

# École Des Hautes Études Commerciales



Mémoire de fin de cycle pour l'obtention du diplôme de  
Master en sciences commerciales

Option : Distribution et commerce connecté

Thème :

**L'impact des réglementations  
environnementales sur les stratégies  
de distribution des produits recyclés**

**Etude de cas : Propacking**

Élaboré par :

Mr. KESSI Mohamed islam

Encadré par :

Dr. BELBOULA Mohamed Redha

Enseignant à l'EHEC Alger

12<sup>ème</sup> promotion

Juin 2025



# École Des Hautes Études Commerciales



Mémoire de fin de cycle pour l'obtention du diplôme de  
Master en sciences commerciales

Option : Distribution et commerce connecté

## Thème :

**L'impact des réglementations  
environnementales sur les stratégies  
de distribution des produits recyclés**

**Etude de cas : Propacking**

### Élaboré par :

Mr. KESSI Mohamed islam

### Encadré par :

Dr. BELBOULA Mohamed Redha

Enseignant à l'EHEC Alger

12<sup>ème</sup> promotion

Juin 2025

## **Dédicaces**

Je dédicace ce travail à ma mère pour l'aide et le soutien qu'elle m'a accordés depuis ma scolarisation jusqu'à ma graduation, à ma sœur, mon frère, ainsi qu'à toute ma famille pour leur soutien moral et leur présence à mes côtés tout au long de mon parcours. Enfin, à tous mes amis pour leurs encouragements et leur aide.

## **Remerciement**

Louange à Dieu le Tout-Puissant qui m'a donné la force et la patience nécessaires pour mener à bien ce travail.

Je tiens à remercier sincèrement Monsieur Mohamed Redha Belboula, mon encadrant à l'EHEC, pour ses conseils, son encadrement et sa disponibilité tout au long de la réalisation de ce mémoire. Mes remerciements vont également à Madame Majda Ben Khelf Allah, mon encadrante au sein de l'entreprise, pour son accueil, son accompagnement et l'aide précieuse qu'elle m'a apportée durant mon stage.

Je remercie tous les enseignants de l'école ainsi que les membres du jury pour le temps qu'ils m'ont consacré et pour l'intérêt porté à mon travail.

Je n'oublie pas de remercier toute l'équipe de l'entreprise ProPacking pour leur collaboration et leur bonne humeur, ainsi que toutes les personnes qui m'ont soutenu durant cette expérience.

## Résumé

Avec l'intérêt croissant pour les questions environnementales dans les politiques publiques et les pratiques industrielles, les entreprises opérant dans le secteur du recyclage sont désormais confrontées à des réglementations encadrant leur activité. Cette recherche vise à étudier l'impact de ces réglementations environnementales sur la distribution des produits recyclés.

À travers une étude qualitative menée auprès d'un responsable d'une entreprise de recyclage, il ressort que les réglementations environnementales imposent certaines obligations, comme la conformité aux lois nationales, la mise en place de pratiques responsables pour l'obtention de certifications telles que l'ISO 9001 et, à terme, l'ISO 14001. Ces exigences influencent directement la stratégie de distribution, notamment dans la perspective d'exportation vers des marchés exigeants comme l'Union européenne.

Les résultats de cette étude ont confirmé que, bien que ces réglementations représentent un coût et une contrainte technique, elles agissent aussi comme un levier stratégique : elles poussent les entreprises à structurer leurs processus, améliorer leur image de marque et adapter leurs circuits de distribution, ce qui peut renforcer leur position sur le marché et favoriser leur accès à de nouveaux segments.

**Mots-clés** : Réglementation environnementale, distribution, recyclage, certifications, responsabilité sociétale.

## **Abstract**

With the growing focus on environmental issues in public policies and industrial practices, companies operating in the recycling sector are now subject to regulations that govern their activities. This research aims to study the impact of these environmental regulations on the distribution of recycled products.

Through a qualitative study conducted with a manager of a recycling company, it was found that environmental regulations impose certain obligations, such as compliance with national laws, implementation of responsible practices for obtaining certifications like ISO 9001 and, eventually, ISO 14001. These requirements directly influence the company's distribution strategy, especially with regard to exporting to demanding markets such as the European Union.

The results of this study confirmed that, although these regulations represent a cost and technical constraint, they also serve as a strategic lever: they encourage companies to structure their processes, improve their brand image, and adapt their distribution channels, which can strengthen their market position and facilitate access to new segments.

**Keywords:** Environmental regulation, distribution, recycling, certifications, social responsibility.

## المخلص

في ظل تزايد الاهتمام بالقضايا البيئية ضمن السياسات العامة والممارسات الصناعية، أصبحت الشركات العاملة في قطاع إعادة التدوير تواجه تنظيمات تُوَطر نشاطها. يهدف هذا البحث إلى دراسة أثر هذه التنظيمات البيئية على توزيع المنتجات المعاد تدويرها.

من خلال دراسة نوعية أُجريت مع مسؤول في شركة لإعادة التدوير، تبيّن أن القوانين البيئية تفرض التزامات معينة، مثل الامتثال للتشريعات الوطنية، وتطبيق ممارسات مسؤولة للحصول على شهادات مثل ISO 9001 ، وفي المستقبل ISO 14001. هذه المتطلبات تؤثر مباشرة على استراتيجية توزيع الشركة، خصوصًا في حال التوجه نحو التصدير إلى أسواق صارمة مثل الاتحاد الأوروبي .

وقد أكدت نتائج هذه الدراسة أن هذه القوانين، رغم ما تمثله من تكاليف وقيود تقنية، تُعد أيضًا رافعة استراتيجية، إذ تدفع الشركات إلى تنظيم عملياتها، وتحسين صورتها المؤسسية، وتكييف قنوات التوزيع لديها، مما يعزز موقعها في السوق ويدعم فرصها في الوصول إلى شرائح جديدة من الزبائن

**الكلمات المفتاحية:** التنظيم البيئي، التوزيع، إعادة التدوير، الشهادات، المسؤولية الاجتماعية.

## Liste des tableaux

<b>Numéro</b>	<b>Intitulé du tableau</b>	<b>Page</b>
	<b>Chapitre 1</b>	
<b>1</b>	avantages et inconvénients des circuits de distribution	<b>11</b>
<b>2</b>	Les fonctions de distribution	<b>18</b>
<b>3</b>	Les avantages et les inconvénients de stock	<b>32</b>
	<b>Chapitre 3</b>	
<b>1</b>	Caractéristiques des trois types d'entretien	<b>88</b>
<b>2</b>	Les axes de l'entretien	<b>89</b>
<b>3</b>	principaux indicateurs de l'entreprise	<b>99</b>

## Liste des figures

<b>Numéro</b>	<b>Intitulé de la figure</b>	<b>Page</b>
<b>Chapitre 1</b>		
<b>1</b>	Circuit de distribution en grande consommation	<b>11</b>
<b>2</b>	L'utilité des intermédiaires	<b>15</b>
<b>Chapitre 2</b>		
<b>1</b>	Les descriptions du modèle linéaire	<b>53</b>
<b>2</b>	L'économie circulaire	<b>61</b>
<b>Chapitre 3</b>		
<b>1</b>	l'organigramme de l'entreprise	<b>79</b>
<b>2</b>	l'évolution de chiffre d'affaire	<b>99</b>
<b>3</b>	l'évolution de quantité produite	<b>100</b>
<b>4</b>	l'évolution de nombre de clients	<b>100</b>
<b>5</b>	La couverture géographique	<b>101</b>

