDAL en 1998, elle dispose de trois usines de production.

Par sa longue expérience et son savoir-faire dans la production pharmaceutique ainsi que ses équipements modernes cette filiale offre un large éventail de médicaments. Elle dispose de quatre usines de production :

-Usine Gué de Constantine : Avec une capacité de production de 18 million UV, elle se compose de deux parties distinctes, l'une pour la fabrication des formes galéniques, suppositoires, ampoules, comprimés, l'autre dotée d'une technologie très récente et spécialisée dans la production des solutés massifs.

-Usine d'El Harrach : Dispose de quatre ateliers avec une capacité de production de 20 millions d'UV. Un atelier sirops, atelier solution, atelier comprimés et dragées et un atelier pommade.

-Usine Cherrhell : Elle se compose de trois ateliers de production ; atelier sirop, atelier de comprimés, sachet et poudre, gélule et un atelier pour le concentré d'hémodialyse sous ses trois formes (acide, basique et acétate).

-Usine de Batna : Pour la production des suppositoires.

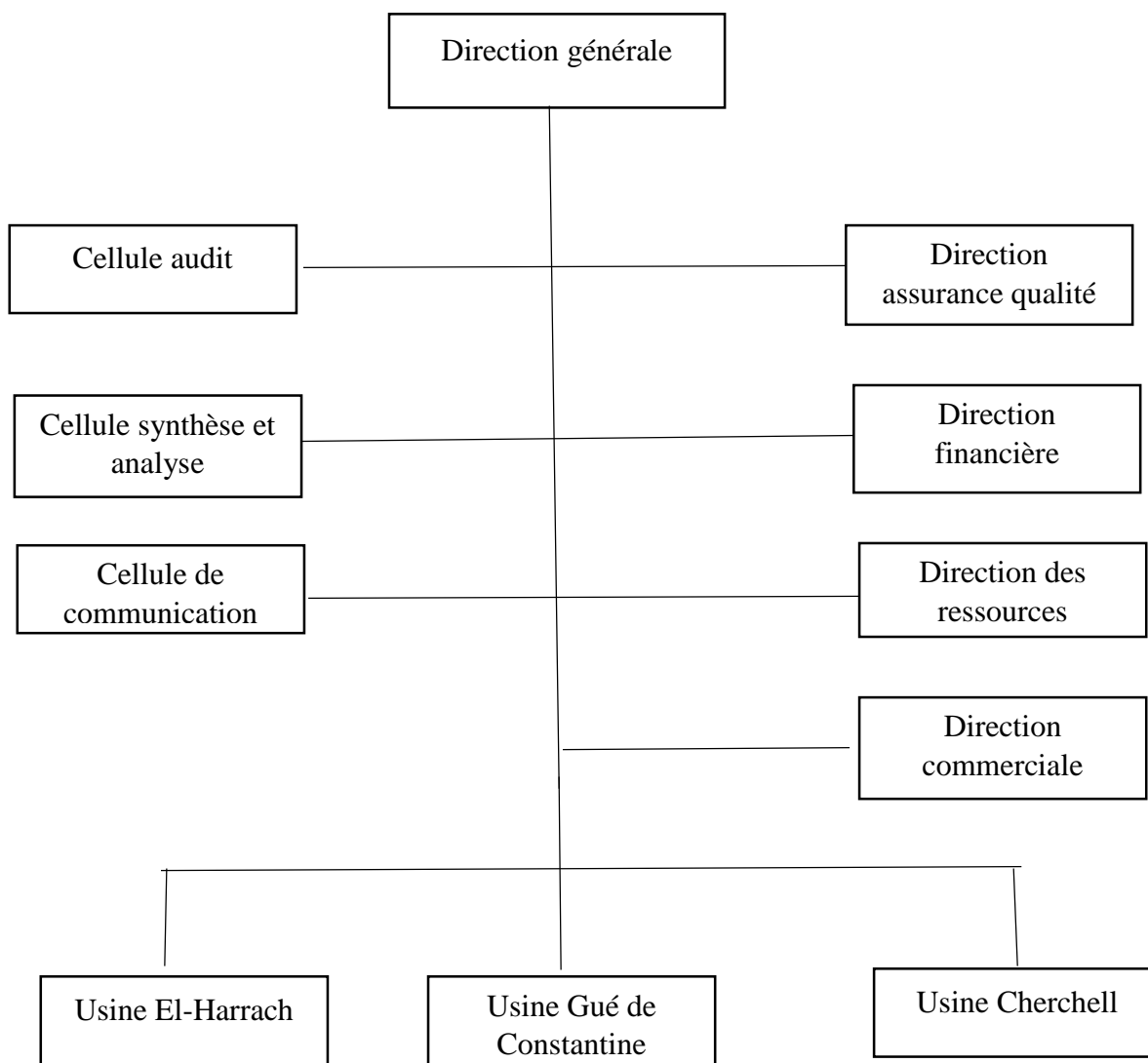
La filiale Biotique dispose des atouts suivants :

- plus de quarante années d'expérience

-Un savoir-faire dans la production pharmaceutique

-C'est l'unique producteur local de solutés massifs

Figure N° III-3 : Organigramme de la filiale BIOTIC



Source : document interne de SAIDAL (usine El-Harrach)

➤ **Filiale PHARMAL :**

Dotée d'un capital de 200 millions de dinars, elle possède les infrastructures suivantes :

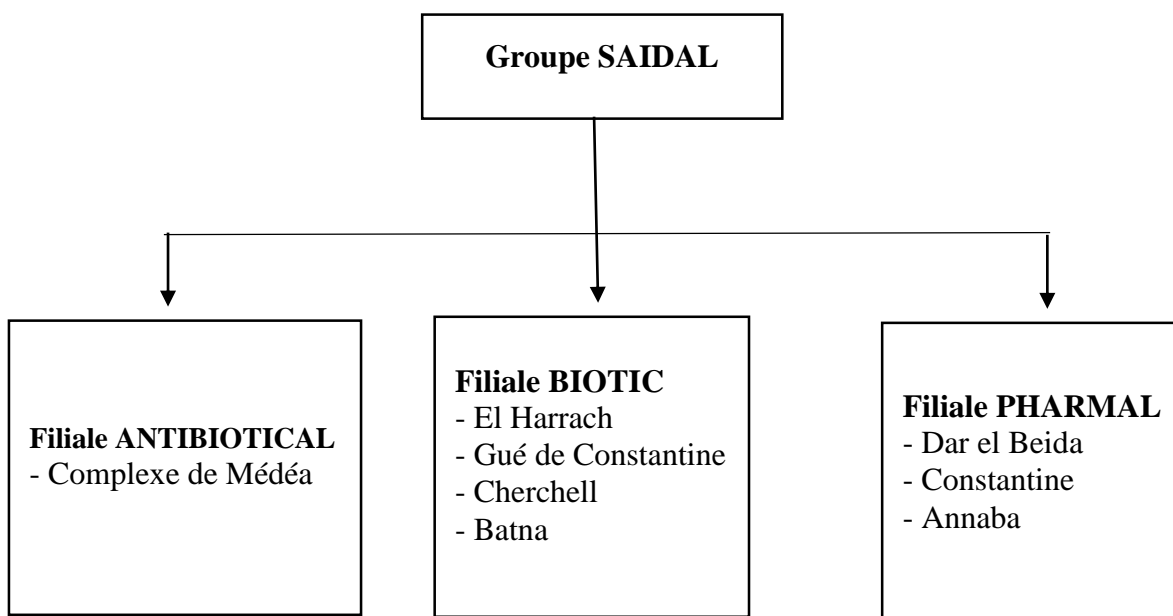
- **Usine de Dar El Beida** : construite en 1960, par le laboratoire Labaz (Groupe SANOFI), rachetée en 1970 à 51% et 100% en 1976 par l'ex PCA. Sa capacité de production dépasse les 40 Millions UV toutes formes confondues ;
- **Usine de Constantine** : rattachée à SAIDAL en 1988, après dissolution des ex PHARM. Elle dispose de deux ateliers de sirops avec une capacité de production de 5 Millions UV ;

- Usine d'insuline inaugurée le 16 Avril 2006 est dotée d'un personnel qualifié formé en Allemagne auprès du laboratoire SANOFI-AVENTIS. Cette usine produit de l'insuline humaine avec une capacité de production 3.5 Millions d'UV ;

- **Usine d'Annaba** : rattachée à SAIDAL en 1998, après dissolution des ex Pharm. Cette usine est spécialisée dans la fabrication des formes sèches avec une capacité de production de plus de 07 Millions UV.

PHARMAL a une capacité de production importante et une longue expérience et un très bon savoir dans le domaine de la production, du contrôle et de l'analyse.

Figure N°III-4 : Filialisation du Groupe SAIDAL



Source : document interne de SAIDAL

2.2.3 Présentation des unités commerciales du groupe :

Afin de couvrir la demande des clients, SAIDAL a créé trois unités commerciales : Centre, Est et Ouest.

➤ Unité commerciale Centre

Créée le 12/08/95, et mise en service en 04/96 sa mission est de commercialiser les produits pharmaceutiques fabriqués par SAIDAL et ses partenaires, promouvoir et informer la clientèle sur ses produits. Elle a une capacité de stockage de 4000.000UV et qui approvisionne les wilayas du centre.

➤ **Centre de distribution Batna**

Créé le 15/10/99, avec un coût d'investissement de 90 millions DA. Le centre est soumis à la direction de l'UCC.

Il a une capacité d'approvisionner 18 wilayas de l'est, d'une façon régulière. Les missions du centre sont de s'approcher du client et de faire augmenter le chiffre d'affaire du groupe.

➤ **Centre de distribution Oran**

Créé le 07/2000, le centre approvisionne 19 wilaya de l'ouest, il est soumis à la direction de l'UCC et sa mission est de couvrir l'ouest du pays.

2.3. Les différentes directions du groupe SAIDAL :

SAIDAL s'est dotée d'une organisation souple qui lui permet de prendre en charge l'ensemble de ses missions entre autres l'activité de production par le biais de ses trois filiales (ANTIBIOTICAL, BIOTIC, PHARMAL).

➤ **Direction gestion des portefeuilles et stratégie financière :**

Cette direction a pour mission : la gestion financière de l'entreprise, le contrôle de la situation financière de l'entreprise ainsi que la préparation des révisions budgétaires et bilan annuel de l'entreprise.

➤ **Direction marketing et information :**

Cette direction a pour mission de promouvoir et de développer le marketing des produits pharmaceutiques et réaliser des études de marché.

➤ **Direction développement industriel et partenariat :**

Elle a pour mission la création et le suivi de nouveaux projets, le suivi des projets mixtes avec les partenaires étrangers et la recherche de nouveaux partenaires.

➤ **Direction assurance qualité et affaires pharmaceutiques :**

Cette direction a pour mission : d'assurer et de veiller sur la qualité des produits pharmaceutiques de l'entreprise, aussi d'enregistrer les produits au niveau du Ministère de la santé.

➤ **Direction audit, analyse et synthèse :**

Ses missions principales sont : la promotion au sein du groupe des méthodes et outils d'analyse et de gestion prévisionnelle des emplois et des ressources, la mise en œuvre de

ces outils en vue de produire les analyses et études relatives aux évolutions des emplois et des compétences et l'élaboration et la tenue des tableaux de bord.

➤ **Direction sécurité :**

Cette direction a pour mission de prévenir la survenue d'incidents et aussi d'être toujours prête à intervenir en cas de besoin. D'autre part, cette direction veille à la sécurité du personnel interne, aux biens immobiliers, au parc ainsi qu'à tous les produits médicamenteux et leur matière première.

➤ **Direction ressource humaine :**

Interprétation des dispositions légales en matière de relation de travail et leur traduction en un dispositif réglementaire interne. Elaboration du règlement intérieur de l'unité et assistance aux filiales dans ce domaine ainsi des manuels de gestion et des procédures.

➤ **Centre de Recherche et Développement¹ :**

En 1975, un Laboratoire de Recherche et de Développement est créé par la Pharmacie Centrale Algérienne.

Les missions principales de ce laboratoire sont la formulation des formes pommades et comprimés et les études de faisabilité sur sites de certains médicaments fabriqués sous licence.

Dès sa création, SAIDAL met en place, en Octobre 1985, une unité de Recherche en Médicaments et Techniques Pharmaceutiques (URMTP). Les mutations profondes qu'a connues SAIDAL ces dernières années sur le plan structurel et financier, sa confrontation à la concurrence des importateurs privés bénéficiant d'appuis puissants, ont renforcé l'idée que la Recherche et Développement doivent occuper une place plus importante dans la stratégie de SAIDAL, et ont conduit à transformer en 1999 par décision N° PDG/AA/SG/99/397 du Président Directeur Général du Groupe, l'URMTP en un Centre de Recherche et de Développement (CRD).

Cette entité scientifique a pour missions :

- De rechercher et développer des produits génériques ;
- D'assister les filiales à travers une équipe de spécialistes ;
- De contrôler la qualité et transposition d'échelle de produits à injecter dans la production ;

¹ Document interne de SAIDAL

- De formuler des médicaments génériques répondant aux besoins de santé publique
- D'intégrer des matières premières locales (d'origine chimique et végétale) et des produits des industries nationales ;
- De développer des axes de recherche en rapport avec les missions stratégiques de SAIDAL ;
- De participer à l'élaboration de la politique de développement du médicament du Groupe SAIDAL ;
- D'assurer une veille technique et une démarche prospective au niveau du Groupe SAIDAL, à travers la valorisation et la mobilisation des moyens humains et matériels
- De suivre, en permanence les médicaments fabriqués par l'entreprise et de diffuser des renseignements économiques et scientifiques les concernant ;
- De contribuer à l'élaboration d'une pharmacopée (recueil officiel Contenant la nomenclature des médicaments, leur composition, leurs effets...) nationale.

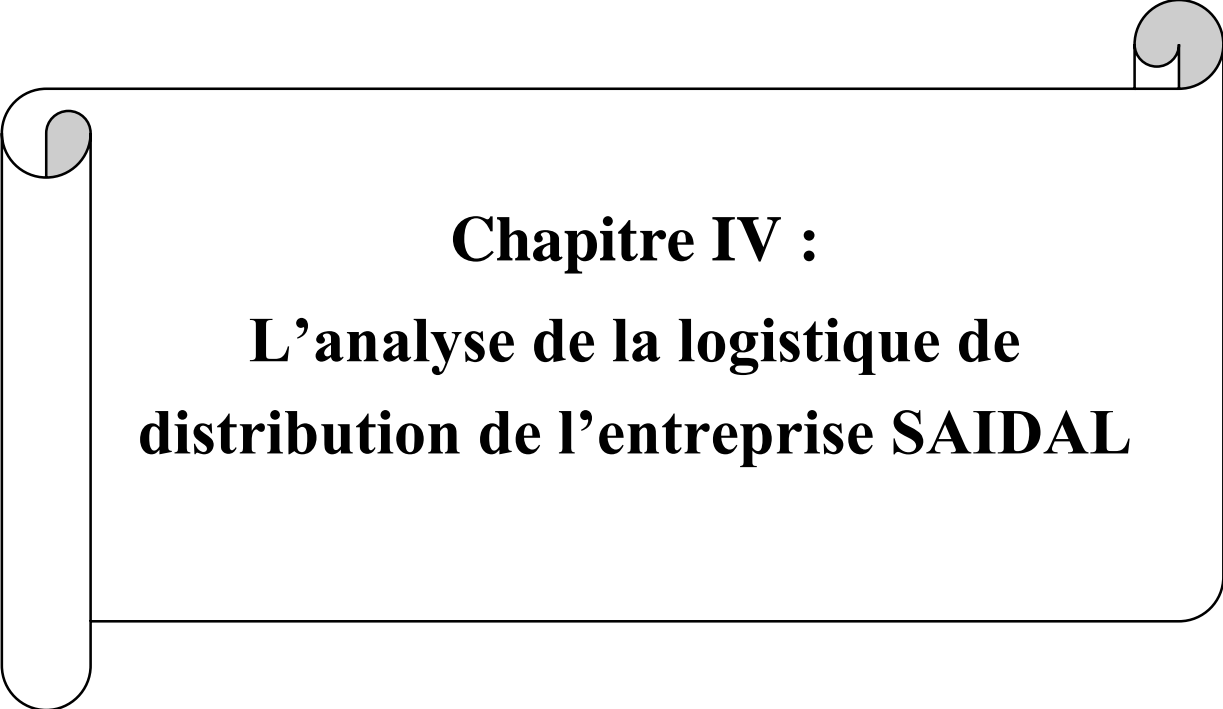
Le CRD développe annuellement en moyenne 5 à 6 produits génériques, qui sont intégrés dans la gamme de production des différentes filiales du groupe.

Conclusion :

Nous avons constaté dans ce chapitre que le marché pharmaceutique algérien est dominé principalement par les groupes étrangers et une grande part du marché repose sur les importations.

Le Groupe SAIDAL se taille la part de lion dans la production locale du médicament ce qui lui permet d'occuper la place du leader du marché pharmaceutique algérien.

Dans le chapitre suivant, nous allons analyser la logistique de distribution du groupe SAIDAL.



Chapitre IV :
L'analyse de la logistique de
distribution de l'entreprise SAIDAL

Ce présent chapitre a pour but essentiel, la présentation et l'analyse de la logistique de distribution du Groupe SAIDAL « filiale BIOTIC d'usine El-Harrach » pour cela nous allons diviser ce chapitre en deux sections :

La première section est consacrée à une présentation et l'analyse de la logistique de distribution au sein de SAIDAL

La deuxième section est consacrée à une présentation liée à l'enquête réalisée, et le traitement des résultats avec l'élaboration d'une synthèse générale de cette recherche.

Après la décision qui a été prise en 2010 par le gouvernement algérien qui exige aux producteurs des produits pharmaceutiques d'utiliser leur propre réseau de distribution afin de protéger le médicament local.

Donc pour analyser la logistique de distribution du groupe SAIDAL qui est l'objet de notre recherche, nous étions obligé de suivre l'acheminement des produits tout au long du réseau distribution depuis la sortie d'usine en passant par les centres de distribution jusqu'aux clients de l'entreprise.

Dans notre cas pratique, nous allons analyser le processus de la logistique de distribution aux seins d'usine d'El Harrach (filiale BIOTIC).

Section1 : la logistique de distribution au sein de SAIDAL :

1.1. La politique de distribution de SAIDAL :

Lorsque l'Algérie est entrée graduellement dans l'étape de l'économie de marché, ainsi que l'ouverture du marché devant les produits importés avec l'apparition du facteur concurrence, il est devenu indispensable à l'entreprise SAIDAL d'adapter son développement technologique pour reconquérir et élargir sa part de marché, et afin que son produit soit conforme aux exigences de marché, à la demande de client et aux législations.