## Liste des abréviations

ABC: Activity-Based Costing

ADEME : Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie

BTP: Bâtiment et Travaux Publics

CAM: Computer-Aided Manufacturing

CRM: Customer Relationship Management

CTI : Computer Telephony Integration

DG : Direction Générale

DIB : Déchets Industriels Banals

DRP : Distribution Requirements Planning

EIT : Écologie Industrielle et Territoriale

ERP: Enterprise Resource Planning

ESG: Environmental, Social and Governance

FIFO: First In, First Out

GMAO: Gestion de Maintenance Assistée par Ordinateur

GPS: Global Positioning System

HSE : Hygiène, Sécurité, Environnement

IA : Intelligence Artificielle

INEC : Institut National de l'Économie Circulaire

INSEE : Institut National de la Statistique et des Études Économiques

IoT: Internet of Things

ISO: International Organization for Standardization

LIFO: Last In, First Out

MGS: Magasin de Stockage

ONG: Organisation Non Gouvernementale

OCDE : Organisation de Coopération et de Développement Économiques

PACE : Programme d'Appui à la Compétitivité des Entreprises

PIB : Produit Intérieur Brut

PME : Petite et Moyenne Entreprise

QEC : Qualité Environnementale des Constructions

R&D : Recherche et Développement

RFID : Radio Frequency Identification

RMQ : Référentiel de Management de la Qualité

RSE : Responsabilité Sociétale des Entreprises

SaaS : Software as a Service

SAV : Service Après-Vente

SCM : Supply Chain Management

SI : Système d'Information

SNGID : Stratégie Nationale de Gestion Intégrée et de Valorisation des Déchets

SME : système de management environnementale

SWOT : Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats

UE : Union européen

UIOM : Unité d'Incinération des Ordures Ménagères

VR : réalité virtuelle

# Sommaire

<b>Introduction générale .....</b>	<b>1</b>
<b>Chapitre 1 : Fondements théoriques de la distribution.....</b>	<b>5</b>
Section 1 : Définitions et concepts clés de la distribution .....	6
Section 2: Stratégies de distribution dans un environnement industriel.....	19
Section 3 : Logistique et optimisation des flux dans la distribution. ....	29
<b>Chapitre 2:le recyclage et l'économie circulaire .....</b>	<b>42</b>
Section 1 : le recyclage et la valorisation des déchets.....	43
Section 2 : le passage de l'économie linéaire à l'économie circulaire .....	52
Section 3 : Emergence de l'économie circulaire .....	62
<b>Chapitre 3:Cadre Méthodologique et Contextuel .....</b>	<b>76</b>
Section 1 : Présentation de l'entreprise ProPacking.....	77
Section 2 : Présentation de la méthodologie de l'étude .....	85
Section 3 : Présentation et l'analyse d'entretien .....	89
<b>Conclusion générale .....</b>	<b>107</b>

# **Introduction générale**

# Introduction générale

---

Au cours de l'histoire, l'environnement a subi de profondes transformations, particulièrement depuis l'ère de la révolution industrielle. Cette période a marqué une accélération sans précédent de la croissance économique et de l'urbanisation, entraînant des impacts environnementaux significatifs.

Face à ces déséquilibres écologiques, de nombreux États, y compris l'Algérie, ont progressivement pris conscience des limites du système actuel et de la nécessité de mettre en place des politiques de protection environnementale.

En Algérie, la problématique environnementale est devenue une priorité nationale, notamment en raison de la crise écologique que traverse le pays.

Les déchets représentent une des principales menaces environnementales. Avec une production annuelle de près de 34 millions de tonnes de déchets (selon Fatma Zahra Zerouati, ministre de l'Environnement et des Énergies Renouvelables en 2018), cette situation résulte directement de l'augmentation de la consommation des biens et services, combinée à un mode de gestion souvent inadapté. Ces déchets, pour la plupart non valorisés, contribuent à la pollution des sols, des eaux et de l'air, affectant gravement l'équilibre écologique.

Selon les prévisions, ce volume pourrait atteindre 70 millions de tonnes d'ici 2035, un chiffre alarmant qui souligne l'urgence de mettre en œuvre des stratégies efficaces pour réduire et valoriser les déchets. Consciente de cet enjeu, l'Algérie a adopté la Stratégie Nationale de Gestion Intégrée et de Valorisation des Déchets à l'Horizon 2035 (SNGID 2035).

Cette initiative vise à développer une approche durable et intégrée, axée sur la réduction, la réutilisation, le recyclage et la valorisation des déchets produits sur le territoire national.

Dans ce contexte, Le choix de ce thème ne relève pas du hasard. Il découle d'un intérêt marqué pour les problématiques environnementales et leur impact sur les activités économiques, en particulier dans le domaine du recyclage.

Ce sujet, devenu crucial dans un contexte mondial de transition écologique, prend également une place grandissante en Algérie, où les entreprises, comme ProPacking, sont de plus en plus appelées à intégrer des pratiques durables dans leurs stratégies commerciales.

D'après ce que nous avons abordé précédemment, la problématique centrale de cette étude est la suivante :

# Introduction générale

---

« Comment les réglementations environnementales influencent-elles les stratégies de distribution des produits recyclés? »

De cette problématique principale, dérivent quelques questions secondaires qui nous permettent une meilleure compréhension et structuration de notre travail de recherche, et qui sont formulées comme suit :

Q1: Quelles sont les contraintes liées aux réglementations environnementales qui influencent la stratégie de distribution des produits recyclés ?

Q2: Les entreprises adaptent-elles leurs circuits de distribution en réponse aux exigences des réglementations environnementales ?

Q3: Le respect des réglementations environnementales pousse-t-il les entreprises à adopter leur stratégie de distribution?

Afin de mieux cerner notre problématique, nous nous sommes basées sur les hypothèses suivantes :

H1: les réglementations environnementales influencent les stratégies de distribution des produits recyclés en imposant des contraintes liées au l'obtention des certifications environnementales.

H2 : Les entreprises adaptent leurs circuits de distribution et choisissent leurs partenaires en fonction de critères environnementaux pour assurer leur conformité.

H3: le respect des réglementations environnementales oblige les entreprises à adapter leur stratégie de distribution.

Pour répondre à la question de recherche ou même pour confirmer ou infirmer nos hypothèses.

Tout d'abord, une recherche documentaire pour réaliser notre cadre conceptuel, cerner nos variables ainsi que notre sujet de recherche.

Ensuite, un guide d'entretien individuel pour effectuer notre état des lieux auprès une responsable concernée par nos variables.

# Introduction générale

---

Nous avons structuré notre mémoire en trois chapitres :

Le premier chapitre présente les fondements théoriques de la distribution. Il définit les concepts clés, explore les différentes stratégies utilisées dans un environnement industriel, et aborde les enjeux logistiques liés à l'optimisation des flux.

Le deuxième chapitre traite du recyclage et de l'économie circulaire. Il explique les principes de valorisation des déchets, analyse la transition de l'économie linéaire vers un modèle circulaire, et met en lumière l'émergence de cette nouvelle approche économique.

Enfin, le troisième chapitre est consacré au cadre méthodologique et contextuel. Il détaille la démarche suivie pour mener l'étude, présente l'entreprise ProPacking, et propose une interprétation des résultats obtenus. Ce chapitre se conclut par des recommandations pour améliorer les pratiques de distribution de ProPacking dans le respect des exigences environnementales.

Et pour finir, une conclusion générale à notre travail de recherche.

# **Chapitre 1 :**

Fondements théoriques de la  
distribution

# Chapitre 1 : Fondement théorique de la distribution

---

## **Introduction du chapitre 1**

La distribution est un élément essentiel de la stratégie des entreprises, permettant d'assurer la mise à disposition des produits auprès des clients de manière efficace et compétitive.

Dans un environnement industriel, elle revêt une importance stratégique, car elle influence la performance globale de l'entreprise en optimisant les flux de marchandises et en réduisant les coûts logistiques. Une gestion efficace de la distribution ne se limite pas à acheminer les produits, elle implique également le choix des canaux, la mise en place de stratégies adaptées et l'optimisation des processus logistiques pour garantir une meilleure réactivité face aux exigences du marché.

Dans ce premier chapitre, nous aborderons les fondements théoriques de la distribution à travers trois sections principales :

La première section sera consacrée aux définitions et concepts clés de la distribution, en expliquant son rôle, l'importance et leur évolution historique, les canaux de distribution, ses fonctions et son importance dans la chaîne de valeur des entreprises.