C'est pour cela que SAIDAL a été contrainte de changer son ancienne politique de distribution, et il a entamé une politique commerciale en 1996 et ceci par la création d'un réseau de distribution propre à l'entreprise, d'ailleurs il existe trois unités de distribution :

- Unité commerciale centre à Alger (U.C.C) ;
- le centre de distribution d'Oran (C.D.O) ;
- le centre de distribution de Batna (C.D.B).

Pour SAIDAL, il s'agit de distribuer convenablement ses produits au moment voulu, à la quantité voulue, au lieu précis et au moindre coût.

1.1.1 Les centres régionaux de distribution :

Afin de mettre les produits à la disposition de ses clients au moment et à l'endroit voulu le Groupe SAIDAL s'est dotée de trois unités qui ont les mêmes fonctions de commercialisation et de distribution des produits SAIDAL :

1.1.1.1. Unité commerciale centre (U.C.C) :

Sa mission principale est la commercialisation des produits pharmaceutique de SAIDAL et ses partenaires. Cette unité a une capacité de stockage de 4000000 Unités/vente et une capacité d'approvisionnement de 11 wilayas du centre d'Algérie.

1.1.1.2 Centre de distribution d'Oran (C.D.O) :

Le site de l'unité d'Oran a été créé en juillet 2000, est dotée d'une superficie de 6000 m² qui se répartit comme suit :

- ✓ Le hangar de stockage est de 2600 m² dont la capacité de stockage est 5 à 6 millions d'unités/vente.
- ✓ 1 bloc administratif.

Ce centre de distribution a pour objet de :

- ✓ Améliorer la force de vente de l'entreprise et mieux répondre aux besoins des clients De l'Ouest.
- ✓ Renforcer le processus de mise en place de la stratégie commerciale.
- ✓ Elargir les parts de marché par une plus grande couverture nationale.

1.1.1.3 Centre de distribution de Batna (C.D.B) :

Le centre de distribution de Batna a été créé en 15/10/1999 qui a une capacité d'approvisionner 18 wilayas de l'est d'Algérie pour l'objectif d'élargir la part de marché par une plus grande couverture sur le territoire national.

Ces unités de commercialisation jouent le rôle d'intermédiaire entre les filiales de production et les clients du Groupe SAIDAL.

➤ **Chiffre d'affaire réalisé par les centres de distribution :**

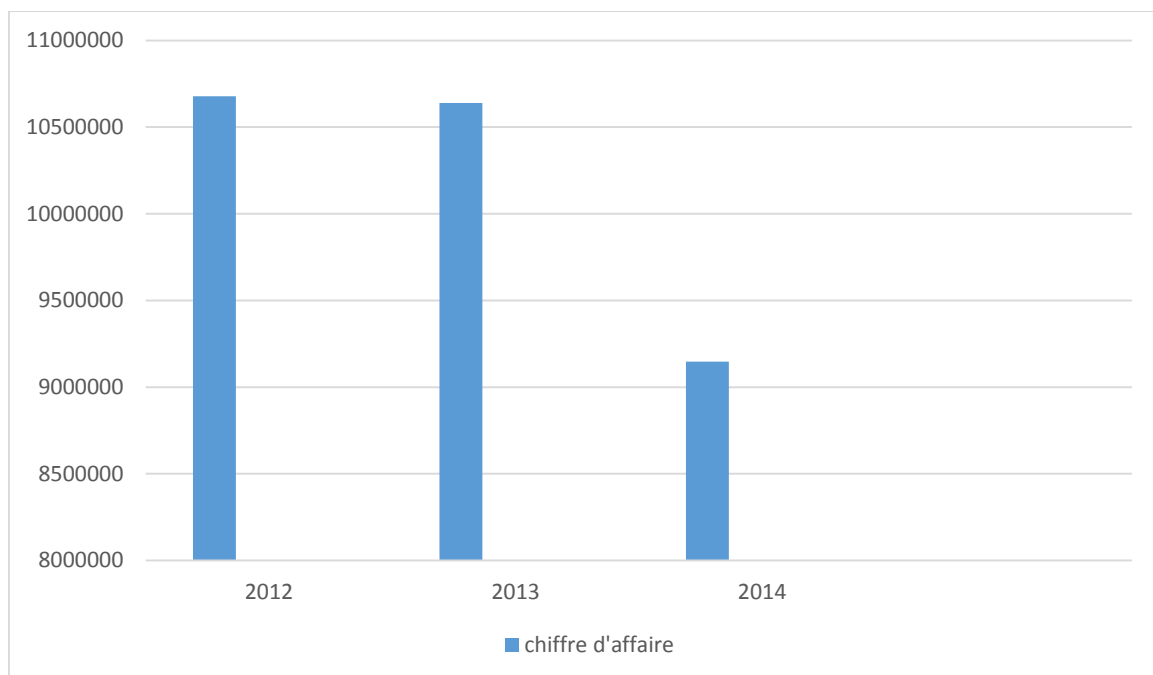
Le tableau suivant représente l'évolution des ventes des centres de distribution pendant les années (2012,2013 ,2014)

Tableau IV-1 : évolution du chiffre d'affaire des centres de distribution

Année	Valeur (UM : DA)
2012	10.678.123.000
2013	10.638.801.000
2014	9.146.343.000

Source : document interne de SAIDAL

Figure N° IV-1 : Evolution du chiffre d'affaire des centres de distribution



Source : document interne de SAIDAL

Commentaire :

On remarque que le chiffre d'affaire réalisé par les centres de distribution a connu une légère baisse près de 30 million de dinars entre 2012 et 2013, mais entre 2013 et 2014 le chiffre d'affaire réalisé par les centres de distribution a connu une forte baisse près de 15% en passant de 10,6 milliard de dinars à 9,1 milliard de dinars.

➤ **Répartition des ventes par centre de distribution :**

Le tableau suivant montre le chiffre d'affaire réalisé par chaque centre de distribution

Tableau N° IV-2 : l'objectif de vente par chaque centre de distribution (année 2015)

Les unités commerciales	En Quantité	En valeur
UCC	56 477 212	5527787768,6502
UCB	38 821 200	3892688304,8823
UCO	29 410 000	2949006291,5775
Total	124 708 412	12369482365,11

Source : document interne de SAIDAL (Direction Marketing et Ventes)

Commentaire :

D'après ces résultats on constate que l'U.C.C. se taillent la part de lion dans le chiffre d'affaire prévisionnel des centre de distribution car elle dispose d'un emplacement stratégique qui est entouré par cinq unités de production (usine d'El Harrach, Cherchell, Médéa, Dar el Beida et gué de Constantine) qui minimise les risques des ruptures de stocks de cette unité.

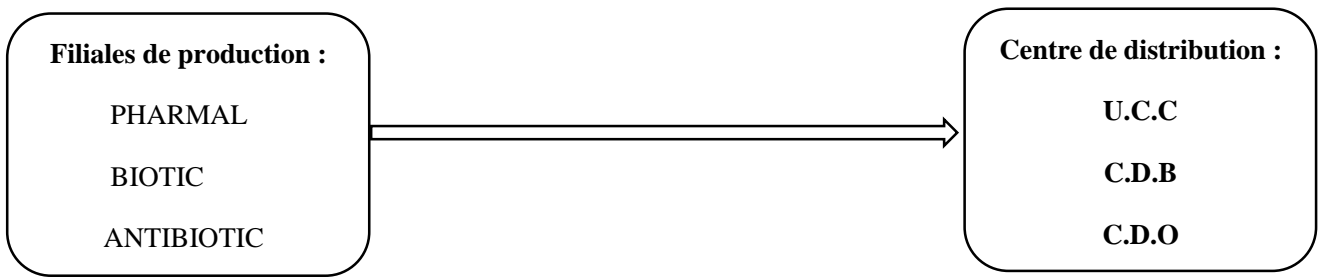
Quant aux CDO et CDB représente respectivement 24% et 31,47% du chiffre d'affaire prévisionnel des centres de distribution.

1.1.2 Circuits de distribution de SAIDAL :

SAIDAL dispose d'un réseau de distribution qui contient des circuits interne et externe et de différents types (court, long, ultracourt)

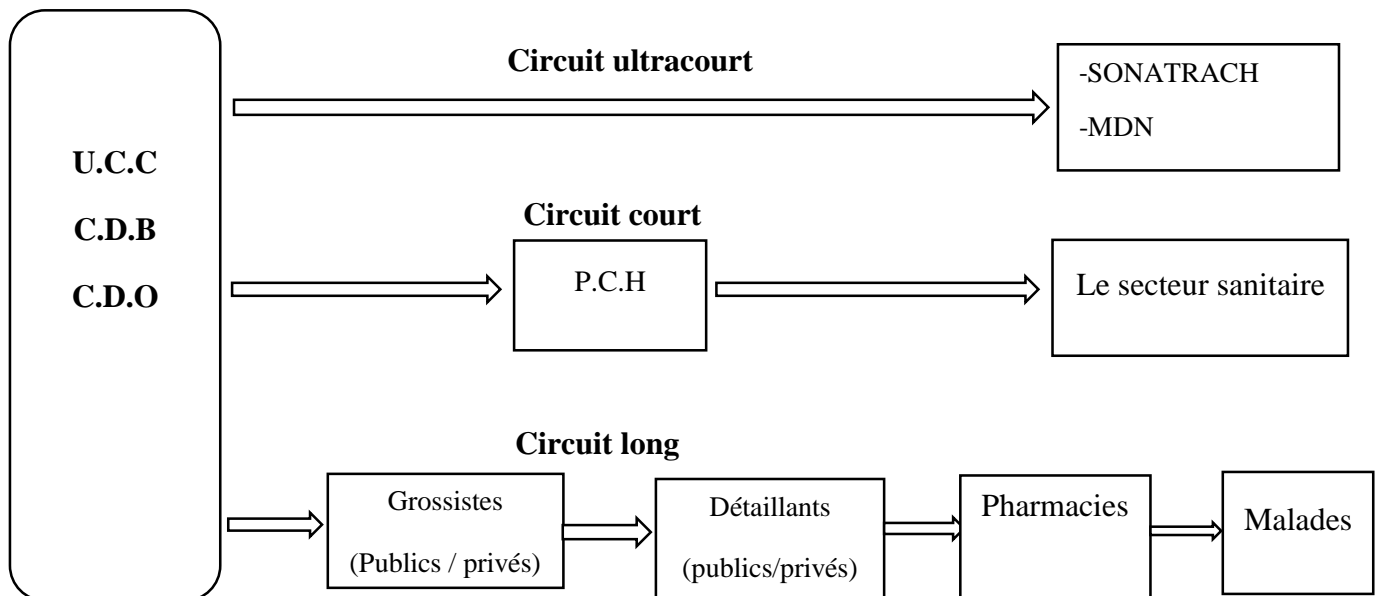
- **Circuits interne :** les filiales de production doivent distribuer leurs produits directement aux unités commerciales du Groupe (U.C.C, C.D.O, C.D.B).
- **Circuits externe :** l'ensemble des canaux de distribution emprunté par les produits SAIDAL pour atteindre le consommateur final à travers les unités de distribution.

Figure N° IV-2 : circuit interne de SAIDAL



Source : document interne de SAIDAL

Figure N° IV-3 : les circuits externes du Groupe SAIDAL



Source : document interne de SAIDAL

Commentaire :

Le circuit de distribution des produits pharmaceutiques en Algérie est presque toujours long, les produits SAIDAL n'échappent pas à cette règle. Car les produits doivent passer par les centres de distribution qui sont chargés à la distribution des produits vers les grossistes (privés ou publiques), et la P.C.H ces derniers ont pour mission d'approvisionner les hôpitaux et les différents secteurs sanitaire et les officines (privés/publique) afin de mettre le produits à la disposition du consommateur final.

Quant aux SONATRACH et le M.D.N s'approvisionnent directement du centre de distribution sans aucun intermédiaire.

1.2. Les acteurs de la logistique aval du Groupe SAIDAL :

Nous allons présenter les différents intervenants dans la logistique de distribution du groupe SAIDAL :

1.2.1 Les dépositaires :

Comme on a dit auparavant le Groupe SAIDAL dispose trois unité de distribution (UCC, CDB, CDO) qui ont pour mission de distribuer les produits vers les grossistes (privé/public) et la P.C.H Afin de mettre les produits à la disposition de ses clients au moment et à l'endroit voulu.

1.2.2 Les grossistes répartiteurs :

Généralement ce maillon se trouve dans le deuxième niveau de la chaine de distribution du Groupe SAIDAL, ils achètent les produits auprès des unités commerciales et les revendent aux détaillants et aux officines. Les grossistes répartiteurs jouent un rôle très important dans la chaine logistique aval du groupe SAIDAL car ils achètent en grande quantité et les stockent dans leurs propres entrepôts qui a une répercussion sur la diminution des frais commerciaux de SAIDAL (comme la diminution des frais de stockage...)

Les principaux grossistes répartiteur qui s'approvisionne chez SAIDAL :

- **Les grossistes privés** : ont pour objectifs d'alimenter les officines privés par les produits pharmaceutiques, la majorité de ces grossistes se trouvent dans les grandes villes comme Annaba, Constantine, Oran et Alger.
- **Les grossistes publics** : représentés par DIGROMED le grossiste public qui assure la distribution en gros des produits pharmaceutiques importés et fabriqués localement.

1.2.3 Les prestataires logistiques :

Le Groupe SAIDAL est mal outillé pour assurer le transport de ses produits vers les unités commerciales, à cause de l'insuffisance des moyens de transport (il dispose que deux camions) donc il est obligé de sous-traiter cette activité à un prestataire de transport.

Cette activité est confié à l'entreprise « TONIC » et à des autres transporteurs privés quand il s'agit à une expédition de faible quantité ou d'une expédition par camion frigorifique.

1.2.4 Les pharmaciens :

Ils assurent la distribution de détail des produits SAIDAL, les pharmaciens représenté par les deux secteurs privé et public.

Dans le secteur public on trouve le distributeur public ENDIMED qui est alimenté par le grossiste public DIGROMED et qui alimente les pharmacies publiques sur tout le territoire national.

Quant au secteur privé il est représenté par 9000 pharmacies¹ et ce nombre et en augmentation continue.

1.2.5 La Pharmacie Centrale des Hôpitaux (PCH) :

La distribution de médicaments dans les structures de santé publique se fait, exclusivement par la Pharmacie Centrale des Hôpitaux (PCH), qui occupe une situation de monopole.

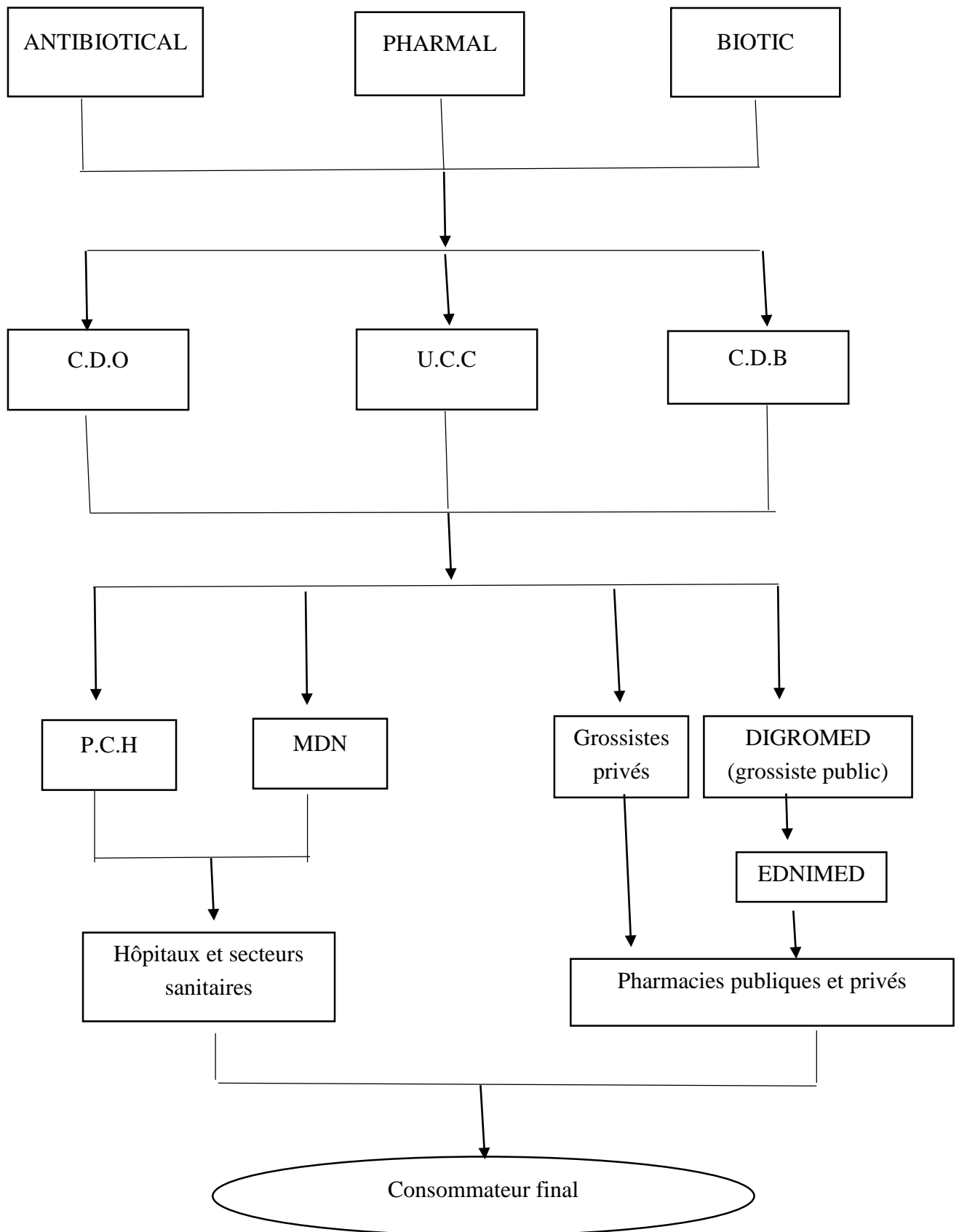
1.2.6 Des acteurs spécifiques :

ces acteurs sont le ministère de la défense national (MDN), et la CNAS ils s'approvisionnent directement auprès des centres de distribution sans aucun intermédiaire.

Le schéma suivant nous résume les différents acteurs de la chaine logistique aval du Groupe SAIDAL

¹ Rapport sectoriel, l'industrie pharmaceutique, rapport 2011

Figure N° IV- 4 : les acteurs de la logistique aval du Groupe SAIDAL



Source : document interne de SAIDAL

1.3. Le processus de la logistique de distribution au sein du Groupe SAIDAL :

1.3.1. La Prévision de la demande c'est un relie important entre la production et la distribution :

Au début de chaque exercice le groupe SAIDAL fixe des objectifs à réaliser, cet objectif représente un chiffre d'affaire annuel que chaque filiale doit réaliser.

Afin de fixer les objectifs à réaliser par le Groupe comme la détermination du chiffre d'affaire annuel et la quantité à vendre ...etc. cette phase passe par les étapes suivantes :

- Constitution d'une commission qui a pour objet la mise en place d'une organisation et synchronisation entre les différentes filiales du groupe afin de réaliser ces objectifs, cette commission rassemble tous les responsables du groupe : le président directeur général et les directeurs des filiales de production.
- L'analyse de l'évolution de l'environnement interne et externe du Groupe en s'appuyant sur les rapports du conseil d'administration.
- à l'issue de cette commission le chiffre d'affaire prévisionnel et les quantités à vendre pour chaque produits seront fixer et le plan de production sera élaboré.
- Une réunion chaque fin de mois pour la détermination du programme directeur de production pour le mois à venir par l'application de la méthode de moyenne mobile (généralement la date cette réunion est le 25 de chaque mois).

Une fois la fabrication et terminée aux niveaux des filiales de production, les produits passent par des autres étapes afin de mettre les produits finis à la disposition du client final.

1.3.2. le processus de La logistique de distribution :

La distribution physique au niveau du groupe SAIDAL englobe toutes les tâches qui suivent l'opération de production afin que les produits soient disponibles au bon moment et en bon endroit au moindre coût et avec un délai plus en plus court,

La logistique de distribution du groupe SAIDAL se résume dans les activités suivantes :

1.3.2.1. Emballage et conditionnement :

Après la sortie des produits finis de la chaîne de fabrication, les produits sont conditionnés et emballés. Généralement il existe trois niveaux d'emballage pour les produits pharmaceutiques :

- Emballage primaire
- Emballage secondaire
- Emballage tertiaire

Les produits SAIDAL disposent d'un conditionnement primaire qui a un contact direct avec les produits et qui se varie selon la forme du médicament.

Quant aux emballages secondaires est dans la majorité des cas se sont des boîtes à dimensions variés selon la forme du médicament avec une notice qui est incluse dans chaque boîte, l'emballage doit contenir les éléments suivant :

- Le nom du médicament
- La date de fabrication et de péremption
- Le nom et l'adresse de laboratoire
- Les conditions de conservation
- La dénomination commune internationale (DCI)
- La notice comprend les indications et les contres indication et le mode d'utilisation de médicament Etc.

Et pour l'emballage tarifaire les produits sont emballés dans des colis en carton et mis sur des palettes pour faciliter les opérations de chargement et déchargement.

1.3.2.2 Manutention :

Après les opérations d'emballage et de conditionnement les produits fabriqués sont manipulés par des chariots électriques et entreposés dans un stock en attendant les opérations d'analyse par le Laboratoire national de contrôle de produits pharmaceutiques (LNCPP).

Le déplacement des produits pharmaceutiques nécessite des consignes préétablies car la mauvaise manutention des produits pharmaceutiques ça peut engendrer des dommages lourds de conséquence.

Parmi les cosignes qui doivent être respectés :

- Manipulé les cartons dans le bon sens
- Attention particulière pour les produits liquides et les injectables (comme : les sirops)
- Déclarer les dommages arrivés au cours de la manutention (produits cassés, ouverts, écrasés...).

1.3.2.3. L'entreposage des produits finis :

Une fois la fabrication terminée, et le conditionnement achevé, à la sortie de la chaîne de fabrication les produits seront entreposés dans un entrepôt/usine qui doit garantir certaines normes de qualité.

Les mesures à respectées par l'entreprise SAIDAL dans l'organisation et la gestion de son entrepôt pour garantir l'obtention d'un résultat conforme aux normes qualité :

- Eclairage, température, taux d'humidité, ventilation appropriés.
- respect de la chaîne de froid ;
- reconditionnement des médicaments ;
- garantir la sécurité et la propreté des locaux ;
- s'assurer que les locaux bénéficient d'une bonne aération.
- Les produits inflammables doivent être stockés dans un bâtiment séparé, isolé et conçu selon les normes de sécurité.

• Les différentes zones de l'entrepôt de SAIDAL :

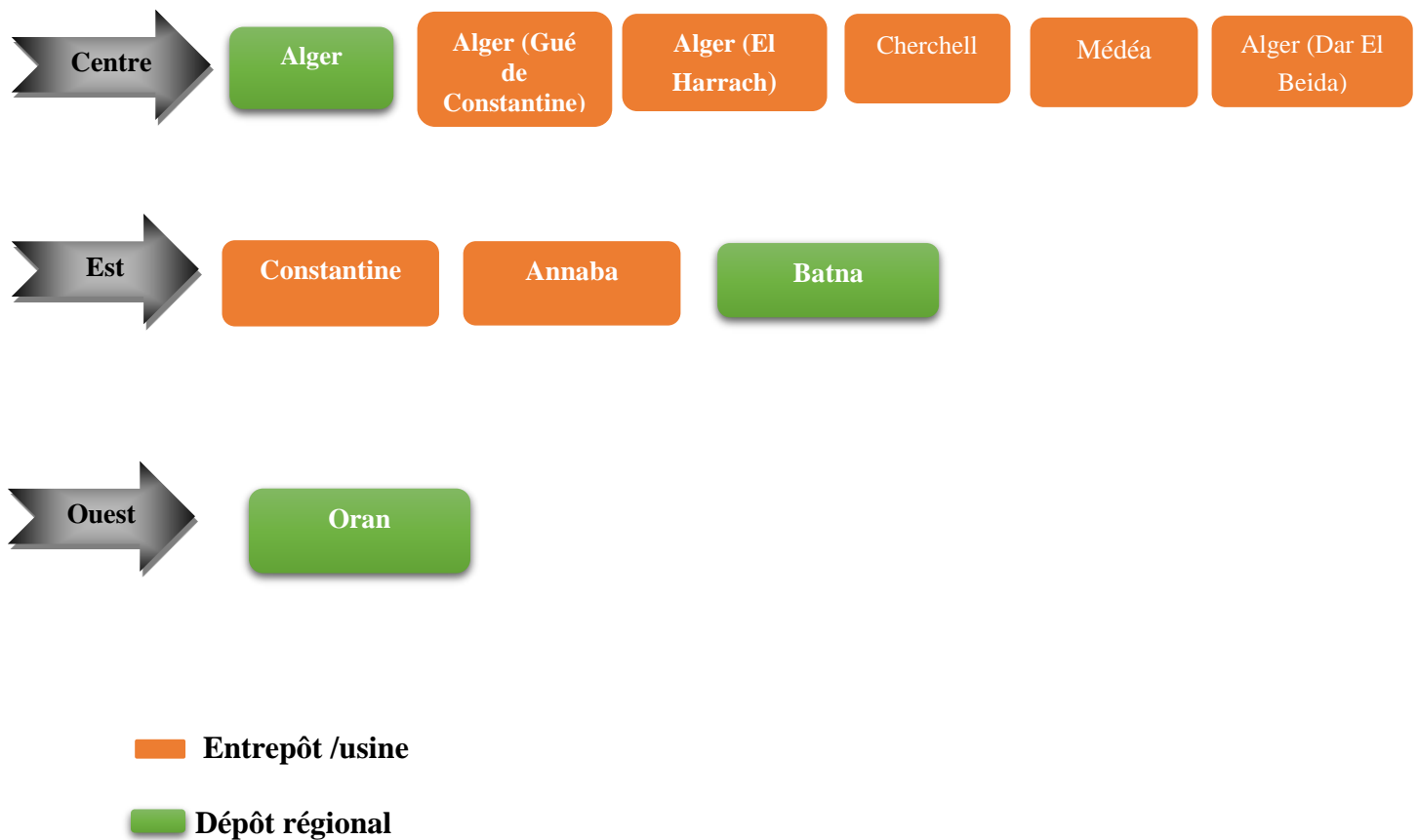
- **une zone administrative** : cette zone est réservée aux activités de gestion administrative de l'entrepôt (enregistrement des commandes, archivage des bons de livraison, des factures Etc.)
- **Une zone de préparation des commandes** : c'est dans cette zone que les colis constituant les commandes des différents centres régionaux sont préparés.
- **Une zone réservée au stockage des cartons vides et autre emballage**
- **Une zone de réserve** : qui est réservée au stockage de certains produits qui ne peuvent pas être stockés en rayons.
- **Un magasin intermédiaire** : c'est l'endroit où les produits finis seront conditionnés après la sortie de la chaîne de fabrication ce magasin est rattaché à l'atelier de production ce qui facilite la manutention des produits finis à l'intérieur de l'entrepôt.
- **Un magasin de stockage des produits finis** :

Cette zone est réservée au stockage :

- ✓ Des différentes formes du médicament
- ✓ des produits à conserver au frais comme l'insuline (chambre froide)
- ✓ des produits en quarantaine

- **La zone d'expédition** : après la préparation des commandes ces derniers seront transférées à cette zone en vue de les charger dans les moyens de transport pour l'expédition aux différents centre régionaux

Figure N° IV-5 : les infrastructures logistiques du Groupe SAIDAL



Source : document interne de SAIDAL (avec adaptation)

Commentaire :

D'après ce schéma on remarque que chaque usine dispose d'un entrepôt, et l'emplacement des dépôts régionaux sont pas bien situés car la région sud ne dispose ni entrepôt/usine ni centre de distribution ça peut répercuter sur la politique de distribution du Groupe SAIDAL par les retards de livraison ou bien par les ruptures des stocks des clients de la région sud.

1.3.2.4 La gestion des stocks des produits finis :

La mauvaise gestion est responsable de pertes importantes par péremption et occasionne des coûts inutiles. La réduction des risques de péremption des produits stockés au niveau d'un entrepôt pharmaceutique est impérative, et n'est possible qu'à travers une gestion rigoureuse des stocks.

La gestion des stocks au sein du Groupe SAIDAL soumise à la méthode FIFO (premier entré premier sorti), En principe, c'est l'article détenu depuis le plus longtemps qui sort physiquement en premier car les produits pharmaceutiques sont des produits périssables et cette méthode permet à l'entreprise de réduire la quantité de périmés en stock.

➤ **Les types de stock des produits finis :**

Le stock des filiales de production est constitué de deux types de stock :

- **Le stock sous analyse :** représente les lots qui ne sont pas encore analysés par le laboratoire National de Contrôle des Produits Pharmaceutiques (LNCPP) généralement le contrôle qualité se fait par un prélèvement d'un échantillon de chaque lot.
- **Le stock libéré :** une fois le contrôle est validé par le LNCPP, les stocks seront libérés et seront prêts à être livrés aux unités commerciales.

$$\text{Le stock d'usine} = \text{Stock sous analyse} + \text{stock libéré}$$

➤ **La détermination des besoins des unités commerciales :**

Le Groupe SAIDAL a des indicateurs précis pour mieux contrôler quotidiennement les mouvements de stock de chaque unité de distribution et pour avoir une bonne maîtrise de ses stocks dans la détermination des besoins de chaque unité de distribution.

Les indicateurs de gestion de stocks du groupe SAIDAL :

- **Stock de sécurité (S.P)**
- **Consommation moyenne mensuelle (CM)**
- **Délais de livraison (d)**
- **Périodicité de la commande (P)**
- **Point de commande = (CM*d) +S.P**
- **Stock maximum (stock MAX) = (P*CM)+S.P**

Ces indicateurs permettent au responsable de distribution de déterminer le besoins de chaque unité de distribution.

Si le stock au niveau des unités de distribution fluctue entre la valeur minimale et la valeur maximale il y'aura pas de livraison.

Si le stock disponible d'un produit aux niveaux de l'une des unités commerciales est inférieur au stock minimum le responsable de distribution détermine le besoin de cette unité commerciale.

Exemple :

Stock max = 4000 unité

Stock min = 2000 unité

Stock disponible = 1500 unité

Dans ce cas : stock disponible < stock min

La quantité à engager= stock max- stock disponible

La quantité à engager= 4000-1500 = 2500 unité ➡ nombre de lots= quantité / la taille du lot

➤ Le transfert inter-unités de distribution :

Il s'agit d'un transfert des produits finis d'un centre de distribution à un autre en cas où

Les filiales de production ne peuvent pas répondre aux besoins des unités commerciales (les produits en rupture, stock insuffisant, problème technique Etc.),

Exemple explicatif :

Le 22 Mars 2015 Le produit 'AMOXYPEN' était en rupture au niveau d'usine de MEDEA mais il était disponible au niveau du centre de distribution de Batna et l'UCA avait besoin d'une quantité de 14000 UV de ce produit. Donc dans ce cas le Groupe SAIDAL tourne vers le transfert inter-unité de distribution.

Tableau N°IV-3 : Exemple d'un transfert inter-centre de distribution

Code PF	Désignation PF	Usine production	Qté à Transférer	De	Vers
312031	AMOXYPEN 500 MG B/12 GELULES	MEDEA	14 000 UV	UCB	UCA

Source : document interne de SAIDAL (direction des opérations SCM)

1.3.2.5 La préparation des commandes :

Après la détermination des besoins des unités de distribution, le responsable de distribution s'assure de la disponibilité des produits au niveau du stock. Et après il transmet le bon de préparation au responsable de stocks. En vue de La préparation de commande, cette dernière passe par les étapes suivantes :

- Préparation des commandes par un préparateur qui fait les prélèvements en fonction des indications qui sont présentes sur son bon de préparation à l'aide d'un chariot élévateur électrique
- Emballage et étiquetage des colis
- Contrôle et validation de la commande
- Consolidation des commandes dans le quai d'expédition.

Suite à cette opération il y aura édition d'un bon de livraison et de la facture.

1.3.2.6 Transport et Expédition vers les centres de distribution :

Le transport est un élément essentiel dans l'organisation logistique, il a une répercussion sur le prix de vente, les délais de livraison et le bon état de marchandise livrée.

L'analyser la fonction du transport au sein du groupe SAIDAL porte sur les éléments suivants :

- le département de transport
- l'analyse des expéditions vers les unités commerciales
- moyens utilisés
- l'opération de chargement des moyens de transport

➤ Le département transport :

Celui-ci se décompose en services (Maintenance et exploitation)

- La maintenance : s'occupe de l'entretien de tous les engins du site ; il y a un chef de service maintenance qui dirige une équipe de techniciens maintenance, il veille ainsi au bon déroulement de l'exploitation.
- L'exploitation : ce service a pour mission :

- Etablir le planning des livraisons.
- Préparer les formalités légales liées aux moyens de transport.

➤ **les expéditions vers les unités commerciales :**

Le groupe SAIDAL a un Planning d'expédition vers les trois centres de distribution, qui permet au service transport de planifier ces besoins en fonction de ce planning qui doit être respecté par toutes les filiales de production du Groupe SAIDAL.

Tableau N°IV-4 : le planning d'expédition vers les centres de distribution

		DIM	LUN	MA	ME	JE	DIM	LUN	MA	ME	JE	DIM	LUN	MA	ME	JE	DIM	LUN	MA	ME	JE
UEH- UCC	M			P ↓		P ↓			P ↓		P ↓			P ↓		P ↓			P ↓		P ↓
	A			C ↓		C ↓			C ↓		C ↓			C ↓		C ↓			C ↓		C ↓
UEH- UCO	M		P ↓		P ↓			P ↓		P ↓			P ↓		P ↓			P ↓		P ↓	
	A		C ↓		C ↓			C ↓		C ↓			C ↓		C ↓			C ↓		C ↓	
UEH- UCB	M		P ↓		P ↓			P ↓		P ↓			P ↓		P ↓			P ↓		P ↓	
	A		C ↓		C ↓			C ↓		C ↓			C ↓		C ↓			C ↓		C ↓	

Tableau N° IV-5 : le planning de réception par les unités de distribution

		DIM	LUN	MA	ME	JE	DIM	LUN	MA	ME	JE	DIM	LUN	MA	ME	JE	DIM	LUN	MA	ME	JE
UEH- UCC	M																				
	A			R		R			R		R			R		R			R		R
UEH- UCO	M			R		R			R		R			R		R			R		R
	A																				
UEH- JCB	M			R		R			R		R			R		R			R		R
	A																				

P : préparation

C : chargement

R : réception

UEH : usine el Harrach

M : matin

A : Après

Source : document interne de SAIDAL (usine el Harrach)

Commentaire :

D'après ce planning on remarque que la préparation des commandes des unités de distribution de Batna et d'Oran et le chargement du moyen de transport se fait la veille du jour de la réception programmée. Mais pour l'UCC la préparation et le chargement se fait le même jour de la réception programmée. Ce qui signifie que le Groupe SAIDAL adopte un planning qui respect les délais de livraison de chaque unité de distribution.

➤ Les moyens utilisés :

Le groupe SAIDAL ne dispose que deux camions un de 10 tonnes et un autre de 7 tonnes (pour le site de Médéa) c'est pour cela le Groupe SAIDAL tourne vers le transport au compte autrui (la sous-traitance), la fonction de transport est confié à des sous-traitant « TONIC » et des autres transporteurs privés.

➤ La sous-traitance des moyens de transport :

Si la quantité commandée est supérieur ou égale à 10 tonnes, l'opération de transport de marchandise vers les centre de distribution est confiée au prestataire « TONIC ».

Si la quantité commandée est entre 5 et 10 tonnes ($5 \leq Q < 10$ tonnes) l'entreprise fait appel à des transporteurs privés.

Quant aux produits à conserver au réfrigérateur (insuline, vaccins, sérums....) l'entreprise fait à appel des transporteurs privés qui ont des camions frigorifiques car son prestataire « TONIC » ne disposent pas ce type de camion.

➤ Chargement des moyens de transport :

Une fois l'opération de prélèvement est achevée et les produits sont étiquetés et emballés, les produits seront prêts à être livrées aux centres de distribution.