La deuxième section portera sur les stratégies de distribution dans un environnement industriel, les particularités de distribution industrielle, les techniques de segmentation dans les réseaux industrielle et l'impact des nouvelles technologies.

La troisième section traitera de la logistique et de l'optimisation des flux dans la distribution, en mettant en lumière les enjeux liés à la gestion des stocks, systèmes de gestion intégrée.

# Chapitre 1 : Fondement théorique de la distribution

---

## Section 1 : Définition et concepts clés de la distribution

La distribution constitue un maillon essentiel de l'économie, assurant le lien entre la production et la consommation. Elle englobe un ensemble de fonctions visant à acheminer les produits vers les marchés de manière efficace. Comprendre ses fondements permet d'en saisir les enjeux économiques et organisationnels.

### 1.1 Définition et l'évolution historique la distribution

La distribution fait l'objet de plusieurs définitions selon les auteurs et les approches. Cette diversité traduit la richesse de ce concept.

#### 1.1.1 Définition :

Selon CHIROUZE «c'est l'ensemble des activités réaliser par le fabricant avec ou sans le concours a d'autre institution, à partir du moment où les produits sont finis et attendent d'être écoulés jusqu'au moment où ils sont en possession du consommateur final et prêts à être consommés, au lieu, au moment, sous les formes et dans les quantités correspondant aux besoins des utilisateur ». <sup>1</sup>

On définit aussi la distribution « La distribution comprend l'ensemble des opérations qui permettent d'acheminer un produit du lieu de production jusqu'à la mise à disposition du consommateur ou de l'utilisateur ». <sup>2</sup>

Ou bien encore «c'est une fonction qui met les biens et les services à la disposition de l'utilisateur dans les conditions de lieu, de temps, de taille..., qui conviennent à celui-ci ». <sup>3</sup>

#### 1.1.2 L'évolution historique de la distribution

La distribution a connu plusieurs évolutions au fil du temps, en réponse aux transformations économiques et sociales. <sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> CHIROUZE (y) : « La distribution : radioscopie des circuits de distribution en France », 2eme édition, CHOTARD et ASS, Paris, 1990, p. 15.

<sup>2</sup> DEMEURE (C) et BERTELOOT (S) : « Aide-mémoire Marketing », Édition Dunod, 7<sup>e</sup> édition, Paris, 2015, p. 191.

<sup>3</sup> DAYEN (A) : « Manuel de la distribution », édition d'organisation, paris ,1987. P.54.

<sup>4</sup> BINNINGER (A.-S.) : « La Distribution », Gualino, paris, 2013, p.22.

# Chapitre 1 : Fondement théorique de la distribution

---

- **Avant 1900 : l'amorce de tous les changements par les groupements d'achat :**

Au XIXe siècle, le commerce reste principalement composé de petits commerçants servant une clientèle locale de manière traditionnelle. Cependant, certaines formes de regroupement commencent à apparaître, notamment avec la création de coopératives permettant des achats en commun. Par la suite, des réseaux de magasins sous une même enseigne se développent, ouvrant la voie à un nouveau modèle de distribution qui préfigure la grande distribution moderne.

- **De 1910 à 1960 : l'essor du commerce moderne (discount, libre-service et grandes surfaces) :**

À partir de 1910, le développement du succursalisme puis de nouveaux formats de magasins établiront le discount et le libre-service comme les piliers de nouveau commerce.

- **De 1960 à 1990 : la multiplication des formats de magasins :**

Dans les années 1960, le développement de nouveaux formats de magasins a intensifié la concurrence et accéléré la disparition des petits commerces indépendants. Ces nouveaux concepts misent soit sur une spécialisation accrue, soit sur une offre encore plus large de produits, transformant ainsi le paysage du commerce de détail.

- **À partir de 1990 : de l'internationalisation à la mondialisation :**

À partir du début du siècle et jusqu'aux années 1970, certaines grandes enseignes, profitant de leur taille sur leur marché national, ont commencé à s'internationaliser, principalement vers des régions proches aux habitudes de consommation similaires. À la fin des années 1970, on comptait déjà de nombreuses entreprises internationalisées, notamment dans le secteur alimentaire. Cependant, c'est à partir des années 1980 et 1990 que ce phénomène s'est intensifié, touchant d'abord la distribution alimentaire, puis le non-alimentaire.

- **À partir de 2000 : l'essor du commerce électronique et du multicanal :**

La vente par correspondance, d'abord un service additionnel des magasins, s'est développée avec des catalogues spécialisés ou généralistes. Depuis la fin des années 1990, avec l'essor d'internet, elle s'intègre à la vente à distance, portée par le commerce en ligne.

# Chapitre 1 : Fondement théorique de la distribution

---

## 1.2 Distribution et marketing mix

La distribution est une variable du mix contrôlable, et incontournable, au même titre que le produit ou le prix. Bien que variable contrôlable, la variable de distribution est une variable difficile à maîtriser dans la mesure où le producteur met son produit dans les mains d'intermédiaires auprès desquels il ne peut rien exiger si ce n'est les inciter à appliquer sa politique.<sup>5</sup>

La notion de distribution dans le marketing recouvre deux aspects :

- Elle désigne l'ensemble des activités commerciales destinées à mettre le produit en situation favorable face au client et la gestion des flux de produits du lieu de production au lieu d'utilisation.
- La distribution recouvre aussi l'ensemble des opérations par lesquelles un bien sortant de l'appareil de production est mis à la disposition du consommateur et de l'utilisateur final.

## 1.3 Importance et le rôle de distribution :

La distribution occupe un rôle crucial tant pour les entreprises que pour les consommateurs.

### 1.3.1 L'importance :

La distribution joue un rôle central dans la stratégie des entreprises, car elle permet d'assurer l'acheminement des produits vers les clients finaux de manière efficace et optimisée. Elle ne se limite pas au simple transport des marchandises, mais englobe un ensemble d'activités visant à mettre les produits à disposition des consommateurs au bon moment, au bon endroit et aux meilleures conditions.

### 1.3.2 Le rôle :

La distribution consiste à rapprocher et à ajuster l'offre et la demande, dans les conditions où chacun des partenaires trouve son compte. Elle permet aux consommateurs de se procurer aisément les biens dont ils ont besoins, avec un choix suffisant tout en évitant de se déplacer

---

<sup>5</sup>RICHARD-LANNEYERIE, (S) : « les clés du marketing, tout le marketing en 136 fiches », éditions le génie des glaciers, 4e édition, France, 2013, p.110.

# Chapitre 1 : Fondement théorique de la distribution

---

trop loin. Les rôles de la distribution sont donc multiples et bénéfiques pour le producteur comme pour le consommateur.<sup>6</sup>

## **1.3.2.4 Vis-à-vis du producteur :**

La distribution opère une régulation dans la fabrication, en permettant son étalement sur toute l'année (par le stockage, les commandes à l' avance) :

- Elle participe à l'effort financier du producteur, en payant les biens qu'elle stocke, sans avoir la certitude de les revendre.
- Elle permet aussi au producteur, d'acheminer partout sa production, et participe à des opérations publicitaires destinées à mieux vendre le produit ou le service.

## **1.3.2.5 Vis-à-vis du consommateur**

La distribution a un rôle essentiel, qui consiste à mettre à la disposition des consommateurs ou qu'ils se trouvent, et souvent, qu'elle que soit la saison, les biens qu'ils désirent, dans la qualité voulue. Elle lui évite ainsi d'avoir à faire de gros achats et d'immobiliser des sommes qu'il n'a peut-être pas.... Ce qui serait le cas s'il s'adresse directement au producteur.

## **1.4 Les canaux et circuits de distribution :**

Dans le domaine de la distribution, une distinction importante existe entre les circuits et les canaux de distribution. Chacun de ces termes désigne des aspects spécifiques du chemin emprunté par les produits vers les consommateurs.

### **1.4.1 La définition du canal :**

On peut définir le canal de distribution par : « un canal de distribution représente le chemin parcouru par le produit, du producteur au consommateur»<sup>7</sup>

### **1.4.2 La différence entre canal et circuit :**

Un canal de distribution représente le chemin parcouru par le produit, du producteur au consommateur. L'ensemble des canaux qu'un produit emprunte pour atteindre ses cibles, constitue un circuit.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> KOTLER (P) et DUBOIS (B) : « Marketing Management », 15<sup>ème</sup> édition, Public union, Paris. 2015, P. 558.

<sup>7</sup> CLIQUET (G.), FADY (A.), BASSET (G.):« Distribution : Organisation et stratégies »,2<sup>ème</sup> édition Dunod, paris. 2006, p.97.

<sup>8</sup> Ibid. P.97.

# Chapitre 1 : Fondement théorique de la distribution

---

## 1.4.3 Les différents canaux de distribution :

Comme cela a été mentionné précédemment le canal de distribution représente le chemin emprunté par un produit ou un service pour atteindre le consommateur final. Il est constitué d'un ensemble d'intermédiaires (grossistes, détaillants, distributeurs.)

La longueur du canal sera plus ou moins importante selon qu'il y a ou non internalisation des fonctions. On distingue trois longueurs<sup>9</sup> :

### 1.4.3.1 Les canaux longs :

Intègrent plusieurs intermédiaires entre production et consommation, (grossistes, distributeurs, détaillants) comme c'est le cas généralement dans les canaux traditionnels, Ce modèle est courant dans la grande distribution.

Le désavantage de ce type de canal est une marge plus faible pour le producteur par rapport à la vente directe, ainsi qu'une dépendance aux détaillants pour la commercialisation.

### 1.4.3.2 Les canaux courts :

S'affranchissent des intermédiaires entre fabricants et détaillants, souvent via des centrales d'achat qui optimisent les volumes et les coûts.

L'inconvénient de ce type de canal est une marge plus faible pour le producteur par rapport à la vente directe, ainsi qu'une dépendance aux détaillants pour la commercialisation.

### 1.4.3.3 Les canaux ultracourts :

Suppriment totalement les intermédiaires, permettant aux producteurs de vendre directement aux consommateurs, mettent en relation directe producteurs et consommateurs.

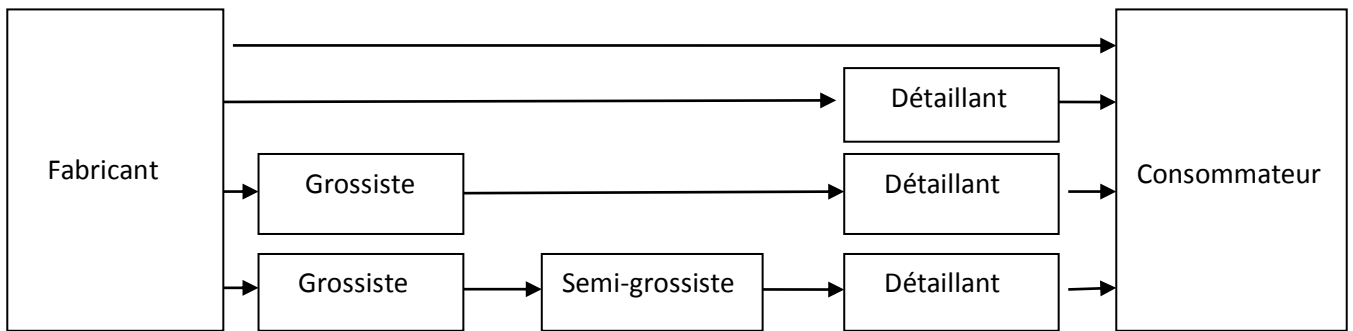
La limite de ce type c'est la logistique et la distribution entièrement à la charge du producteur, nécessité d'un fort investissement en communication et en vente.

---

<sup>9</sup> Ibid. p.102.

# Chapitre 1 : Fondement théorique de la distribution

**Figure1** : circuit de distribution en grande consommation



Source : KOTLER (P) et DUBOIS (B), « Marketing Management », 15<sup>ème</sup> édition, Public union, Paris. 2015.

p.560

**Tableau 1** : avantages et inconvénients des circuits de distribution

circuits	avantages	inconvénients
Circuit ultracourt	<ul style="list-style-type: none"> <li>-La stratégie de distribution mis-en place par le producteur répond aux objectifs tracés par ce dernier;</li> <li>-Ce circuit facilite le contact avec le consommateur et le contrôle directe de la distribution;</li> <li>-Le prix compétitif, car il ne contient pas la marge bénéficière des intermédiaires;</li> <li>-Il permet le contrôle direct du marché et des besoins du consommateur.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Les économies réalisées sur la marge des distributeurs risquent d'être inférieurs à l'augmentation des charges;</li> <li>-La possibilité de distribution du fabricant est limitée à ses moyens;</li> <li>-Le producteur doit réaliser des investissements financiers et humains (force de vente, personnelle chargée de la logistique).</li> </ul>

## Chapitre 1 : Fondement théorique de la distribution

Circuit court	<ul style="list-style-type: none"><li>-Il permet d'économiser la marge du grossiste;</li><li>-La distribution n'est plus limitée aux moyens du producteur qui peut compter sur les ressources financières et humaines du distributeur;</li><li>-Celui-ci connaît bien son marché et il est proche de sa cliente.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>-la présence du produit en rayon, est fonction des achats et des stocks du commerçant qui ne peut pas compter sur le grossiste ;</li><li>-Le producteur contrôle moins bien la distribution de ses produits, il doit conserver un contacte permanent avec le consommateur par l'intermédiaire du détaillant;</li><li>-L'intermédiaire agit en fonction de son intérêt qui n'est pas toujours le même que celui du producteur.</li></ul>
Circuit long	<ul style="list-style-type: none"><li>-Exploite tous les marchés et bénéficie du savoir-faire du distributeur.</li><li>-Le producteur n'a pas besoin d'avoir une équipe commerciale importante puisque le nombre de clients est limité.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Le nombre d'intermédiaires peut être difficile à quantifier;</li><li>-Le producteur peut être victime d'un surcout pour multitude d'intermédiaires;</li><li>-Le consommateur aura toujours un tarif supplémentaire à payer.</li></ul>

Source : AUDIGIER (G), « Marketing et action commerciale », 3ème édition, Dunod, Paris 2003, p91.

### 1.4.4 Les intermédiaires du canal de distribution :

Les grossistes et les détaillants, en tant qu'intermédiaires dans le canal de distribution, jouent un rôle clé dans la mise à disposition des produits. Leur fonction est essentielle pour relier le producteur au consommateur final.

#### 1.4.4.1 Grossiste :

Les grossistes jouent un rôle clé dans la chaîne de distribution en servant d'intermédiaires entre les fabricants et les détaillants ou les entreprises. Leur activité repose sur plusieurs missions essentielles<sup>10</sup> :

<sup>10</sup> DEMEURE (C) et BERTELOOT (S) : op.cit, p. 193.

## Chapitre 1 : Fondement théorique de la distribution

---

- **Achat après sélection auprès des fabricants et revente aux détaillants ou aux entreprises** : Les grossistes achètent des produits directement aux fabricants, généralement en grandes quantités. Cette sélection est basée sur des critères comme la demande du marché, la rentabilité ou la tendance des produits. Ensuite, ils revendent ces produits aux détaillants.
- **Livraison par petits lots** : Contrairement aux fabricants, qui vendent souvent des produits en gros volumes, les grossistes effectuent des livraisons de quantités plus petites, adaptées aux besoins de leurs clients (détaillants ou entreprises).
- **Prospection et suivi de clientèle par représentants** : Les grossistes emploient des représentants commerciaux pour aller à la rencontre de nouveaux clients et maintenir de bonnes relations avec leurs clients existants (suivi). Ces représentants analysent les besoins des clients, leur proposent les produits qui pourraient correspondre à leur activité.