L'opération de chargement chez SAIDAL consiste à regrouper les lots des produits d'origine divers (pommade, comprimé) dans la zone d'expédition et les charger dans un même moyen de transport et pour une même destination

Des cas spécifiques dans l'opération de chargement chez SAIDAL :

- Les produits à conserver au congélateur ou au réfrigérateur (insuline, vaccins, sérums) ont un moyen de transport spécifique (camions frigorifiques) et les sirops sont transporté seuls pour éviter la détérioration des produits

➤ **La gestion des palettes :**

La taille des palettes utilisées par SAIDAL est de 1,4m*1 m.

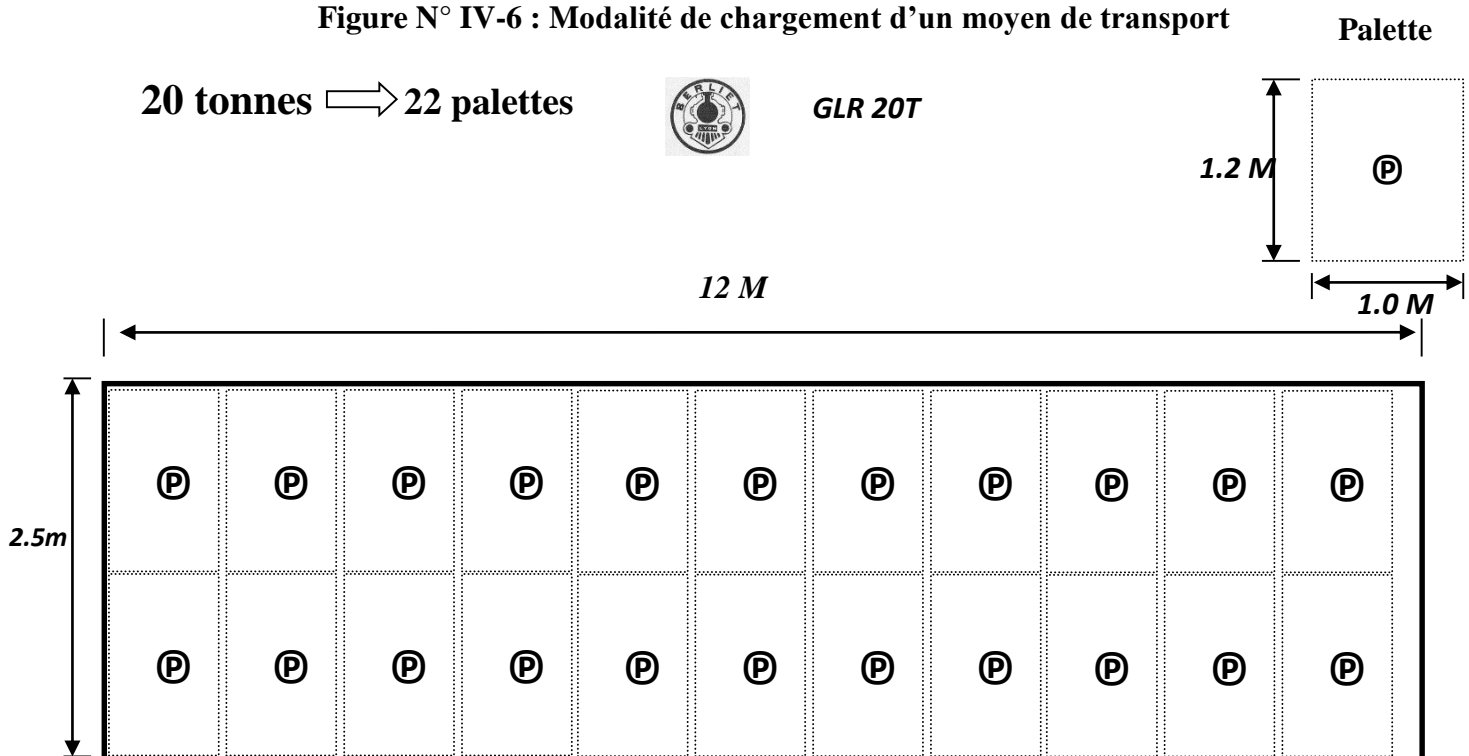
L'opération de chargement nécessite une gestion rigoureuse des palettes sur tout en cas où la longueur du camion ne permet pas de charger toutes les palettes car le nombre de palette doit être adapté avec la dimension du moyen de transport utilisé en essayant d'optimiser l'opération de chargement.

Exemple :

On suppose que le moyen de transport utilisé pour une expédition de 23 palettes soit un camion (*GLR 20T*) ce camion a une longueur de 12 m et une largeur de 2,5 m donc dans ce cas on peut charger juste 22 palettes la partie restante (2,5 m²) peut être chargé en vrac, pour optimiser l'expédition.

NB : les produits qui peuvent être chargé en vrac : les pommades et les comprimés et non pas les sirops.

Figure N° IV-6 : Modalité de chargement d'un moyen de transport



Source : document interne de SAIDAL (d'usine El Harrach)

1.3.2.7 Le suivi des produits au niveau des unités de distribution :

Une fois le transfert de propriété accompli, c'est à dire l'arrivée de la marchandise aux centres de distribution les produits réceptionnés passent par les opérations suivantes :

- **Le contrôle quantitatif** : se fait par la section de réception qui a pour mission de vérifier le nombre des lots réceptionnés et les documents administratifs
- **Le contrôle qualitatif** : chaque centre de distribution dispose d'un pharmacien directeur technique qui fait la vérification de la conformité de produit réceptionné sa désignation, son conditionnement, son emballage, son étiquetage, la date de péremption..., en cas de non-conformité des produits l'unité commerciale fait un bon de retour à son fournisseur.
- **Le stockage** : Après le contrôle qualitatif et quantitatif des produits réceptionnés, les produits passent par l'opération de stockage et c'est là que rentre en jeu la fonction de la gestion des stocks, qui consiste à stocker les produits dans des rayons spéciales pour chaque usine (rayon d'usine d'El Harrache, usine de Constantine....etc) et par lot afin d'éviter tout risque de détérioration et d'erreur dans la préparation des livraisons
- **Mise en vente des produits** : après la réception et le contrôle des produits livrés par les filiales de production les unités commerciales introduisent les produits dans leurs bases de données à l'aide d'un logiciel de gestion et Les chargés de vente et les représentants commerciaux auront des contacts quotidiens avec la clientèle. Ils leurs transmettent par fax la liste des produits disponibles actualisés pour permettre aux clients d'établir leurs commandes.
- **Traitement des commandes clients, facturation et livraison** : Quant au traitement des commandes clients, le service vente transmet les bons de commandes internes au service préparation des commandes lequel prépare les produits commandés à la zone d'entrepôt.

Pour cela, un bon de préparation sera remis au préparateur, ce bon devra comporter pour chaque produit : le code, la quantité (en vrac ou en lots), le numéro de lot et le nom du préparateur.

Les règles relatives à l'opération de prélèvement les préparateurs doivent respecter le principe FIFO pour mieux gérer la date de péremption des produits.

Les règles relatives au conditionnement des produits en vue de leur livraison doivent être définies (comme : l'emballage de certains produits, utilisation des glacières pour les médicaments à conserver au froid comme l'insuline....)

Après la préparation et la validation de la commande par le service commerciales, suite à cette opération il y aura édition du bon de livraison et de la facture.

La sortie de la marchandise de l'entrepôt se fait par la remise d'une copie de la facture et du bon de livraison au niveau du service expédition.

Les trois principales fonctions relatives à l'élaboration des commandes des clients sont :

- La réception du bon de commande
- La préparation de la commande (si le produit est disponible)
- facturation
- Expédition de la commande.

NB : le centre de distribution ne vend pas directement au détaillant (Pharmacies), il vend seulement pour les grossistes.

Section 2 : Méthodologie de l'enquête :

2.1 Le déroulement de l'enquête :

Afin d'analyser la logistique de distribution du Groupe SAIDAL. Pour cela en premier lieu on va utiliser la méthode de recherche basée sur l'élaboration d'un questionnaire, Afin de mener à bien notre enquête nous avons opté pour le mode d'échantillonnage représentatif aléatoire

En deuxième lieu, on va utiliser la méthode de recherche basée sur l'entretien en face à face pour la récolte des données qualitatives lors d'une interview avec les responsables du Groupe SAIDAL.

2.1.1. Le questionnaire :

2.1.1.1 Choix de l'échantillon :

Par manque de temps et de moyens, nous avons opté, pour la sélection de notre échantillon, pour la méthode non probabiliste.

Nous avons mené notre enquête auprès de quarante (40) pharmacies situées dans la wilaya d'ORAN, notamment : PLATEAUX, ES-SENIA, MARAVAL, USTO, MEDIONI, GAMBETTA et GDEYEL.

2.1.1.2 Type des questions :

Des entretiens auprès de quelques responsables au sein de SAIDAL, nous ont aidés à élaborer notre questionnaire destiné à notre échantillon composé de pharmaciens. Nous avons fini par opter pour deux types de questions :

Question fermée : dans ce type de question, on impose aux interrogés un nombre limité de réponse, elle inclue les questions dichotomiques qui ne procède qu'une seule réponse (par exemple, la question 5), et les questions à choix multiple dont plusieurs réponses sont possibles (exemple : la question 4, question 10/B) ;

- Question ouverte : ce type de question donne la liberté aux enquêtés à s'exprimer et à développer ses points de vue (exemple : la question 11).

2.1.1.3 Mode d'administration du questionnaire :

Notre questionnaire a été remis en mains propres aux pharmaciens, et nous avons choisi le face-à-face comme méthode de sondage.

Cette façon de faire nous a permis, d'une part, d'aider le questionné à répondre en lui apportant quelques éclaircissements quant aux éventuelles incompréhensions des questions et, d'autre part, de compléter les réponses par des observations..

2.1.1.4 Pré test du questionnaire :

Pour corriger les questions mal formulée ou les questions incompréhensibles, nous avons testé le questionnaire auprès d'un échantillon composé de trois pharmaciens.

2.1.2. Le guide d'entretien :

2.1.2.1 Définition de l'entretien :

« L'entretien est une technique destinée à collecter, dans la perspective de leur analyse, des données reflétant notamment l'univers mental conscient ou inconscient des individus. Il s'agit d'amener les sujet à vaincre ou à oublier les mécanismes de défense qu'ils mettent en place vis-à-vis du regard extérieur sur leur comportement ou leur pensée »¹

2.1.2.2 Les types d'entretien utilisé pour notre recherche ² :

Il existe plusieurs types d'interview dont on peut faire usage selon les buts visés, l'étape de la recherche, le niveau de profondeur de l'information désirée...

- **L'entretien directif :**

Quand l'interviewer emploie cette méthode, il dirige l'entretien en posant des questions. Les interviewés répondent librement, aucune modalité de réponse ne leur est proposée. Chacune des questions les invite à développer un mini discours, ils peuvent s'exprimer longuement s'ils le souhaitent. Dans ce type d'entretien, l'interviewer intervient pour demander des précisions lorsque les réponses s'avèrent trop laconiques, il peut également réorienter les interviewés quand ils s'égarer ;

- **L'entretien non-directif :**

Dans les entretiens non-directifs, souvent nommés entretiens libres, l'interviewer présente brièvement le thème qu'il demande à l'interviewé d'aborder et il le laisse ensuite parler librement pendant une durée relativement longue (une à deux heures dans la plupart

¹ THIETAR(R.A) et autres : *méthodes de recherche en management*, édition DUNOD, Paris, 2003, P235.

² Hervé (F) ; « l'enquête : *entretien et questionnaire*, édition DUNOD, 3^{ème} édition, Paris, 2015, pp 11 :13

des cas). L'interviewer se manifeste assez peu, ses interventions sont destinées uniquement à aider l'interviewé à développer son discours

- **L'entretien semi-directif :**

L'interviewer aborde l'entretien semi-directif avec un guide qui dresse la liste des sujets que l'interviewé doit aborder. Lorsque ce dernier n'évoque pas spontanément un thème figurant dans le guide d'entretien, l'interviewer l'invite à en parler. A l'intérieur de chaque thème, l'interviewé s'exprime librement

2.1.2.3 Le déroulement de l'entretien :

➤ **La date**

On a passé notre entretien le mercredi 20 avril 2016 au niveau d'usine d'el Harrach (filiale BIOTIC)

➤ **lieu (où)**

On a choisis les bureaux de chaque responsable comme un lieu de déroulement de notre entretien où ils se sont sentis beaucoup plus à l'aise d'un côté, de l'autre ils ont eu à leur disposition les informations nécessaires pour illustrer leurs propos et confirmer leurs dits.

➤ **le moment « le temps »**

Un temps suffisant a été consacré pour chaque phase des entretiens, donc on a devisé la durée d'entretien en étapes suivantes :

- **préambule** : cinq (05) minutes ont été consacrées à cette étape pour bien présenter l'objet de notre étude. Cette étape a été aussi consacrée à la présentation de l'entreprise et les différents poste des interviewé
- **Déroulement** : trente (30) minutes ont été consacré à cette phase ce qui nous a permis d'aborder le vif du sujet.
- **Conclusion** : dix (10) minutes ont été consacrées à cette étape, ce qui a permis aux personnes interrogées de nous exprimer ses derniers propos, avec un mot final.

Alors, la durée moyenne de chaque entretien a été de quarante (40) minutes

➤ Les acteurs

Pour mener à bien notre étude, on a opté pour une sélection de personnes appropriées à répondre à l'objectif principal de l'étude, en effet, on a interviewé 3 personnes qui travaillent au sein de l'usine d'El Harrach (filiale BIOTIC). Dont leurs fonctions sont les suivantes :

- Responsable de distribution
- Responsable de transport
- Responsable logistique

Cet échantillon réduit a été choisi pour les raisons suivantes :

- Les personnes sélectionnées ont des meilleures connaissances sur le fonctionnement de la logistique aval du Groupe.
- Les processus sont les mêmes dans l'ensemble des filiales du Groupe SAIDAL.

2.2. Les résultats de l'enquête :

2.2.1 Le dépouillement du questionnaire :

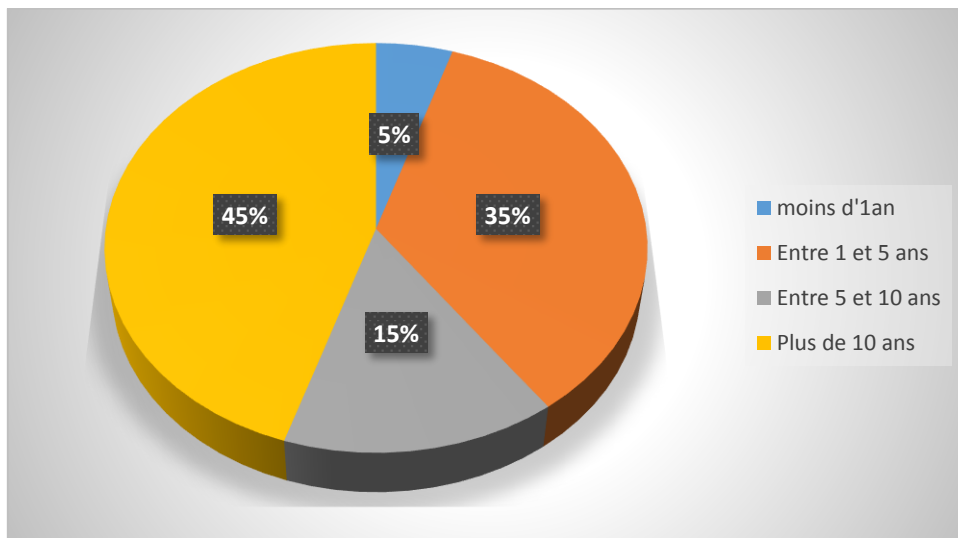
Il est à noter que les 40 pharmaciens questionnés nous ont répondu, et Pour faciliter la lecture et l'interprétation des résultats, nous avons rempli des tableaux et créé les figures en utilisant le tableur Excel

Question n°01 : Depuis combien de temps avez-vous commencé votre profession ?

Tableau N° IV-6 : la répartition par ancienneté

Désignation	Nombre de réponses	Pourcentages
Moins d'un an	2	5%
Entre 1 et 5 ans	14	35%
Entre 5 et 10 ans	6	15%
Plus de 10 ans	18	45%
Total	40	100%

Figure N° IV-7 : la répartition par ancienneté



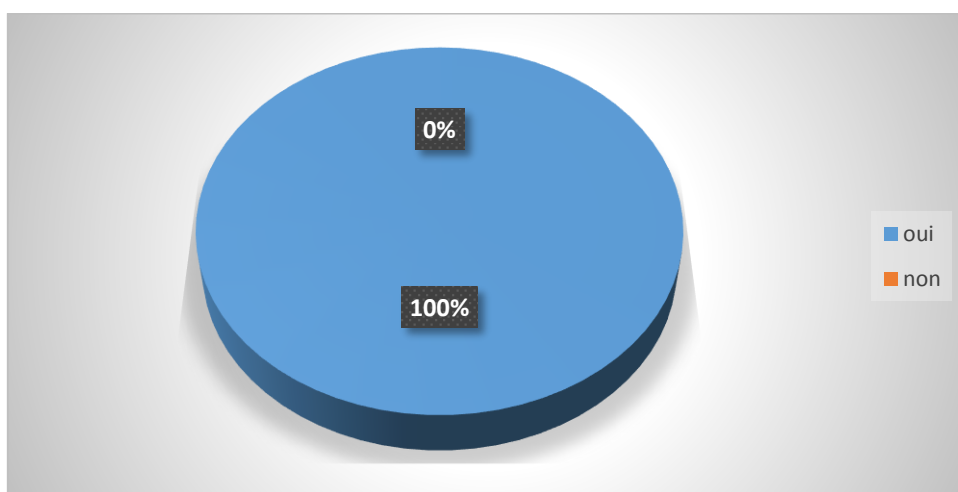
Nous constatons que presque la moitié (45%) des interrogés ont commencé leurs profession plus de 10 ans et 35% ont commencé leur profession entre 1 et 5 ans, et 15% ont commencé entre 5 et 10 ans et le 5 % resté ont commencé leur profession depuis moins d'un an.

Question n°02 : vendez- vous les produits SAIDAL ?