### 1.4.4.2 Les détaillants :

Les détaillants jouent un rôle clé dans la vente directe de produits aux consommateurs finaux. Leur activité se divise principalement en deux étapes <sup>11</sup>:

- **Achat auprès des grossistes** : Les détaillants achètent des produits en quantités relativement petites auprès des grossistes. Cela leur permet d'avoir une large variété de produits sans avoir à s'approvisionner en grandes quantités directement auprès des fabricants.
- **Vente aux particuliers** : Une fois les produits achetés, les détaillants les vendent directement aux consommateurs finaux. Leur rôle est de présenter les produits de manière attrayante, d'informer les clients sur leurs caractéristiques, et de faciliter la transaction. Les détaillants jouent un rôle essentiel dans l'expérience d'achat des consommateurs.

### 1.4.5 Choix du canal de distribution

Mettre en place un système de distribution nécessite plusieurs étapes. Il est d'abord essentiel d'analyser les besoins des clients, puis de définir les objectifs à atteindre. Ensuite, il convient d'identifier les solutions de distribution possibles et enfin de les évaluer.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Ibid. p.195.

<sup>12</sup> KOTLER (P) et DUBOIS (B) : op.cit. P.562.

# Chapitre 1 : Fondement théorique de la distribution

---

## 1.4.5.1 Etudier les besoins des clients :

Les consommateurs choisissent leurs canaux de distribution en fonction de leurs attentes telles que :

- **Le volume unitaire souhaité** : c'est-à-dire la quantité de produits acquise par un client à chaque achat. Plus il est réduit, plus le service rendu par le canal s'élargit (stockage, éclatement, etc.).
- **Le délai** : qui sépare la commande de la livraison. Les clients recherchent de plus en plus la rapidité.
- **L'endroit** : Il est pratique pour un consommateur de trouver ce qu'il désire où cela l'arrange, ce qui exige un réseau composé de nombreux points de vente.
- **Le choix** : qui correspond à la largeur de l'assortiment du distributeur. En général, les clients apprécient un large choix pour pouvoir trouver précisément ce qu'ils recherchent, mais un choix trop large entraîne parfois des effets négatifs.
- **Le service** : Il comprend tous les éléments intangibles (crédit, livraison, installation, réparation) fournis par le distributeur. Certains clients acceptent volontiers un faible niveau de service si cela se traduit par des niveaux de prix bas. Plus les services fournis sont nombreux, plus les fonctions dévolues au distributeur s'accroissent.

## 1.4.5.2 Préciser les objectifs et les contraintes :

Les objectifs d'un mode de distribution visent à minimiser les coûts tout en fournissant le service attendu. Le choix des canaux dépend des caractéristiques du produit <sup>13</sup>:

- Les produits périssables nécessitent des canaux courts.
- Les produits volumineux privilégient des canaux réduisant les manipulations.
- Les produits non standardisés sont souvent vendus directement.
- Les produits nécessitant un service après-vente ou ayant une valeur élevée sont gérés directement par l'entreprise. L'environnement économique et les choix des concurrents influencent également ces décisions. En période de conjoncture difficile, les canaux courts sont souvent privilégiés pour réduire les coûts.

---

<sup>13</sup> Ibid .p.563.

# Chapitre 1 : Fondement théorique de la distribution

## 1.4.5.3 Identifier les options possibles :

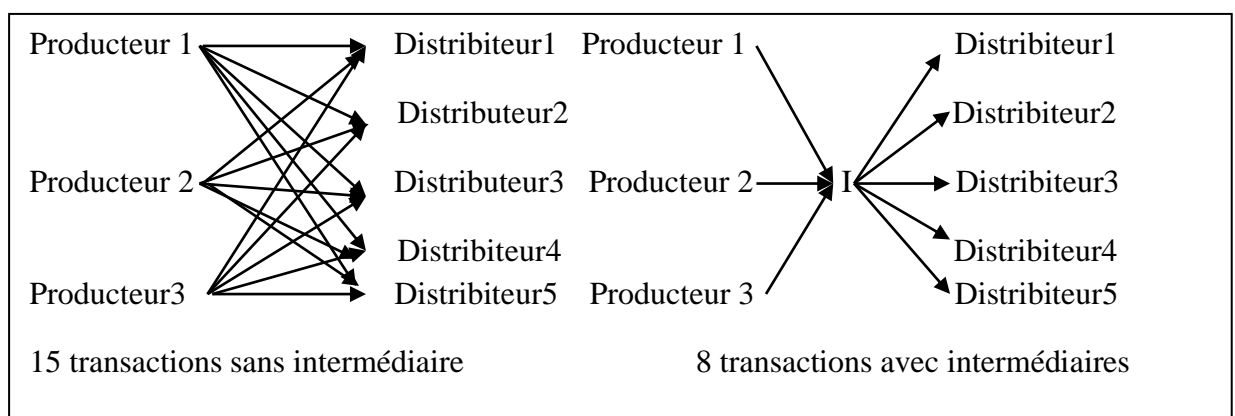
Chaque option en matière de distribution comprend trois éléments : la nature des intermédiaires, leur nombre, et les responsabilités respectives du producteur et de ses intermédiaires.

- **La nature d'intermédiaire :** L'entreprise doit identifier les intermédiaires potentiels pour distribuer ses produits, comme vendre directement aux constructeurs, aux concessionnaires ou par l'intermédiaire de distributeurs. Il est essentiel de considérer à la fois les systèmes de distribution traditionnels et d'explorer de nouvelles approches, telles que la vente en ligne ou par catalogue.
- **Le nombre de points de ventes :** Le nombre d'intermédiaires à utiliser dépend du degré de couverture du marché, en fonction des objectifs de l'entreprise.

## 1.4.5.4 Evaluer les options envisagées :

- **Les critères économiques :** les canaux de distribution varient en termes de coûts par transaction, les options les moins chères étant souvent adaptées aux produits simples, tandis que des produits plus complexes nécessitent des canaux avec plus de contacts directs
- **le contrôle et la souplesse.**

**Figure2 :** L'utilité des intermédiaires



Source : AUDIGIER (G), « Marketing et action commerciale », 6ème édition, Dunod, Paris 2010, p93.

# Chapitre 1 : Fondement théorique de la distribution

---

## 1.5 Trade marketing

**Définition** : « Le Trade marketing (appelé aussi mercatique associée) est la conséquence de la prédominance de la MGS (moyenne et grande distribution) dans le commerce de détail actuel. Pour le producteur, le Trade marketing consiste à améliorer sa relation avec le distributeur tout-puissant en cherchant avec ce dernier une collaboration bénéfique pour chacun des deux partenaires.»<sup>14</sup>

### 1.5.1 Relation producteur-distributeur

Les relations producteurs-distributeurs sont caractérisées par quatre éléments principaux :

- la concentration croissante de la distribution.
- la limitation des surfaces de vente.
- une redéfinition réglementaire des règles du jeu grâce à la loi Galland.
- le développement constant des marques de distributeurs.

## 1.6 Les fonctions de distribution :

Les fonctions de la distribution sont aujourd'hui multiples mais peuvent être regroupées selon quatre axes<sup>15</sup> :

### 1.6.1 Les fonctions physiques :

Les fonctions physiques sont les opérations nécessaires pour acheminer efficacement les produits du producteur au consommateur final.

- **Les achats** : L'achat consiste à acquérir les produits ou matières premières nécessaires à la revente, en veillant à optimiser coûts, qualité et disponibilité. Cette fonction est essentielle pour garantir l'approvisionnement des points de vente.
- **La fonction de transport** : Le transport assure le déplacement des produits entre les différents maillons de la chaîne, du fournisseur au consommateur final, en optimisant les délais et les coûts. Il est crucial pour maintenir la continuité de l'approvisionnement.

---

<sup>14</sup> Ibid. P.105.

<sup>15</sup> BINNINGER (A.-S.): op.cit. P.33.

## Chapitre 1 : Fondement théorique de la distribution

---

- **La fonction de stockage** : Le stockage consiste à conserver les produits dans des entrepôts avant leur distribution, en veillant à une gestion efficace des stocks pour éviter les excédents ou ruptures. Cela permet de garantir une disponibilité continue des produits.

### 1.6.2 Les fonctions commerciales:

L'ensemble des activités liées à la vente, la promotion et la gestion de la relation avec les clients.

- **fonctions marketing** : étude des zones de chalandise, de la nature des clientèles, de leurs achats, géomarketing, géomercandising, proposition de marques propres au magasin, mises en scènes des produits.
- **fonctions relationnelles** : (cartes de fidélité, services personnalisés, service après-vente...)
- **fonctions expérientielles** : (expériences vécues en magasin, qu'elles soient ludiques, hédonistes, esthétiques à travers des actions de marketing sensoriel ou olfactif...).

### 1.6.3 Les fonctions financières ou temporelles :

Les fonctions de financement permettent aux intermédiaires d'assumer le décalage de trésorerie entre l'achat des produits et leur vente au consommateur final. Cela offre un soutien financier au producteur, qui ne doit pas attendre la vente pour être payé. L'intermédiaire prend en charge le financement de cet écart temporel.

### 1.6.4 Les fonctions modernes de création de valeur :

La création de valeur est désormais au cœur des stratégies et fonctions remplies. Sur un plan générique, la valeur est constituée du différentiel entre les bénéfices apportés par le distributeur et perçus par le client et les risques perçus.

## Chapitre 1 : Fondement théorique de la distribution

---

**Tableau 2** : Les fonctions de distribution

Fonctions	commentaires
Acheminement et manutention	– opération fondamentale de transport des biens des usines aux points de vente. – opérations liées au transport et à la livraison : chargement et déchargement des produits.
stockage	-ajustement des quantités offertes aux quantités demandées à toutes les étapes du circuit par l'entreposage des biens.
Assortiment et allotissement	-choix des produits adaptés à la clientèle - transformation des lots de production en lots de vente.
Services	-présentation et promotion des produits. - conseils d'utilisation, livraison, installation, service après-vente.
Financement	les distributeurs financent la production en achetant de grandes quantités aux producteurs sans que ceux-ci n'aient à attendre que toute la production soit vendue aux consommateurs finals.
Information	-information du distributeur vers le producteur sur les tendances du marché, les attentes des consommateurs, etc. – information du distributeur vers le consommateur sur la politique du producteur (produits complémentaires, produits nouveaux, etc.)

**Source** : AUDIGIER (G), « Marketing et action commerciale », 6ème édition, Dunod, paris 2010, p94.

# Chapitre 1 : Fondement théorique de la distribution

---

## Section 2 : Stratégies de distribution dans un environnement industriel

Les stratégies de distribution représentent un ensemble de décisions prises par les entreprises pour optimiser l'acheminement de leurs produits vers les consommateurs. Elles sont déterminantes pour atteindre les marchés cibles, maximiser la couverture géographique et répondre aux besoins spécifiques des clients, tout en tenant compte des contraintes logistiques et économiques.

### 2.1 Les stratégies de distribution :

La stratégie de distribution a pour objectif d'établir la façon dont l'entreprise vend ses produits et ses services aux consommateurs finaux.

#### 2.1.1 Les différents stratégies de distribution

La distribution s'articule sur trois stratégies principales<sup>16</sup> :

##### 2.1.1.1 La distribution intensive :

Cette stratégie consiste à distribuer un produit via un maximum de points de vente afin de toucher le plus grand nombre de consommateurs possible. Elle est souvent utilisée pour les produits de grande consommation.

##### **Avantage :**

- Grande visibilité et accessibilité du produit.
- Volume de ventes élevé.
- Réduction des coûts unitaires grâce aux économies d'échelle.

##### **Inconvénients :**

- Forte concurrence entre les points de vente (risque de guerre des prix).
- Moins de contrôle sur l'image du produit et du service client.
- Marges plus faibles, car les distributeurs imposent souvent leurs conditions.

---

<sup>16</sup> DEMEURE (C) et BERTELOOT (S) :op.cit, p.243.

# Chapitre 1 : Fondement théorique de la distribution

---

## 2.1.1.2 La distribution sélective

L'entreprise choisit un nombre limité de distributeurs en fonction de critères spécifiques (image de marque, emplacement, expertise). Utilisée pour des produits nécessitant un conseil ou une expérience d'achat plus soignée.

### **Avantage :**

- Meilleur contrôle de l'image et du positionnement du produit.
- Meilleure qualité de service client.
- Réduction du risque de guerre des prix.

### **Inconvénients :**

- Moins de couverture géographique qu'une distribution intensive.
- Dépendance aux distributeurs choisis (s'ils refusent ou échouent, l'impact est fort).
- Coût logistique plus élevé que la distribution intensive.

## 2.1.1.3 La distribution exclusive :

L'entreprise accorde l'exclusivité de la vente d'un produit à un seul distributeur ou une seule enseigne dans une zone géographique donnée. Utilisée pour les produits de luxe ou à forte valeur ajoutée.

### **Avantage :**

- Contrôle total sur la distribution et l'image du produit.
- Relation forte avec le distributeur, qui s'investit davantage.
- Marge plus élevée et valorisation du produit.

### **Inconvénients :**

- Accessibilité limitée pour le consommateur.
- Risque si le distributeur ne performe pas bien.
- Dépendance importante à un seul partenaire.

# Chapitre 1 : Fondement théorique de la distribution

---

## 2.1.2 Les contraintes de distribution

La distribution est soumise à diverses contraintes, qui peuvent influencer son efficacité et son coût. Parmi ces contraintes <sup>17</sup> :

- **Contraintes légales** : Certains produits sont soumis à des réglementations strictes qui imposent des circuits de distribution. Ces règles visent à garantir la sécurité et la santé publique et sont contrôlées par l'État et les organismes de régulation.
- **Contraintes liées au produit** : La nature des produits influence le choix du circuit de distribution. Les produits périssables nécessitent une logistique rapide et maîtrisée pour éviter les pertes. La taille et la complexité technique des produits peuvent aussi restreindre les options de distribution.
- **Contraintes financières** : Chaque circuit génère des coûts (transport, stockage), impactant le prix final. Plus la chaîne comporte d'intermédiaires, plus les marges sont élevées. C'est pourquoi les circuits courts se sont développés pour réduire ces coûts et offrir un prix plus compétitif aux clients.
- **Contraintes liées aux clients** : La distribution doit s'adapter à la zone de chalandise pour assurer l'accessibilité des produits. Une forte demande justifie une distribution intensive, tandis qu'un marché plus restreint peut privilégier un circuit sélectif ou exclusif.
- **Contraintes organisationnelles** : L'entreprise doit tenir compte de ses capacités internes et de la répartition géographique des intermédiaires. Une bonne coordination entre les acteurs du réseau est essentielle pour optimiser le système de distribution.

## 2.1.3 Les facteurs réussite du réseau de distribution :

La réussite d'un réseau de distribution dépend de nombreux facteurs <sup>18</sup>:

- **Prioriser l'expérience client** : La transformation digitale impose un renouvellement de l'expérience client. Chaque acteur de la chaîne, du fabricant au distributeur, doit collaborer pour offrir un parcours d'achat fluide et efficace. Cela passe par des outils digitaux tels que la géolocalisation des points de vente, la mise à jour des stocks en temps réel et des configurateurs en ligne pour faciliter les choix des clients.