Tableau N° IV-7 : les clients de SAIDAL

Désignation	Nombre de réponse	pourcentage
Oui	40	100%
Non	0	0
Total	40	100%

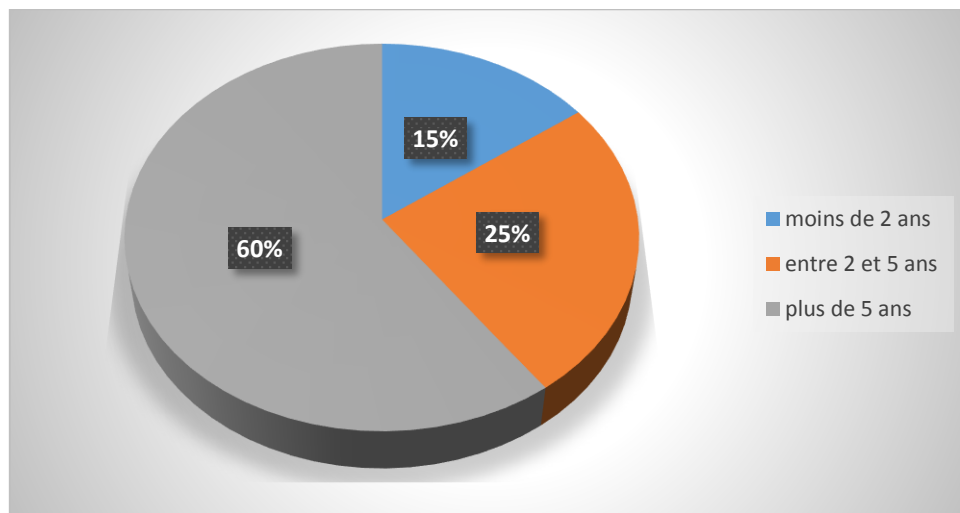
Figure N° IV-08 : Les clients de SAIDAL



Nous constatons que tous les pharmaciens interrogés vendent les produits SAIDAL, Ceci n'est pas surprenant, étant donné que SAIDAL est le leader de du marché pharmaceutique algérien et qui profite d'une bonne image de marque.

Question n°03 : Depuis combien de temps vendez- vous les produits SAIDAL ?**Tableau N° IV-08 : la durée d'approvisionnement des produits SAIDAL**

Désignation	Nombre de réponses	Pourcentages
Moins de 2 ans	6	15%
Entre 2 et 5 ans	10	25%
Plus de 5 ans	24	60%
Total	40	100%

Figure N° IV-09 : Durée de la relation client

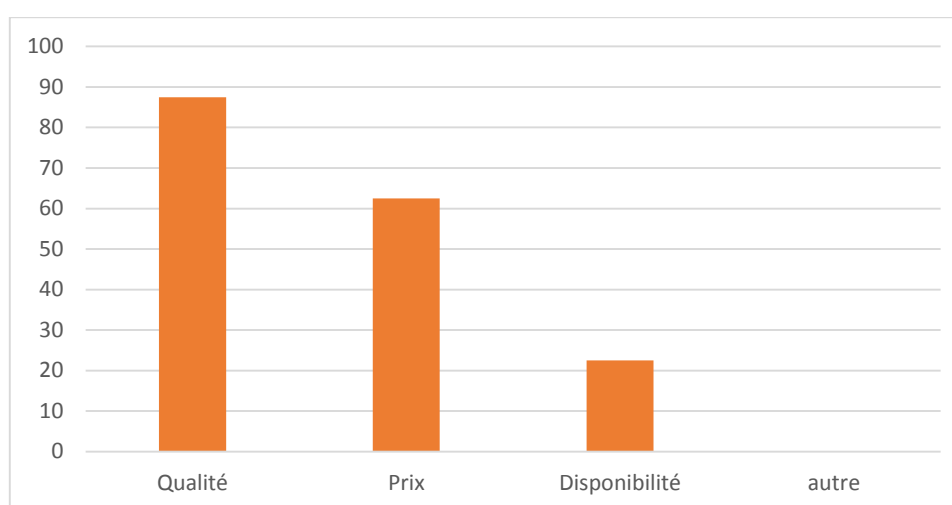
D'après ces résultats nous constatons que 60% des clients interrogés vendent les produits SAIDAL depuis plus de 5 ans, contre 15% des interrogés vendent les produits SAIDAL depuis moins de 2 ans et le reste entre 2 et 5 ans.

Question n°04 : quelle sont vos motivation dans le choix de SAIDAL ?

Tableau N° IV-09 : les motivations de choix de SAIDAL.

Désignation	Nombre de réponses	Pourcentage
Qualité	35	87,5%
Prix	25	62,5%
disponibilité	9	22,5%
autre	0	0%

Figure N° IV-10 : les motivations de choix de SAIDAL



D'après ces résultats, on constate que les différents facteurs qui motivent les pharmaciens de vendre les produits SAIDAL sont par ordre : la qualité, le prix et puis la disponibilité.

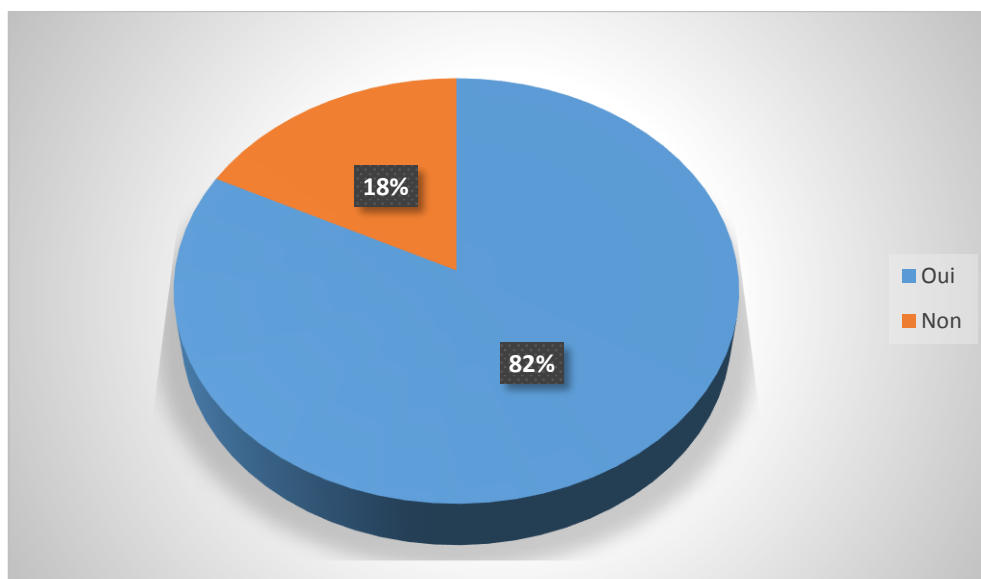
La qualité elle détient la première position avec 87,5%, après la qualité on trouve le facteur prix en deuxième position avec 62,5% et la disponibilité des produits est venue en troisième position avec seulement 22,5%.

Question n°05 : Êtes-vous confrontés à des ruptures de stock ?

Tableau N° IV-10 : les ruptures des stocks

Désignation	Nombre de réponses	Pourcentage
Oui	33	82,5%
Non	7	17,5%
Total	40	100%

Figure N° IV-11 : les ruptures des stocks.



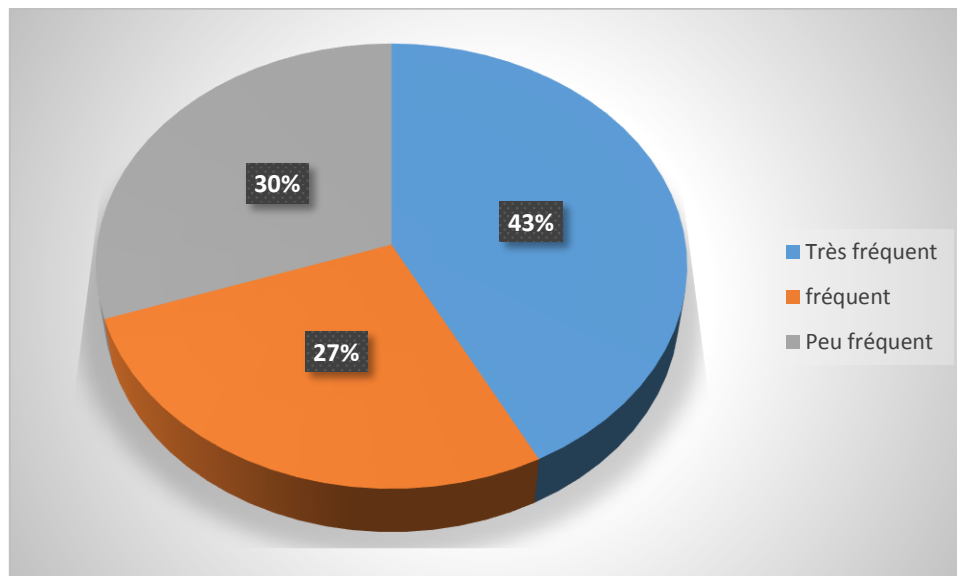
D'après ces résultats, on remarque que seulement 18% des interrogés n'ont pas eu des problèmes de rupture des stocks, par contre 82% qui font face à des ruptures de stock.

B/ Si, oui ce problème est-t-il : très fréquent, fréquent ou bien peu fréquent

Tableau N° IV-11 : La fréquence du non disponibilité des produits

Désignation	Nombre de réponses	Pourcentage
Très fréquent	14	42,4%
fréquent	9	27,2%
Peu fréquent	10	30,3%
Total	33	100%

Figure N° IV-12 : La fréquence du non disponibilité de produits



On remarque que le problème de rupture de stocks est très fréquent chez 43% des interrogés qui ont un problème de rupture de stocks, et ce problème est fréquent chez 27% des interrogés qui sont confrontés à des ruptures de stocks et 30% des pharmaciens concernés par les ruptures de stocks trouvent ce problème peu fréquent.

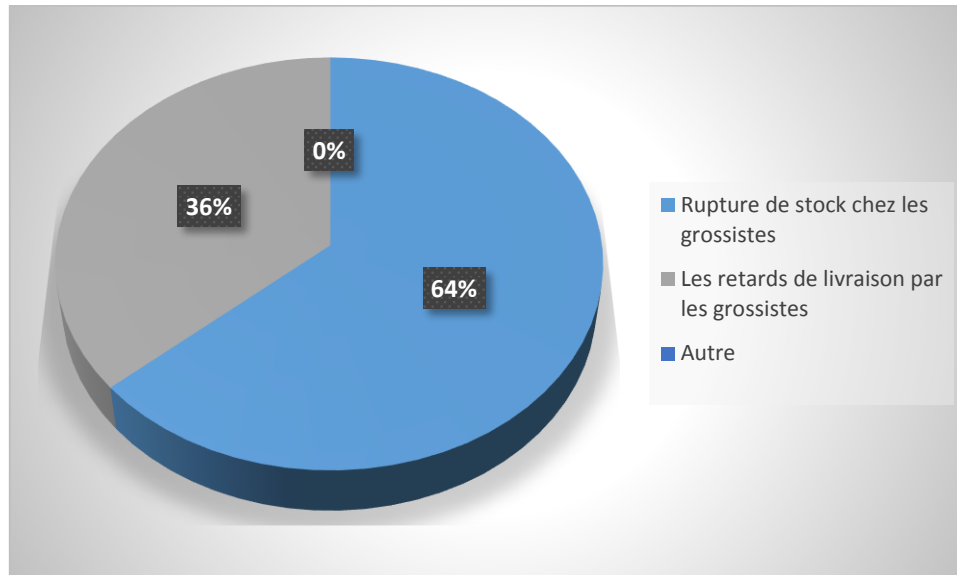
Donc le Groupe SAIDAL doit trouver des solutions efficaces afin d'assurer la disponibilité de produits afin de les mettre à la disposition des clients au moment voulu.

C/ selon vous, quelles sont les causes de ces ruptures ?

Tableau N° IV-12 : les causes de ruptures de stocks

Désignation	Nombre de réponses	Pourcentage
Rupture de stock chez les grossistes	21	63,6%
Les retards de livraison par les grossistes	12	36,4%
Autre	0	0%
Total	33	100%

Figure N° IV-13 : les causes de rupture de stocks



D'après ces résultats, on constate que 64% des interrogés qui ont une rupture de stocks cela à cause des ruptures de stocks de leurs fournisseurs, et 36 % des interrogés ont une rupture de stocks à cause des retards de livraison.

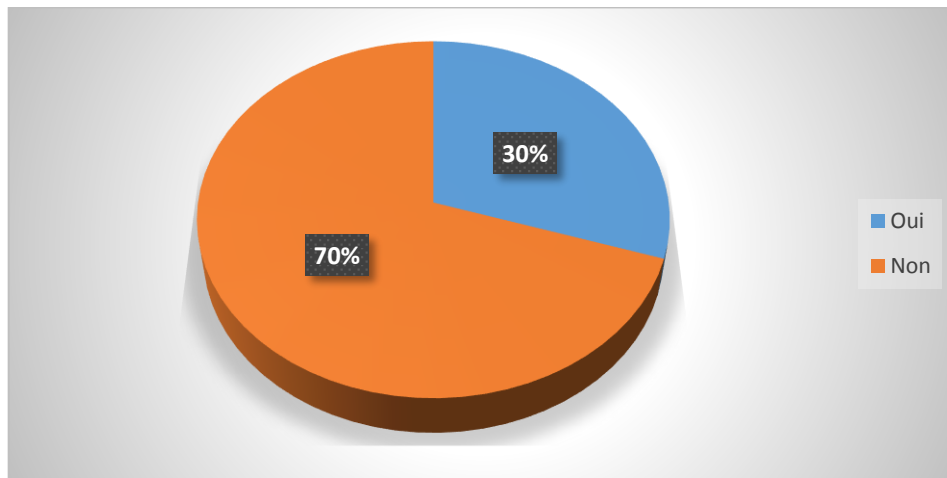
Donc le groupe SAIDAL doit mettre en œuvre une stratégie qui consiste à suivre le produits tout le long de sa chaine logistique, et il doit construire des stocks de protection non pas seulement pour les produits à rotation rapide, parce que la demande sur un produit à rotation lente peut augmenter soudainement et il doit traiter les commandes de leur clients le plus vite possible afin d'éviter les ruptures de stocks des grossistes.

Question n°06 : Faites-vous face à des retards de livraison par les grossîtes ?

Tableau N°IV-13 : les retards de livraisons

Désignation	Nombre de réponses	Pourcentage
Oui	12	30%
Non	28	70%
Total	40	100

Figure N° IV-14 : les retards de livraisons



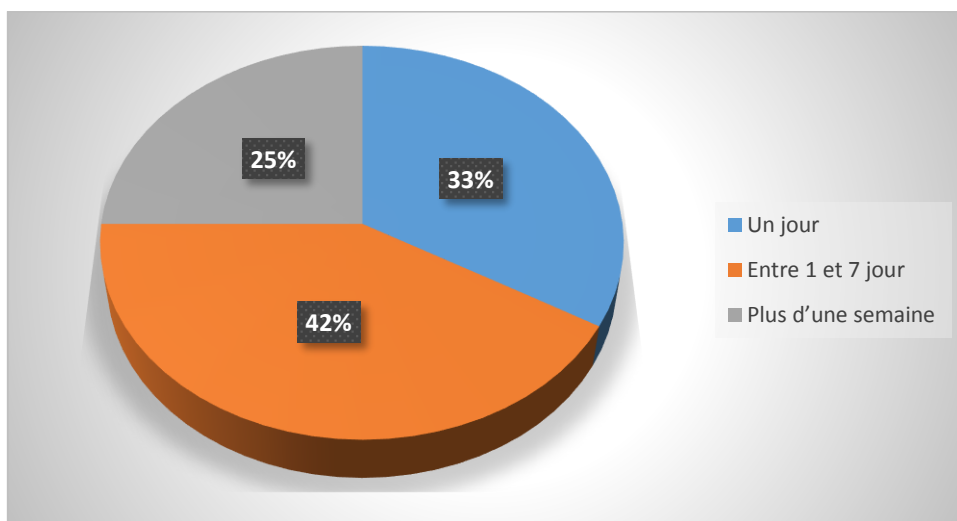
D'après ces résultats on remarque 30% des interrogés font face à des retards de livraison par leurs fournisseurs, par contre 70% restés n'ont aucun problème avec les délais de livraison.

B/ Si, oui quelle est la durée de ces retards ?

Tableau N° IV-14 : la durée des retards de livraison

Désignation	Nombre de réponse	Pourcentage
Un jour	4	33,3%
Entre 1 et 7 jours	5	41,6%
Plus d'une semaine	3	25%
Total	12	100%

Figure N° IV-15 : la durée des retards de livraison



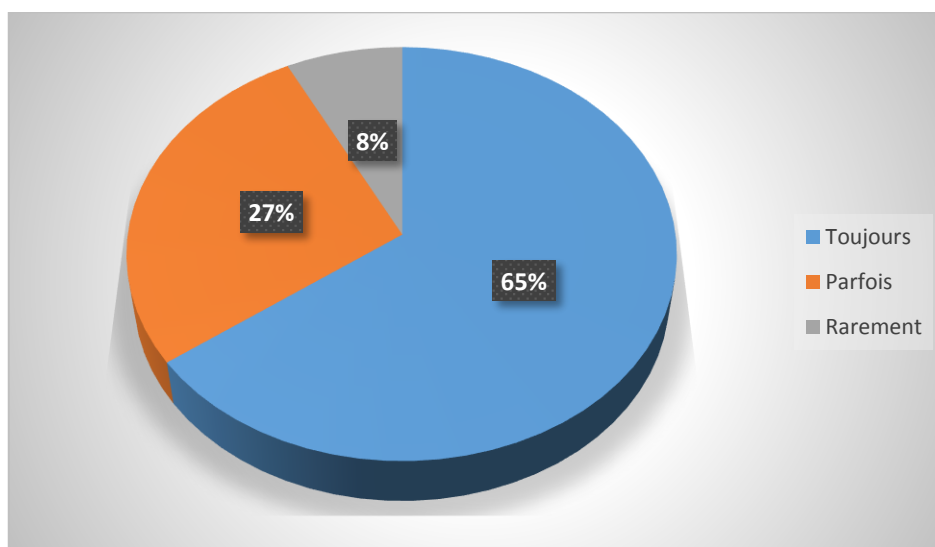
On remarque que la durée des retards est un jour pour 33% des interrogés qui font face à des retards de livraison, et entre 1 et 7 jours pour 42% des interrogés concernés par les retards livraisons, et la durée des retards pour les 25% restés est plus d'une semaine.

Question n°07 : après avoir passé une commande recevez- vous toujours la quantité commandée des produits SAIDAL ?