---

<sup>17</sup> [www.blog.agencenile.com](http://www.blog.agencenile.com) Consulté le 07/02/2025 (14:25)

<sup>18</sup> [www.blog.agencenile.com](http://www.blog.agencenile.com) Consulté 07/02/2025(15:00)

# Chapitre 1 : Fondement théorique de la distribution

---

- **Faire des distributeurs des ambassadeurs de la marque** : Les distributeurs sont les premiers interlocuteurs des clients. Il est donc essentiel d'entretenir une relation de confiance avec eux par le biais d'échanges réguliers. Comprendre leurs défis permet aux fabricants de mieux répondre à leurs besoins et d'optimiser leur impact commercial.
- **Aligner la stratégie marketing avec celle du distributeur** : Une stratégie marketing cohérente entre le fabricant et le distributeur est indispensable pour maximiser les ventes. Une divergence dans la maturité digitale ou les objectifs commerciaux peut créer des décalages. Il est donc crucial d'établir une vision commune, de planifier des actions conjointes et d'adapter les supports de communication en conséquence.
- **Se différencier dans un environnement multimarque** : Dans un marché concurrentiel, proposer un bon produit ne suffit pas. Ce qui distingue un fabricant, c'est son expertise et sa capacité à répondre aux besoins spécifiques des clients. Plutôt que d'inonder les distributeurs de catalogues, il est préférable d'adopter une approche proactive, en aidant les clients à identifier et résoudre leurs problèmes dès les premières étapes de leur réflexion.

## 2.2 Choix stratégiques dans la distribution industrielle :

Dans le monde des affaires dynamiques, les entreprises cherchent constamment à optimiser leurs opérations et à augmenter leurs bénéfices. L'une des décisions les plus importantes auxquelles sont confrontées les entreprises aujourd'hui est de savoir si pour intégrer ou externaliser ses activités.

### 2.2.1 **Intégration verticale et l'externalisation**

L'intégration verticale et l'externalisation sont deux stratégies opposées que les entreprises peuvent adopter pour gérer leur chaîne de valeur, notamment en ce qui concerne la distribution de leurs produits.

#### 2.2.1.1 **Intégration verticale de la distribution**

L'intégration verticale consiste pour une entreprise à internaliser des activités qui étaient auparavant confiées à des tiers. Dans le cadre de la distribution, cela signifie que l'entreprise prend en charge elle-même la distribution de ses produits, sans passer par des intermédiaires.

# Chapitre 1 : Fondement théorique de la distribution

---

Par exemple, une entreprise peut décider d'ouvrir ses propres points de vente pour commercialiser directement ses produits.<sup>19</sup>

## **Avantage :**

- **Contrôle accru** : L'entreprise maîtrise l'ensemble du processus de distribution, ce qui lui permet de mieux contrôler l'image de marque et la relation client.
- **Réduction des coûts** : En éliminant les intermédiaires, l'entreprise peut réduire les marges prises par ces derniers et ainsi améliorer sa rentabilité.

## **Inconvénients :**

- **Investissements importants**: L'intégration de la distribution nécessite des investissements significatifs, notamment pour l'ouverture et la gestion de points de vente.
- **Complexité accrue** : Gérer la distribution en interne ajoute une couche de complexité opérationnelle, nécessitant des compétences spécifiques.

### **2.2.1.2 Externalisation de la distribution**

À l'inverse, l'externalisation consiste à confier certaines activités de l'entreprise à des partenaires externes spécialisés. Pour la distribution, cela signifie que l'entreprise s'appuie sur des distributeurs, des grossistes ou des détaillants pour commercialiser ses produits.<sup>20</sup>

## **Avantage :**

- **Flexibilité** : L'externalisation permet à l'entreprise de s'adapter rapidement aux fluctuations du marché sans avoir à gérer directement les infrastructures de distribution.
- **Réduction des coûts fixes** : En s'appuyant sur des partenaires externes, l'entreprise évite les coûts liés à la possession et à la gestion de ses propres canaux de distribution.

---

<sup>19</sup> [www.itg.fr](http://www.itg.fr) Consulté 07/02/2025(15:10)

<sup>20</sup> [www.maxicours.com](http://www.maxicours.com) Consulté 08/02/2025(9:20)

# Chapitre 1 : Fondement théorique de la distribution

---

## Inconvénients :

- **Perte de contrôle** : L'entreprise dépend de ses partenaires pour la distribution, ce qui peut entraîner une moindre maîtrise sur la manière dont les produits sont présentés et vendus.
- **Dépendance** : Une forte dépendance à l'égard de partenaires externes peut poser des risques si ces derniers rencontrent des difficultés ou changent de stratégie.

Le choix entre l'intégration verticale et l'externalisation de la distribution dépend de nombreux facteurs, notamment la stratégie globale de l'entreprise, ses ressources, ses compétences internes et les conditions du marché.

## 2.3 L'importance des partenariats et les réseaux logistiques :

Les partenariats et les réseaux logistiques jouent un rôle essentiel dans l'efficacité des chaînes d'approvisionnement modernes. Une collaboration étroite entre les différents acteurs permet d'optimiser les processus, de réduire les coûts et d'améliorer la qualité des produits et services.<sup>21</sup>

### 2.3.1 **Avantage des partenariats logistiques :**

- **Amélioration de l'efficacité** : Une collaboration renforcée facilite la coordination des activités logistiques, permettant une meilleure planification et une exécution plus fluide des opérations.
- **Réduction des coûts** : En mutualisant les ressources et en partageant les infrastructures, les entreprises peuvent diminuer les dépenses liées au transport, au stockage et à la gestion des stocks.
- **Adaptabilité accrue** : Les partenariats offrent une flexibilité pour s'adapter aux fluctuations du marché et aux demandes changeantes des clients, en ajustant rapidement les stratégies logistiques en conséquence.

### 2.3.2 **L'importance des réseaux logistiques :**

Un réseau logistique regroupe les processus, acteurs, ressources et technologies assurant le transport et le stockage des marchandises jusqu'au client final.

---

<sup>21</sup> [www.deufol.com](http://www.deufol.com) Consulté 08/02/2025(10:40)

# Chapitre 1 : Fondement théorique de la distribution

---

## L'importance :

Dans un monde globalisé, un réseau logistique efficace est essentiel pour la compétitivité des entreprises.

- **Réduction des coûts** : optimisation du transport, du stockage et de la gestion des entrepôts pour une meilleure rentabilité.
- **Satisfaction client** : livraisons rapides et précises pour fidéliser les clients.
- **Avantage concurrentiel** : meilleure réactivité face aux demandes du marché.
- **Durabilité** : réduction de l'empreinte carbone grâce à une utilisation optimisée des ressources.
- **Adaptabilité et résilience** : capacité à gérer les fluctuations du marché et les imprévus.
- **Transparence et contrôle** : amélioration du suivi et de la gestion des flux grâce aux technologies.
- **Expansion internationale** : facilitation des livraisons à l'échelle mondiale de manière efficace et rentable.

## 2.4 Les techniques de segmentation dans la distribution industrielle :

Il ya plusieurs technique de segmentation dans la distribution

### 2.4.1 Les critères de segmentation :

La taille de l'entreprise<sup>22</sup> :

- **Petites et moyennes entreprises (PME)** : Elles peuvent nécessiter des solutions standardisées en raison de ressources limitées.
- **Grandes entreprises** : Elles peuvent exiger des solutions sur mesure et des services personnalisés en raison de leurs structures complexes.

---

<sup>22</sup> [www.blog.hubspot.fr](http://www.blog.hubspot.fr) Consulté 08/02/2025(11:00)

# Chapitre 1 : Fondement théorique de la distribution

---

Il ya aussi des autres critères <sup>23</sup>:

- **Segmentation géographique :** Elle consiste à diviser le marché en zones territoriales (pays, régions, villes) afin d'adapter les stratégies marketing aux spécificités locales. Cette approche permet aux entreprises d'optimiser leur distribution, leurs promotions et leur communication en fonction des besoins et préférences des consommateurs selon leur emplacement. Elle est particulièrement utilisée dans les secteurs où les habitudes de consommation varient selon l'environnement.
- **Segmentation sociodémographique :** Elle repose sur des critères comme l'âge, le sexe, le revenu ou la profession, qui influencent directement les comportements d'achat. Couramment utilisée, elle permet de quantifier le marché cible et d'identifier les canaux de communication et de distribution les plus adaptés. Grâce à ces données, les entreprises ajustent leurs offres pour mieux répondre aux attentes des consommateurs et maximiser leur efficacité commerciale.
- **La segmentation comportementale :** Divise le marché en fonction des comportements des consommateurs, tels que leurs achats, motivations, attitudes et expériences vis-à-vis d'un produit ou d'une catégorie. Contrairement aux critères démographiques ou géographiques, elle se base sur l'usage réel et la perception du produit. De nombreux marketeurs la considèrent comme un critère clé pour comprendre et cibler efficacement les clients, car elle reflète directement leurs habitudes de consommation et leurs attentes.