Tableau N° IV-15 : La convenance entre la quantité commandée et la quantité livrée

Désignation	Nombre de réponse	Pourcentage
Toujours	26	65%
Parfois	11	27,5%
Rarement	3	7,5%
Total	40	100%

Figure N° IV-16 : La convenance entre la quantité commandée et la quantité livrée



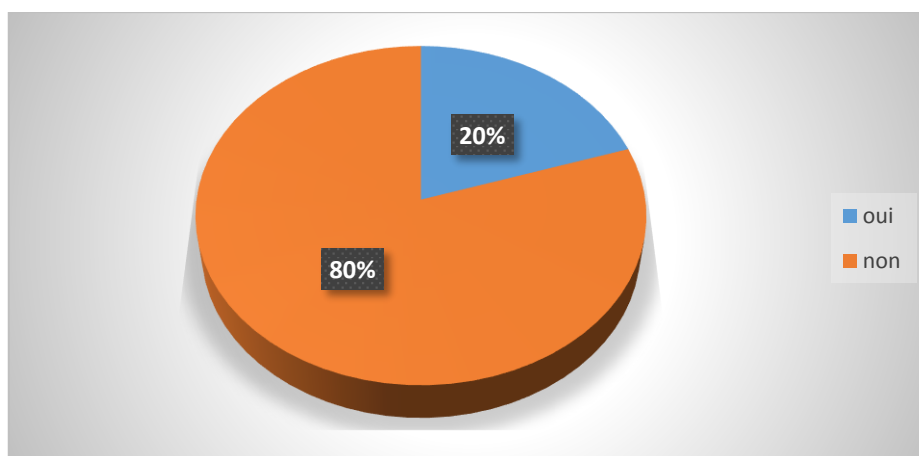
D'après ces résultats on constate que même si les commandes de certaines officines sont honorées à un taux de 65%, par contre plus 30% des interrogés ils déclarent que leurs commandes ne sont pas respectées.

Question n° 08 : Est-ce que les produits SAIDAL vous en reste jusqu'à leurs date de péremption ?

Tableau N° IV-16 : la rotation des stocks

Désignation	Nombre de réponses	pourcentage
Oui	8	20%
Non	32	80%
Total	40	100%

Figure N° IV-17 : la rotation des stocks



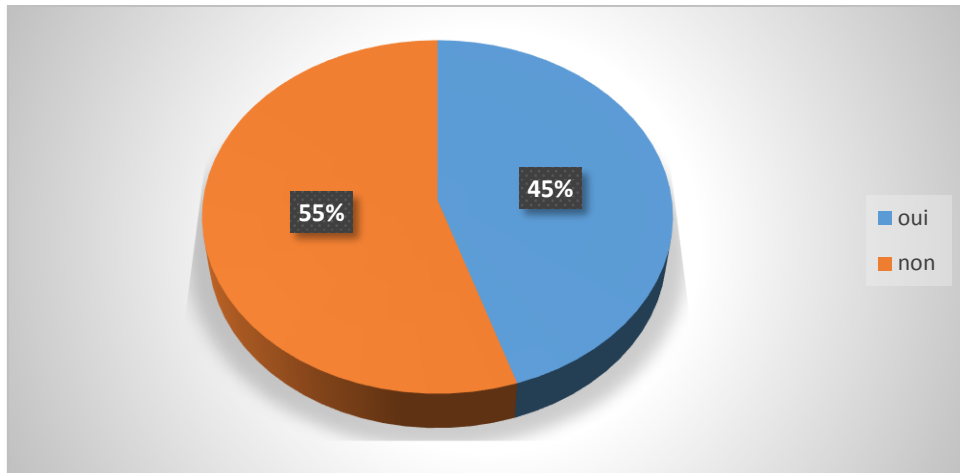
On constate que 80% des pharmaciens interrogés vendent les produits SAIDAL avant l'arrivée de leurs date de péremption ce qui signifie que les produits SAIDAL ont une forte rotation.

Question n° 09 : Est- ce que vous effectuez des achats imposés par les grossistes concernant les produits SAIDAL ?

Tableau N° IV-17 : La vente concomitante

Désignation	Nombre de réponses	Pourcentages
Oui	18	45%
Non	22	55%
Total	40	100%

Figure N° IV-18 : la vente concomitante



On remarque que 45% des pharmaciens interrogés effectuent des achats imposés par leurs grossistes, et 55% restés n'effectuent pas des achats imposés par leurs fournisseurs.

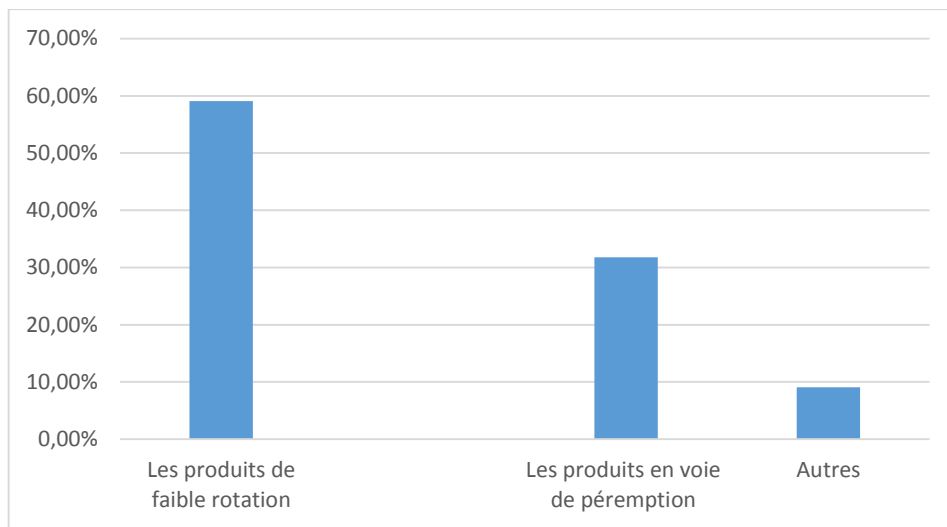
Car les grossistes aussi sont obligés d'acheter certains produits auprès de SAIDAL (la vente concomitante).

B/ Si oui, quelles sont les produits les plus imposés ?

Tableau N° IV-18 : les produits imposés

Désignation	Nombre de réponses	Pourcentage
Les produits de faible rotation	13	59,09%
Les produits en voie de péremption	7	31,8%
Autres	2	9,09%
Total	22	100%

Figure N° IV-19 : les produits imposés



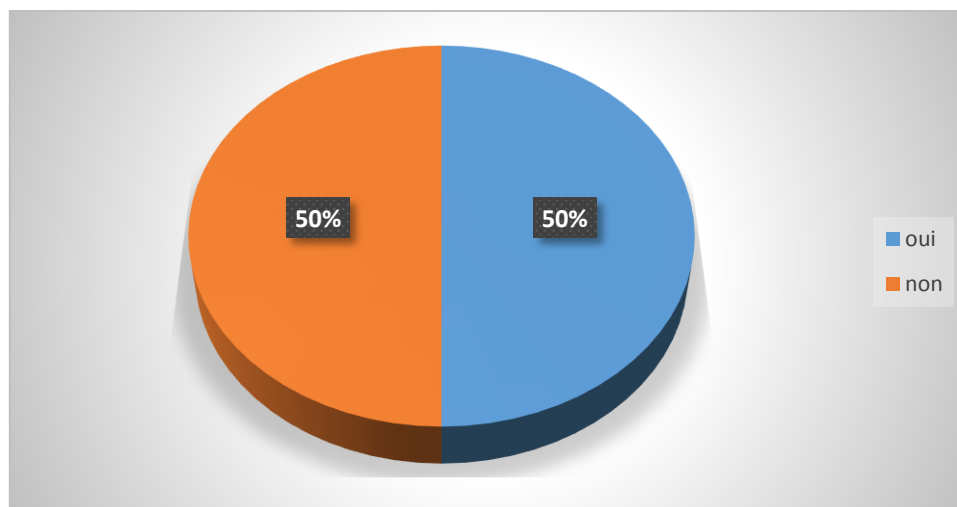
D'après ces résultats on constate que les produits les plus imposés par les grossistes sont les produits de faible rotation en premier lieu, et après on trouve les produits en voie de péremption. Pour les autres produits imposés on trouve les produits saisonniers (comme le vaccin antigrippal parfois sont imposés durant la saison estivale.)

Question 10 : avez-vous déjà trouvé des problèmes de non-conformité des produits SAIDAL ?

Tableau N° IV-19 : La non-conformité des produits

Désignation	Nombre de réponses	pourcentage
Oui	20	50%
Non	20	50%
Total	40	100%

Figure N° IV-20 : La non-conformité des produits



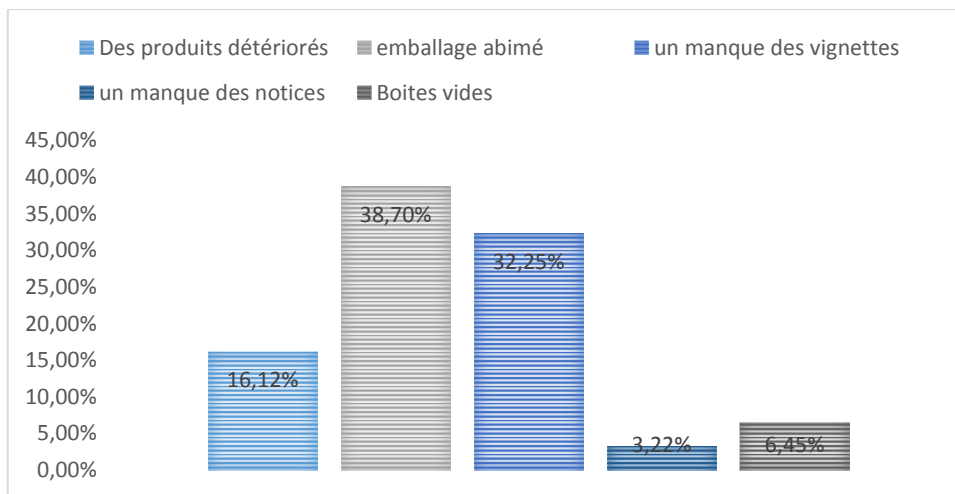
D'après ces résultats on constate que 50 % des pharmaciens interrogés ont trouvé des anomalies concernant les produits livrés, contre les autres 50% resté ont trouvé que les produits conformes.

B/ Si oui, quelle est le type d'endommagement ?

Tableau N° IV-20 : les types d'endommagement

Désignation	Nombre de réponses	Pourcentage
Des produits détériorés	5	16,12%
emballage abimé	12	38,7%
manque des vignettes	10	32,25%
manque des notices	1	3,22%
Boites vides	2	6,45%
Total	31	100%

Figure N° IV-21 : les types d'endommagement



D'après ces résultats on constate que la non-conformité se traduit essentiellement par la livraison des produits dont leurs emballages sont abimés suivie par la livraison des produits sans vignettes, ainsi que la rencontre des produits détériorés et des boîtes vides.

Les problèmes rencontrés avec les boîtes vides et les produits sans vignettes Cela traduit le manque de contrôle au niveau du Groupe SAIDAL, par contre le problème des produits détériorés (casses) peut en plus être dû aux opérations de manutention que ce soit chez le Groupe SAIDAL ou bien chez les grossistes. Et pour le problème d'emballages abimés est peut-être dû aux conditions de stockage.

Question n°11 : Quelles sont les solutions préconisez-vous pour améliorer la distribution physique au sein de SAIDAL ?

La majorité des pharmaciens interrogés suggèrent à SAIDAL de :

- Améliorer l'emballage de ses produits
- Assurer la disponibilité des produits
- La Prise en charge de leurs réclamations
- Elargir les gammes des produits
- Créer leur propre grossiste (distribution directe), pour avoir un contact directe avec les pharmaciens
- Mettre en œuvre des solutions pour améliorer l'échange d'information

2.2.2 L'analyse de l'entretien :**2.2.2.1 La méthode de traitement des données :**

On a utilisé la méthode de résumé comme un outil de traitement des informations de chaque réponse acquis par les interviewés.

2.2.2.2 L'entretien avec les cadres :**Question n° 01 : pouvez- vous me présenter brièvement votre entreprise ?**

Réponse : le Groupe SAIDAL est une entreprise publique économique spécialisée dans le développement, la fabrication et la commercialisation de médicaments génériques.

Question n° 02 : quel post occupez-vous au sein de SAIDAL ?

Réponse : Les réponses de cette question ont été comme suit :

Le premier interviewé occupe un poste de responsable de distribution et le deuxième occupe un poste de responsable logistique et le dernier interviewé occupe un poste de responsable de transport, tous ces responsables occupent des postes au sein de la direction des opérations supply chain management « filiale BIOTIC usine El Harrach ».

Question n° 03 : que connaissez-vous sur la logistique de distribution ?

Réponse : la logistique de distribution représente la partie aval de la chaîne logistique elle regroupe toutes les activités situées en aval du système de production donc elle représente le suivi des flux physique et les flux d'information depuis la sortie du produits de la chaîne de fabrication jusqu'à le consommateur final. Elle regroupe les opérations de : emballage, entreposage, gestion des stocks, manutention, traitement des commande et le transport.

Question n°04 : quelles sont les composante principale de votre logistique de distribution ?

Réponse : on trouve que les fonctions d'emballage et de conditionnement, l'entreposage, la manutention, la gestion des stocks et le transport aval sont les composantes principales de la logistique de distribution de l'entreprise SAIDAL.

Question n°05 : Avez-vous des indicateurs vous permettant de suivre la performance de votre system logistique aval ? Si oui, quelles sont ces indicateurs ?

Réponse : Oui, le Groupe SAIDAL a des indicateurs qui permettent au Groupe SAIDAL de suivre la performance de sa chaîne logistique ces indicateurs sont des outils qui permet à

l'entreprise de suivre et évaluer son système logistique et qui servent à mesurer la disponibilité des produits dans les différentes unités commerciales.

Les indicateurs sont :

- Délai moyen de livraison
- le niveau des coûts de transport
- les dates de péremption des produits finis
- Taux de rotation du stock
- La répartition des ventes par centre de distribution
- Pourcentage de la différence entre la quantité de produits disponible et la quantité demandée par les centres de distribution
- Ratio coût de distribution et la valeur des produits distribués

Question n° 06 : Utilisez-vous vos propres moyens de transport dans les expéditions ?

Réponse : non, le groupe SAIDAL ne dispose que deux moyen de transport un camion de 7 tonnes et un autre de 10 tonnes donc ces deux camions peuvent pas répondre aux besoins des centre de distribution en temps réel, donc cette opération est confiée au prestataire « TONIC »

Question n°07 : Quels sont les obstacles et les problèmes qui peuvent être trouvés lors de déroulement des opérations d'emballage, de manutention, et de transport ?

Réponse : les obstacles qui peuvent être trouvé lors de déroulement des opérations de :

➤ Emballage :

La non-conformité d'emballage à cause de problème liés au stockage et le manque d'aération de l'entrepôt à cause de manque d'aération l'emballage est devenu humide qui peut engendrer des problèmes lors de l'opération de la mise en boîte du médicament par la machine.

➤ Manutention :

Le manque et la panne des moyens de manutention, la mauvaise formation des manutentionnaires car la manutention des produits pharmaceutiques nécessite une gestion particulière pour éviter la détérioration des produits. Ainsi que La présence des obstacles fixes à l'intérieure de l'entrepôt (comme des systèmes de prévention d'incendie, les matériaux de climatisation ...) ces objets peuvent gêner l'utilisation optimale des matériels de manutention.

➤ Transport :

Le sous-traitant n'a pas pu satisfaire les besoins du Groupe à cause des retards répétitifs qui ont une répercussion sur les délais de livraison de la marchandise aux différents centres de distribution.

Question n°08 : selon vous, quels sont les solutions pour éviter ces problèmes ?

Réponse : Pour éviter ces problèmes il faut :

- concevoir un aménagement idéal en assurant l'aération et en respectant les normes de stockage et il faut diversifier les fournisseurs d'emballage pour avoir un emballage conforme.
- Pour la manutention il faut acquérir des équipements modernes et il faut faire des séances de formation pour les manutentionnaires afin d'avoir une équipe de manutention compétentes. et il est aussi important de cartographier l'emplacement de tous les obstacles fixes qui se trouvent à l'intérieur de l'entrepôt pour faciliter la circulation des moyens de manutention.
- Pour l'opération de transport il faut diversifier les prestataires et il faut leur obliger de respecter tous les obligations mentionnées dans le contrat.

Question n°09 : Faites-vous des retards de livraison aux centres de distribution ?

Réponse : Oui, il y'a des retards de livraison aux centres de distribution à cause de :

- Les retards répétitifs des prestataires et le manque des moyens de transport
- Les ruptures de stock
- Des contraintes climatiques (comme : les vagues de chaleurs pendant l'été ...)

Question n°10 : si oui, Quelle est la durée de ces retards ?

La durée de ces retards est généralement moins d'une semaine.

2.3. Synthèse générale :

Pendant la période de notre stage pratique au sein de l'entreprise SAIDAL (filiale BIOTIC) et d'après les différentes discussions que nous avons eu avec les responsables du Groupe ainsi que l'analyse des documents internes et l'exploitation de toutes les réponses collectées à travers le questionnaires et le guide d'entretien nous amènent à dresser plusieurs constats.

Le questionnaire adressé aux pharmaciens pour évaluer la distribution physiques des produits SAIDAL, cela nous a permis de faire ressortir de certaines constatations qu'on peut les résumer ci-dessous :

- La plupart des clients (pharmaciens) sont confrontés à des ruptures de stock concernant les produits SAIDAL, car selon eux les efforts fournis par SAIDAL demeurent insuffisant pour satisfaire les besoins des grossistes en temps réel.
- Le non disponibilité de certains médicaments sur le marché, selon eux cela est dû aux perturbations dans la chaîne d'approvisionnement et de distribution
- Les pharmaciens ont signalé aussi qu'ils se sont retrouvés face à des pertes financières à cause de la vente concomitante des produits SAIDAL qui est effectué par les grossistes car cette pratique de la vente concomitante a conduit les grossistes à :
 - ✓ la rétention des médicaments afin de faciliter la vente et imposer des médicaments rosignols avec les produits retenus
 - ✓ contraindre les pharmaciens à acheter des produits en voie de péremption par divers procédés, notamment les accompagner de produits sous tension en vente concomitante.
- Certaines région du pays notamment la région sud ne dispose ni centre de distribution ni plate-forme logistiques qui peut engendrer des obstacles liés à la disponibilité du produits en temps réel dans ces régions
- Concernant la conformité des livraisons la plupart des pharmaciens trouvent des problèmes de non-conformité de produits (des produits détériorés, manque des vignettes et des notices, des boîtes vide...etc.)

- Les pharmaciens sont très exigeants quant à l'état de l'emballage des produits SAIDAL.

Les informations collectées par le biais de l'entretien réalisé avec les cadres de la filiale BIOTIC (usine d'El-Harrach) nous ont permis de tirer les observations suivantes :

- Le groupe SAIDAL confie l'opération de transport à son sous-traitant « TONIC » qui assure cette opération que ça soit en amont ou en aval de la chaîne logistique de l'entreprise.
- En termes de stockage les produits sont stockés sur palettes dans les zones de stockage (à l'usine et au niveau des unités de distribution), et l'entreprise utilise ce qu'on appelle la vente concomitante pour mieux gérer les dates de péremption des produits et pour liquider les médicaments de faible rotation, en contre parti pas mal de rupture de stock des produits ont été enregistrées à cause de la non-disponibilité de la matière première.
- La manutention et la livraison des produits pharmaceutiques nécessitent une gestion particulière afin d'assurer la conformité des produits car ces derniers sont des produits sensibles.
- Le système d'information actuel ne permet pas d'atteindre une meilleure coordination entre les acteurs de la chaîne logistique aval du Groupe SAIDAL.
- Le processus de la logistique de distribution au sein du Groupe SAIDAL commence par la détermination du besoin des centres de distribution par la direction des opérations, en suite le produit passe par un long chemin pour atteindre le consommateur final (patient).
- Les réponses ont montré que les responsables ne sont pas satisfaits par la qualité de service offerte par leurs prestataire de transport à cause des retards répétitifs qui ont une répercussion sur les délais de livraison des produits aux différents partenaires aval du Groupe SAIDAL.

2.3.1 Les forces et les faiblesses :

D'après l'analyse des résultats du questionnaire et de l'entretien, on peut résumer les forces et les faiblesses de l'entreprise dans le tableau suivant :

<p>Points forts</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Moyen humains et matériels suffisants pour répondre aux besoins du Groupe. ➤ Matérielles et accessoires sont confortables grâce à la modernité des moyens de manutention et de stockage (les chariots électriques, monte-charge, transpalette, climatisation) ➤ infrastructure importante qui répond aux normes requises (des grands entrepôts couverts, le respect de la chaîne froide...) ➤ Un réseau de distribution couvrant le territoire national. ➤ L'utilisation d'un planning bien détaillé dans les opérations de préparation, chargement et expédition. ➤ Une politique de codification pour chaque article acheté ou bien vendu permet d'atteindre un bon niveau de traçabilité.
<p>Points faibles</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ L'inexistence d'un contrôle rigoureux ; ➤ Le manque des infrastructures au niveau de la région sud ; ➤ Le manque des moyens de transport et les retards répétitifs du prestataire provoque des retards de livraison ; ➤ Le non-respect des normes de stockage d'emballage (emballage abimé à cause d'humidité) ➤ La non qualification de certains manutentionnaires (détérioration des produits lors le déroulement de l'opération de manutention), et de certains préparateurs (le non-respect du principe FIFO lors le déroulement de l'opération du prélèvement) ;

	<ul style="list-style-type: none">➤ Existence de surstocks pour certains produits et des ruptures pour les autres ;➤ Les entrepôts régionaux ne sont pas utilisés d'une façon rationnelle en effet les opérations de réception, de préparation et d'expédition sont faites sur la même zone. et les moyens de manutention sont insuffisants.➤ L'absence d'un système d'information confortable qui oblige aux unités de distribution de transmettre à chaque fois aux principaux clients une liste des produits disponibles afin d'établir leurs commandes.
--	---

2.3.2. les recommandations :

Afin d'améliorer la logistique de distribution du groupe SAIDAL, nous proposons au Groupe quelques suggestions qui s'articulent autour des points suivants :

- **Les infrastructures :**

- la création d'une grossisterie qui se chargerait de distribuer les produit SAIDAL directement aux officines, cette grossisterie, permettra au groupe d'économiser la marge bénéficiaire accordée précédemment aux autres intermédiaires d'une part, et de mieux suivre l'acheminement de leurs produits d'autre part.
- Projeter la création d'un centre de distribution ou d'une plate-forme d'éclatement au niveau de la région sud afin d'assurer la disponibilité des produits d'une façon permanente ou afin de réduire ses coûts opérationnels.
- extension des centres de distribution car l'aire de l'entrepôt doit être suffisante pour permettre une séparation en différentes zones (zone de préparation, zone de réception, zone de stockage et zone d'expédition) ;

- **La manutention :**

- faire des séances de formation pour les manutentionnaires et les préparateurs pour avoir une équipe de manutention et de préparation compétentes ;
- L'acquisition de nouveaux équipements relatifs à la manutention ;

- **Le transport :**
 - diversifier les prestataires de transport pour minimiser les risques des retards de livraison ;
 - Automatiser la gestion des opérations de transport par l'implantation des progiciels de gestion comme le TMS pour assurer la traçabilité de livraison ;
- **Le stockage :**
 - l'élimination du risque de rupture des stocks par l'instauration d'une politique adéquate d'approvisionnement et assurer des stocks de protection non pas seulement pour les produits à rotation rapide, parce que la demande sur un produit à rotation lente peut augmenter soudainement.
 - Concernant le stockage des produits au niveau des centres de distribution, ne jamais mélanger des produits de différentes natures dans le même rayon, et donc il faudra les stocker par forme (sirops, comprimés, gélules, pommades, injectable, suppositoires, gels, crèmes, solutés massifs) et non pas selon leurs lieux de production (Annaba, Constantine, El-Harrach, Médéa...etc.) ;
 - Pour protéger l'emballage il faut s'assurer que les aires de stockages des emballages bénéficient d'une bonne aération (ouverture des fenêtres, ventilateurs, voies d'aération) pour éviter la détérioration d'emballage à cause d'humidité ;
- **Les réclamations :**
 - La mise en œuvre d'une structure permettant de traiter les réclamations des clients (notamment les pharmaciens) concernant les ruptures de stocks et les systèmes de packs contraignants et les problèmes rencontrés avec les produits ;
- **Les flux d'information :**
 - Ajouter des rubriques d'interactivité entre l'entreprise et ses clients sur le site du Groupe www.saidalgroup.dz pour créer plus d'interactivité dont l'objectif de se rapprocher au principe du « zéro papier ».
 - La coordination de l'action des différents acteurs de la chaîne en usant des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC).
 - Mettre en place des progiciels de gestion pour mieux organiser sa logistique de distribution tel que : WMS (Warehouse Management System) TMS (Transport Management System, code-barres, ERP (entreprise resource planning).

Conclusion :

L'enquête réalisée sur terrain nous a permis de mieux comprendre la logistique de distribution au sein de SAIDAL. Grace à l'analyse des résultats du guide d'entretien destiné aux responsables des activités de transport, distribution et logistique et du questionnaire destiné aux clients des clients du Groupe SAIDAL (les pharmaciens), nous avons pu détecter les principaux défailances dans la logistique aval de l'entreprise et c'est à l'aide de ce chapitre nous avons pu faire une synthèse et arriver à proposer des recommandation afin d'éliminer les dysfonctionnements enregistrés dans la logistique aval de cette entreprise.



Conclusion générale

La logistique oriente ses activités dans la gestion efficace des flux physiques, informationnels et financiers en amont et en aval. Cette démarche repose essentiellement sur la combinaison de tous les facteurs jugés aptes à choisir une solution la plus optimale afin de se conformer aux exigences du client et à la stratégie de l'entreprise.

Notre étude portant sur l'analyse de la partie aval de la chaîne logistique nous a permis de mieux comprendre cette activité et les mécanismes que déploient le Groupe SAIDAL pour mettre ses produits à la disposition des consommateurs d'une part, et de connaître la spécificité de la distribution physique des médicaments d'autre part.

Cette recherche présente un intérêt à plusieurs niveaux. Au niveau théorique, elle permet de relier le concept de supply chain management à la chaîne de distribution pharmaceutique. Au plan méthodologique, à travers l'élaboration de deux études, la première quantitative effectuée à travers l'élaboration d'un questionnaire permettant de mettre en lumière le niveau de satisfaction des clients du Groupe SAIDAL. Et la deuxième qualitative réalisée par le biais d'un guide d'entretien est menée auprès des différents responsables du Groupe pour avoir une idée sur le déroulement de la logistique de distribution au sein du Groupe SAIDAL. Ces études nous ont permis de déterminer les principaux dysfonctionnements dans la chaîne logistique aval du Groupe.

Nous avons constaté que les principaux obstacles auxquels est confronté le Groupe SAIDAL résident autour des points suivants :

- L'inexistence d'un contrôle rigoureux ;
- Le manque des infrastructures au niveau de la région sud ;
- Le manque de moyens de transport et les retards répétitifs du prestataire provoquent des retards de livraison ;
- Le non-respect des normes de stockage d'emballage (emballage abîmé à cause d'humidité)
- La non-qualification de certains manutentionnaires (détérioration des produits lors du déroulement de l'opération de manutention), et de certains préparateurs (le non-respect du principe FIFO lors du déroulement de l'opération de prélèvement) ;
- Existence de surstocks pour certains produits et des ruptures pour les autres ;

- Les entrepôts régionaux ne sont pas bien gérés en effet les opérations de réception, de préparation et d'expédition sont faites sur la même zone. et les moyens de manutention sont insuffisants.
- L'absence d'un système d'information confortable qui oblige aux unités de distribution de transmettre à chaque fois aux principaux clients une liste des produits disponibles afin d'établir leurs commandes.

L'étude a été axée sur l'analyse de la logistique de distribution des produits pharmaceutiques puisque la problématique est : **Quels sont les principaux dysfonctionnements dans la logistique aval du Groupe SAIDAL ?**

Après l'analyse du processus de la logistique de distribution du Groupe SAIDAL et l'identification des différents dysfonctionnements dans sa chaîne logistique, nous avons pu vérifier nos hypothèses de départ qui justifient cette étude.

D'après ces résultats nous avons pu infirmer la première hypothèse qui stipule que le processus de la logistique de distribution au niveau du groupe SAIDAL se compose principalement des fonctions d'entreposage, manutention et de transport. Car des autres fonctions ont été enregistrées dans la logistique de distribution du Groupe SAIDAL (l'emballage et conditionnement, la gestion des stocks, le traitement des commandes...etc.).

Notre humble étude nous a permis aussi d'infirmer la deuxième hypothèse qui stipule que le Groupe SAIDAL utilise ses propres moyens logistiques pour assurer une bonne circulation de ses flux physiques, et ses flux d'informations car l'activité de transport est externalisée.

Ainsi, nous avons pu confirmer la troisième hypothèse qui stipule que le Groupe SAIDAL n'a pas les capacités nécessaires pour faire face aux difficultés majeures dans la gestion de sa chaîne logistique aval en temps réel car souvent les retards répétitifs des prestataires de transport provoquent des retards de livraison de ses produits aux différents centres de distribution.

Les résultats montrent que malgré la place du groupe SAIDAL comme un leader du marché pharmaceutique algérien et tout le soin apporté à la gestion et à l'organisation de sa stratégie logistique, des dysfonctionnements demeurent toujours dans sa chaîne logistique qui se

traduisent par des problèmes d'organisation interne (comme la gestion des stocks, la gestion de la distribution) et aussi des problèmes liés aux activités externalisés.

Donc Le groupe SAIDAL est appelé à bien maîtriser sa stratégie logistique dans les plus brefs afin de maintenir sa place du leader du marché pharmaceutique algérien.

Il est à noter qu'au cours de notre travail de recherche nous avons rencontré plusieurs difficultés.

Parmi les difficultés qui nous sont opposées, le manque d'information au niveau de l'entreprise et l'insuffisance d'ouvrages sur le secteur pharmaceutique au niveau de notre école ce qui nous a obligé à se déplacer vers plusieurs bibliothèques ainsi qu'il nous a été très difficile de trouver des pharmaciens disponibles pour répondre à notre questionnaire.

D'après ces résultats nous avons pu identifier les principaux dysfonctionnements dans la logistique aval du Groupe SAIDAL nous recommandons aux futures études de s'intéresser à l'optimisation de la chaîne logistique du groupe SAIDAL et comment éliminer les dysfonctionnements enregistrés.

Enfin, il nous semble encore une fois que malgré l'ancienneté de ce sujet (essai d'analyse de la logistique de distribution des produits pharmaceutiques), il reste d'actualité surtout pour un secteur qui est rentable et important économiquement dans le monde. Alors ce sujet est encore frais et demande des approfondissements.



BIBLIOGRAPHIE

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages :

AIACHE-S (J, T) et autres, *Initiation A La Connaissance De Médicament*, 4^{ème} édition, édition MASSON, paris, 2001.

ALEXANDRE (K.Samii), *Stratégie logistique, Fondements, méthodes, application*, édition DUNOD, 2^{ème} édition, Paris, 2001.

AMODEO, (L) et YALAOUI, (F), *Logistique interne : Entreposage et manutention*, Édition Ellipses, Paris, 2005.

BAGLIN (B) et Autres, *Management industriel et logistique*, édition economica, 3^{ème} édition, Paris, 2001.

BRUNET (H) et LE DENN (Y), *la démarche logistique*, AFNOR GESTION, Paris, 1997.

CHRISTOPHER (Martin) , *supply chain management : créer des réseaux à forte valeur ajoutée*, édition Pearson Education, 3^{ème} édition, Paris, 2005.

Hervé (F), *l'enquête : entretien et questionnaire*, DUNOD, 3^{ème} édition, Paris, 2015

GHISLAINE (L) et HUBERT (M) , *commerce international*, DUNOD, 3^{ème} édition, Paris, 2010.

KOTLER & DUBOIS, *Marketing Management*, Pearson Education, 11^{ème} édition, paris, 2003.

LAURETIE (J) et autres, *processus et méthodes logistique*, édition AFNOR, 2000.

LENDREVIE (J) et autres, *Mercator*, édition DUNOD, 8^{ème} édition, paris, 2006.

MARC (V) et NELLY (J), *la distribution*, édition de Boeck, 3^{ème} édition, Bruxelles, 2010

Marchal (André), *logistique globale*, ellipses, France 2006.

MEDANE (P) et GRATACAP (A), *logistique et supply chain management*, édition DUNOD, paris, 2008.

PASCAL (Lièvre) , *la logistique*, Edition La Découverte, paris 2007.

PIGNARRE (Philippe), *le grand secret de l'industrie pharmaceutique*, édition la découverte, paris, 2003.

PIMOR (Yves), *logistique techniques et mise en œuvre*, édition DUNOD, 2^{me} édition, paris, 2001.

PIMOR (Y) et FENDER(M), *logistique Production. Distribution. Soutien*, Edition DUNOD, 5^{ème} édition, Paris 2008.

PORIER (C) et REITER (E), *la supply chain : optimiser la chaine logistique et le réseau interentreprises*, DUNOD, Paris, 2001 .

RAMBEAUX (A), *Gestion économique des stocks*, Edition DUNOD, Paris ,1969.

RENE (L) et GILES (V), *gestion de la relation client*, édition Eyrolles, paris, 2005.

ROUX (Michel), *entrepôts et magasins*, édition EYROLLESE, 4^{ème} édition, paris, 2008.

SAVY (Michel), *le transport de marchandises*, édition d'organisation, Paris, 2007.

SERRE (M) et DEBORAH (W), *Marketing des produits de santé*, édition DUNOD, 2^{ème} édition, paris, 2014.

SOHIER (Joël), *la logistique* , édition VUIBERT, 6^{ème} édition, France, 2010.

THIETAR(R.A) et autres, *méthodes de recherche en management*, édition DUNOD, Paris, 2003.

Viot (Catherine), *L'essentiel sur le marketing*, BERTI édition, Alger, 2006.

Travaux universitaires :

BOUDISSA (Aimad Eddine), *essai d'analyse de la manutention maritime des conteneurs au port d'Alger*, étude de cas : EPAL, mémoire de master en sciences commerciales, Ecole des Hautes Etudes Commerciales, Alger, 2015.

BOUZRED (Amine Ramzi), *analyse de la chaine logistique, étude de cas : MFG*, mémoire d'ingénieur d'Etat en statistique et économie appliquée, Ecole Nationale Supérieure de Statistique et d'Economie Appliquée, Alger, 2013

REBAHI (Yacine), *essaie d'analyse de la performance de la logistique de distribution*, étude de cas : Sonatrach, mémoire de master, Ecole des Hautes Etudes Commerciales, Alger, 2015

Textes réglementaires :

Article 169 de la loi n°85-05 du 16/02/1985, modifié par la loi n° 90-17 du 31/07/1990

Article 170 de la loi n°85-05 du 16/02/1985 relative à la protection et à la promotion de la santé

Article 171 de la loi n°85-05 du 16/02/1985 relative à la protection et à la promotion de la santé

Journal officiel n°5 du 04 février 1998 : Décret n°98-44 du 01 février 1998 relatif aux marges plafonds applicables à la production, au conditionnement et à la distribution des médicaments à usage de la médecine humaine

Rapports et documents administratifs :

Conseil central : « *Recommandations relatives au transport des produits de santé sous température dirigée* », 2012

Rapport sectoriel : « *l'industrie pharmaceutique* », rapport 2011

Rapport économique, Algérie 2014

Web graphie :

http://www.cat-logistique.com/systemes_d'informations_logistique.htm

<http://stockage.ooreka.fr/comprendre/entrepot-logistique>

<http://methodes-supply-chain-ismag.blogspot.com>

<http://www.mypharma-editions.com>

www.logistiqueconseil.org

www.leem.org

www.OMS.org

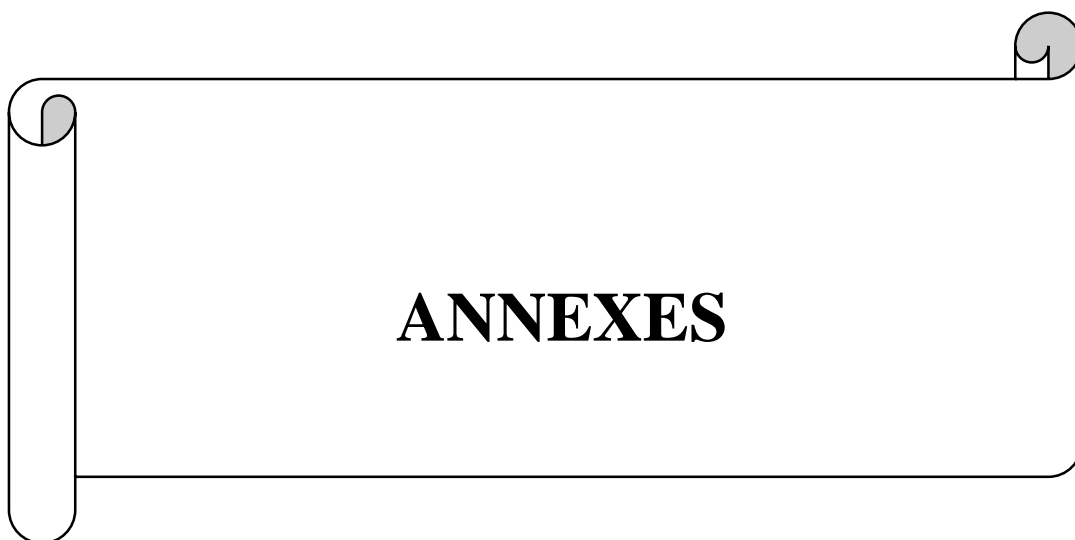
www.mediste.fr

www.sap-dz.org

www.algerie-focus.com

www.saidalgroup.dz

www.eldjazaircom.dz



ANNEXES

Liste des annexes

Annexes	Titres
01	Le questionnaire
02	Guide d'entretien
03	les infrastructures du Groupe SAIDAL
04	Planning de réception de l'unité commerciale centre
05	Planning de réception de l'unité commerciale d'Oran
06	Planning de réception de l'unité commerciale de Batna

Annexe n°01 : Le questionnaire

On est des étudiants à l'école des hautes études commerciales d'Alger et dans le cadre de la réalisation de notre mémoire de fin d'étude qui porte sur l'essai d'analyse de la logistique de distribution des produits pharmaceutiques , nous sommes amenés à concevoir un questionnaire pour les vendeurs des produits pharmaceutiques afin de réussir notre travail de recherche.

Nous avons besoin de votre collaboration pour accomplir et réussir notre travail, si vous voulez bien répondre aux questions qui suivent cela ne prendra que quelque minute de votre temps, on vous rassure que les informations collectées seront anonymes et utilisées seulement pour des fins statistiques.

On vous remercie d'avance pour votre participation.

1. Depuis combien de temps avez-vous commencé votre profession ?

- Moins d'un an
- Entre 1 et 5 ans
- Entre 5 et 10 ans
- Plus de 10 ans

2. vendez- vous les produits SAIDAL ?

- Oui
- Non

3. Depuis combien de temps vendez- vous les produits SAIDAL ?

- Moins de 2 ans
- Entre 2 et 5 ans
- Plus de 5 ans

4. Quel sont vos motivations dans le choix de SAIDAL ?

- Qualité
- Prix
- Disponibilité des produits
- Autre

5. A. Êtes-vous confrontés à des ruptures de stock ?

- Oui
- Non

B. si, oui ce problème est-t-il :

- Très fréquent
- Fréquent
- Peu fréquent

C. Selon vous, quelles sont les causes de ces ruptures ?

- Rupture de stock chez les grossistes
- Les retards de livraison par les grossistes
- Autre...

6. A. Faites-vous face à des retards de livraison par les grossistes ?

- Oui
- Non

B. Si, oui quelle est la durée de ces retards ?

- Un jour
- Entre 1 et 7 jours
- Plus d'une semaine

7. après avoir passé une commande, recevez-vous toujours la quantité commandée ?

- Toujours
- Parfois
- Rarement

8. Est-ce que les produits SAIDAL vous en reste jusqu'à leurs date de péremption ?

- Oui
- Non

9. A. Est- ce que vous effectuez des achats imposés par les grossistes concernant les produits SAIDAL ?

- Oui
- Non

B. Si oui, quelles sont les produits les plus imposés ?

- Les produits de faible rotation
- Les produits en voie de péremption
- Autres

10. A. Avez-vous déjà trouvé des problèmes de non-conformité des produits SAIDAL

- Oui
- Non

B. si oui, quelle est le type d'endommagement ?

- Des produits détériorés
- Emballage abimé
- Manque des vignettes
- Manque des notices
- Autres

11. Quelles sont les solutions préconisez-vous pour améliorer la distribution au sein de SAIDAL ?

.....

.....

.....

.....

Annexe n°02 : Guide d'entretien

Nom et prénom de l'interviewer :

Dat d'entretien : Le...../...../2016.

Heure d'entretien : ... h: ...

Question n°01 : pouvez- vous me présenter brièvement votre entreprise ?

Question n°02 : quel post occupez-vous au sein de SAIDAL ?

Question n°03 : que connaissez-vous sur la logistique de distribution ?

Question n°04 : quelles sont les composante principale de votre logistique de distribution ?

Question n°05 : Avez-vous des indicateurs vous permettant de suivre la performance de votre chaine logistique ?

- Oui
- Non

Si oui, quelles sont ces indicateurs ?

Question n°06 : Utilisez-vous vos propres moyens de transport dans les expéditions ?

- Oui
- Non

Si non, cette opération est confiée à quel prestataire ?

Question n°07 : Quels sont les obstacles et les problèmes qui peuvent être trouvés lors de déroulement des opérations d'emballage, de manutention, et de transport ?

Question n°08 : selon vous, quels sont les solutions pour éviter ces problèmes ?

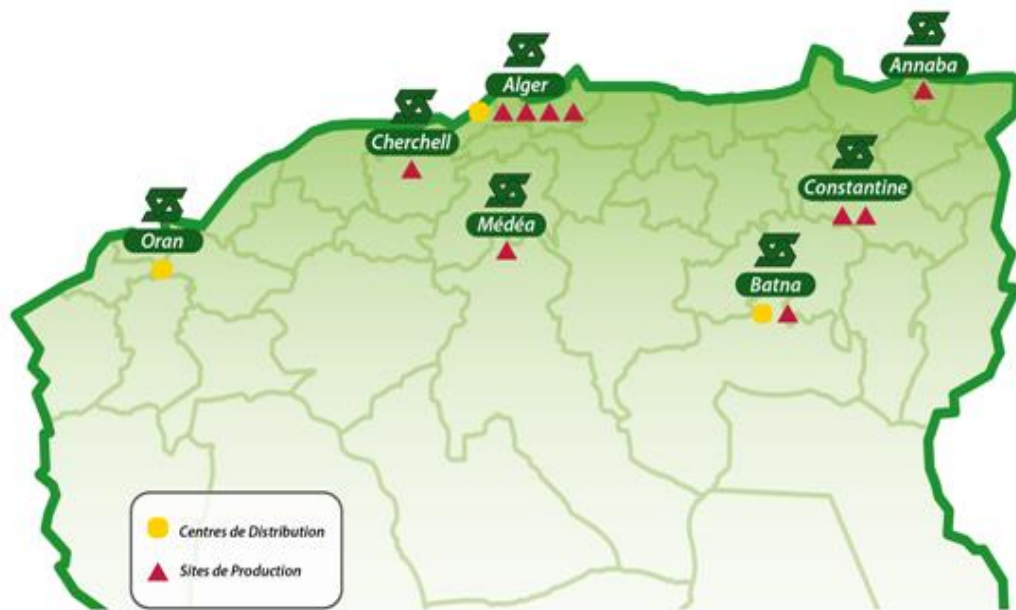
Question n°09 : Faites-vous des retards de livraison aux centres de distribution ?

Question n°10 : si oui, Quelle est la durée de ces retards ?

- Moins d'une semaine
- Entre 1 et 2 semaines
- Plus de deux semaines

Annexe n°03 : les infrastructures du Groupe SAIDAL

GRUPE SAIDAL



Annexe n°04 : Planning de réception de l'unité commerciale centre

		UCC																				
		DIM	LUN	MA	ME	JE	DIM	LUN	MA	ME	JE	DIM	LUN	MA	ME	JE	DIM	LUN	MA	ME	JE	
DEB	M																					
	A	R				R				R				R			R			R		R
UEH	M																					
	A			R		R			R		R			R		R			R		R	R
GDC	M																					
	A			R		R			R		R			R		R			R		R	R
MEDEA	M																					
	A		R			R			R		R			R		R			R		R	R
CHECHELL	M																					
	A			R										R					R			
ANNABABA	M																					
	A		R											R					R			
CONSTANTINE	M																					
	A		R											R					R			
TOTAL	M	0	2	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0
	A	1	1	3	1	2	1	0	2	1	2	1	0	2	1	2	1	1	0	2	1	2
M+A		1	3	3	2	2	1	1	2	2	2	1	3	3	2	2	1	1	2	2	2	

Annexe n°05 : Planning de réception de l'unité commerciale d'Oran

		UCO																			
		DIM	LUN	MA	ME	JE	DIM	LUN	MA	ME	JE	DIM	LUN	MA	ME	JE	DIM	LUN	MA	ME	JE
DEB	M		R		R			R		R			R		R			R		R	
	A																				
UEH	M			R		R			R		R			R		R			R		R
	A																				
GDC	M			R		R			R		R			R		R			R		R
	A																				
MEDEA	M		R		R			R		R			R		R			R		R	
	A																				
CHECHELL	M							R										R			
	A																				
ANNABA	M								R					R					R		
	A																				
CONSTANTINE	M				R										R						
	A																				
TOTAL	M	0	2	2	2	2	0	2	2	2	2	0	2	2	2	2	0	2	2	2	2
	A	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0
M+A		0	2	2	3	2	0	3	3	2	2	0	2	2	3	2	0	3	3	2	2

Annexe n°06 : Planning de réception de l'unité commerciale de Batna

		UCB																				
		DIM	LUN	MA	ME	JE	DIM	LUN	MA	ME	JE	DIM	LUN	MA	ME	JE	DIM	LUN	MA	ME	JE	
DEB	M		R		R			R		R			R		R			R		R		R
	A																					
UEH	M			R		R			R		R			R		R			R		R	
	A																					
GDC	M				R				R		R			R		R			R		R	
	A																					
MEDEA	M		R		R			R		R			R		R			R		R		R
	A																					
CHECHELL	M									R												R
	A																					
ANNABA	M					R										R						
	A																					
CONSTANTINE	M						R										R					
	A																					
TOTAL	M	0	2	2	2	2	0	2	2	2	3	0	2	2	2	2	0	2	2	2	2	3
	A	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
M+A	0	2	2	2	3	1	2	2	2	3	0	2	2	2	3	1	2	2	2	2	3	



Table des matières

Table des matières

Résumé

Remerciements

Dédicaces

Liste des figures

Liste des tableaux

Liste des abréviations

Sommaire

Introduction générale02

Chapitre I : Cadre conceptuel sur la logistique globale.....06

Section01 : les principes de la logistique globale06

1.1 Évolution et définition de la logistique06

1.1.1 Aperçu Historique06

1.1.2 Définition de la logistique08

1.2 Typologie de la logistique09

1.2.1 La logistique d’approvisionnement.....09

1.2.2 La logistique de production09

1.2.3 La logistique de distribution.....09

1.2.4 La logistique militaire09

1.2.5 La logistique de soutien.....09

1.2.6 La logistique inverse.....09

1.3 L’objectif et le rôle de la logistique.....10

1.3.1 Les objectifs managériaux de la logistique10

1.3.2 Les objectifs commerciaux de la logistique	10
1.3.3 Les objectifs financiers de la logistique.....	10
1.4 La logistique globale.....	11
1.4.1 Définition de la chaine logistique.....	11
1.4.2 Les acteurs de la chaine logistique.....	12
1.4.3 Les différents flux de la chaine logistique.....	13
1.4.3.1 Les flux logistique interne	13
1.4.3.2 Les flux logistique externe	13
1.5 Les outils de gestion de la supply chain	14
1.5.1 Le tableau de bord logistique	14
1.5.2 Les progiciels de gestion de la supply chain	16
Section 02 : la logistique de distribution	20
2.1 Concepts théoriques sur la distribution	20
2.1.1 Définition de la distribution	20
2.1.2 Les structures de la distribution	21
2.1.2.1 Les canaux et circuits de distribution	21
2.1.2.2 Les types de circuits de distribution	21
2.2 Présentation de la logistique de distribution	23
2.2.1 Définition de la logistique de distribution	23
2.2.2 Les activités de la logistique de distribution	24
2.2.2.1 L'entreposage	24
2.2.2.1.1 Définition d'un entrepôt	24
2.2.2.1.2. Les types d'entrepôt	24
2.2.2.1.3. Le processus d'entreposage	25

2.2.2.1.4 Les formes d'entrepôt	26
2.2.2.2 La gestion des stocks	26
2.2.2.2.1 Définition du stockage...	26
2.2.2.2.2 Typologie des stocks	27
2.2.2.2.3 La valorisation des stocks	27
2.2.2.3 La manutention	32
2.2.2.3.1. Définition de la manutention	32
2.2.2.3.2 Les accessoires de manutention	32
2.2.2.4. La préparation de commandes et expédition	33
2.2.2.4.1 Le processus d'expédition	33
2.2.2.4.2 L'organisation des prélèvements	33
2.2.2.5 Le transport	34
2.2.2.5.1 Les contraintes du l'activité transport	35
2.2.2.5.2 Les modes de transport	36
2.2.2.5.3 Les critères de choix du mode de transport	38
Conclusion	39
Chapitre II : la logistique de distribution des produits pharmaceutiques	41
Section 1 : Généralité sur les produits pharmaceutiques	41
1.1 L'industrie pharmaceutique	41
1.2 Le particularité de l'industrie pharmaceutique	42
1.3 Les produits pharmaceutiques	44
1.3.1 Définition du produit pharmaceutique	44
1.3.1.1 Le médicament	44
1.3.1.2 les catégories de médicament	44

1.3.2 Particularité du médicament	45
1.3.3. Les processus de commercialisation d'un médicament	47
1.3.4. Cycle de vie d'un médicament	47
Section2 : présentation de la chaine logistique pharmaceutique	49
2.1 La logistique pharmaceutique	49
2.1.1 Les contraintes liées à la logistique pharmaceutique	50
2.2 Les acteurs de la chaine logistique pharmaceutique.....	50
2.2.1 Les fournisseurs	51
2.2.2 Les producteurs (ou laboratoires)	51
2.2.3 Les distributeurs	51
2.2.3.1 La distribution au détail	51
2.2.3.2 La distribution en gros	52
2.2.4. Les prestataires logistiques.....	52
2.2.5 Les acteurs spécifiques : payeurs, prescripteurs et régulateurs	53
2.3 La distribution physique des produits pharmaceutiques	54
2.3.1 Réglementations de la distribution des produits pharmaceutiques	54
2.3.2 Spécificité de la logistique de distribution des produits pharmaceutiques	55
2.3.2.1 Le transport des produits pharmaceutiques	55
2.3.2.2 L'entreposage des produits pharmaceutiques.....	55
2.3.2.3 L'assortiment	56
2.3.2.4 La gestion des stocks des produits pharmaceutiques	56
2.3.2.5 L'emballage et le conditionnement.....	57
2.3.2.6 Le système d'information	57
2.3.3 Les circuits de distribution des produits pharmaceutiques	58
Conclusion.....	61

Chapitre III : SAIDAL et le secteur pharmaceutique algérien	63
Section 01 : Le secteur pharmaceutique algérien	63
1.1 L'évolution de l'industrie pharmaceutique en Algérie	63
1.2 Le marché pharmaceutique algérien	66
1.2.1 Les principaux investisseurs dans le secteur pharmaceutique Algérien.....	66
1.2.2 La consommation du médicament	67
1.2.3 L'importation du médicament	67
1.2.4 La production	68
1.2.4.1 Le secteur public	69
1.2.4.2 Le secteur privé	69
1.2.5 La distribution des médicaments	70
1.2.5.1 Aspect réglementaire	71
1.2.5.2 Les marges bénéficiaires	71
Section 02 : Présentation du Groupe SAIDAL	74
2.1 Présentation du Groupe SAIDAL	74
2.1.1 Historique du groupe SAIDAL.....	74
2.1.2 Dénomination sociale et juridique	75
2.1.3 Mission et objectifs du groupe SAIDAL.....	75
2.2 Organisation du Groupe SAIDAL	76
2.2.1 L'organigramme de SAIDAL	76
2.2.2. La présentation des filiales du Groupe.....	78
2.2.3 Présentation des unités commerciales du groupe	80
2.3 Les différentes directions du groupe SAIDAL	81
Conclusion	84

Chapitre IV : L’analyse de la logistique de distribution de l’entreprise SAIDAL	86
Section1 : la logistique de distribution au sein de SAIDAL	86
1.1 La politique de distribution de SAIDAL	86
1.1.1 Les centres régionaux de distribution	87
1.1.1.1 Unité commerciale centre (U.C.C)	87
1.1.1.2 Centre de distribution d’Oran (C.D.O)	87
1.1.1.3 Centre de distribution de Batna (C.D.B)	87
1.1.2 Circuits de distribution de SAIDAL	90
1.2. Les acteurs de la logistique aval du Groupe SAIDAL	91
1.2.1 Les dépositaires.....	91
1.2.2 Les grossistes répartiteurs	91
1.2.3 Les prestataires logistiques	92
1.2.4 Les pharmaciens	92
1.2.5 La Pharmacie Centrale des Hôpitaux (PCH)	92
1.2.6 Des acteurs spécifiques	92
1.3 Le processus de la logistique de distribution au sein du Groupe SAIDAL	94
1.3.1 La Prévision de la demande c’est un relie important entre la production et la distribution.....	94
1.3.2 le processus de La logistique de distribution	94
1.3.2.1 Emballage et conditionnement	94
1.3.2.2 Manutention.....	95
1.3.2.3 L’entreposage des produits finis	96
1.3.2.4 La gestion des stocks des produits finis	98
1.3.2.5 La préparation des commandes	100
1.3.2.6 Transport et Expédition vers les centres de distribution.....	100

1.3.2.7 Le suivie des produits au niveau des unités de distribution.....	104
Section 2 : Méthodologie de l'enquête.....	106
2.1 Le déroulement de l'enquête	106
2.1.1 Le questionnaire	106
2.1.1.1 Choix de l'échantillon.....	106
2.1.1.2 Type des questions	106
2.1.1.3 Mode d'administration du questionnaire	106
2.1.1.4 Pré-test du questionnaire	107
2.1.2 Le guide d'entretien	107
2.1.2.1 Définition de l'entretien	107
2.1.2.2 Les types d'entretien utilisé pour notre recherche	107
2.1.2.3 Le déroulement de l'entretien	108
2.2. Les résultats de l'enquête	109
2.2.1 Le dépouillement du questionnaire	109
2.2.2 L'analyse de l'entretien	123
2.2.2.1 La méthode de traitement des données	123
2.2.2.2 L'entretien avec les cadres.....	123
2.3 Synthèse générale.....	126
2.3.1 Les forces et les faiblesses	128
2.3.2 Les recommandations.....	129
Conclusion	131
Conclusion générale	133
Bibliographie	
Annexes	