## 2.4.2 La personnalisation :

Le marketing personnalisé (ou marketing one-to-one) repose sur l'idée que chaque client est unique et doit être traité de manière individualisée. Grâce aux données abondantes et à la flexibilité des usines, il est désormais possible d'adapter les produits, les messages et les médias à chaque client.

Principes fondamentaux du marketing personnalisé<sup>24</sup>:

- **Identification des clients :** Construire une base de données riche en informations provenant de tous les canaux et interactions.

---

<sup>23</sup> KOTLER (P) et DUBOIS (B) :op.cit. 1997. P279.

<sup>24</sup> Ibid. p.170.

# Chapitre 1 : Fondement théorique de la distribution

---

- **Différenciation des clients** : Classer les clients selon leurs besoins et leur valeur pour l'entreprise, en concentrant les efforts sur ceux offrant la plus forte valeur à vie.
- **Interaction individualisée** : Utiliser les centres de contact et les sites web pour mieux comprendre les clients et renforcer la relation.
- **Personnalisation des offres et de la communication** : Adapter les produits et les messages pour répondre aux attentes spécifiques de chaque client.

## 2.5 L'impact des nouvelles technologies sur la distribution :

La technologie joue grand rôle dans la distribution moderne :

### 2.5.1 Les technologies utilisées dans la distribution :

Parmi ces technologies :

- **Intelligence artificielle et analyse des données** : L'IA et l'analyse des données permettent d'anticiper la demande, d'optimiser les assortiments et de personnaliser les offres aux clients.<sup>25</sup>
- **Technologies RFID et Internet des Objets (IoT)** : L'utilisation de la RFID et de l'IoT permet un suivi en temps réel des produits, améliorant la gestion logistique et réduisant les risques de vol ou de rupture de stock.<sup>26</sup>
- **La technologie blockchain** : Sécurise les transactions et assure une traçabilité transparente des produits, améliorant la gestion de la chaîne d'approvisionnement et luttant contre la contrefaçon.<sup>27</sup>
- **Réalité virtuelle** : Dans la "réalité virtuelle" (VR), les utilisateurs sont complètement immergés dans un monde numérique entièrement simulé. Le monde réel n'est pas intégré, car on évolue dans un monde entièrement recréé numériquement. Pour cela, il est souvent nécessaire de disposer d'exigences spéciales en matière d'ordinateur et de carte graphique ainsi que de lunettes VR adaptées.<sup>28</sup>

---

<sup>25</sup> [www.fr.royal4.com](http://www.fr.royal4.com) Consulté 09/02/2025(18:25)

<sup>26</sup> [www.mecalux.fr](http://www.mecalux.fr) Consulté 09/02/2025(19:00)

<sup>27</sup> [www.cgi.com](http://www.cgi.com) Consulté 07/02/2025(20:20)

<sup>28</sup> [www.cad-schroer.fr](http://www.cad-schroer.fr) Consulté 09/02/2025(22:00)

# Chapitre 1 : Fondement théorique de la distribution

---

## 2.5.2 Avantage de technologie dans la distribution :

Parmi les avantages de la technologie dans la distribution<sup>29</sup> :

- **Personnalisation du marketing** : Grâce aux algorithmes d'apprentissage, les entreprises peuvent recommander des produits adaptés aux préférences des clients.
- **Automatisation du service client** : Les chatbots et assistants virtuels améliorent l'expérience client en fournissant des réponses instantanées.
- **Optimisation de la chaîne logistique** : Les objets connectés suivent en temps réel les livraisons et optimisent les itinéraires des transporteurs.
- **Sécurisation des transactions** : Les paiements et échanges de données sont protégés contre la fraude et les cyberattaques.

---

<sup>29</sup> [www.fulfillmenthubusa.com](http://www.fulfillmenthubusa.com) Consulté 09/02/2025(22:50)

# Chapitre 1 : Fondement théorique de la distribution

---

## Section 3 : logistique et optimisation des flux dans la distribution

La logistique est une fonction essentielle qui vise à gérer les flux physiques et informationnels au sein d'une organisation. Elle permet de mettre à disposition les ressources nécessaires, au bon moment, au bon endroit, en adéquation avec les besoins, tout en respectant des contraintes économiques, des niveaux de qualité de service définis, ainsi que des conditions de sécurité et de sûreté appropriées.

### 3.1 La logistique commerciale :

La logistique commerciale assure la gestion optimale des flux de produits, d'informations et de services entre l'entreprise et ses clients.

#### 3.1.1 Définition :

Désigne l'ensemble des activités et processus visant à assurer la circulation efficace des marchandises, des informations et des services, depuis le producteur jusqu'au consommateur final.<sup>30</sup>

#### 3.1.2 Les objectifs de la logistique commerciale :

La logistique joue un rôle crucial dans la stratégie commerciale des entreprises, en permettant d'atteindre plusieurs objectifs essentiels<sup>31</sup> :

- **Choix du mode de transport** : Le responsable des transports privilégie le rail plutôt que l'aérien pour réduire les coûts d'acheminement. Toutefois, ce mode de transport étant plus lent, il entraîne une immobilisation plus longue du capital, un retard dans le paiement des factures et un risque de perte de clients au profit de concurrents plus rapides.
- **Qualité de l'emballage** : Le service des expéditions opte pour des caisses de moindre qualité afin de diminuer les frais d'expédition. Cependant, cela augmente le risque de détérioration des marchandises durant le transport, ce qui peut nuire à la confiance des clients.
- **Gestion des stocks** : Le responsable des stocks réduit les volumes entreposés pour minimiser les coûts de stockage. Cette décision peut engendrer des ruptures de stock

---

<sup>30</sup> KOTLER (P) et DUBOIS (B) : op.cit.p.612.

<sup>31</sup> Ibid. P.613.

# Chapitre 1 : Fondement théorique de la distribution

---

fréquentes, des retards dans les commandes, une augmentation des tâches administratives et des coûts d'expédition plus élevés.

## **3.1.3 Les décisions de la logistique commerciale :**

La logistique influence les décisions commerciales <sup>32</sup>:

### **3.1.3.1 Traitement des commandes :**

- Réduction du délai entre commande, livraison et paiement.
- Optimisation du processus : transmission, enregistrement, analyse des stocks, planification et facturation.

### **3.1.3.2 Entreposage :**

- Nécessité de stocker la marchandise en attente de vente.
- Choix du nombre et de l'emplacement des entrepôts pour équilibrer coût et rapidité de livraison.
- Déplacement de certaines opérations (assemblage, packaging) vers les entrepôts pour optimiser la réactivité et réduire les coûts.

### **3.1.3.3 Gestion des stocks :**

- Trouver un équilibre entre disponibilité immédiate et coût de stockage.
- Définition d'un seuil de commande pour éviter les ruptures sans engendrer de sur-stockage. Arbitrage entre coût de stockage et coût de passation des commandes.

### **3.1.3.4 Transport :**

- Impact direct sur le prix, les délais et la qualité des livraisons.
- Choix du mode de transport selon rapidité, fiabilité et coût
- Utilisation du transport multimodal pour plus d'efficacité.

## **3.1.4 Flux d'information**

Un flux d'information est un ensemble de données transmises d'une source à un destinataire.<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup> Ibid. P.614.

<sup>33</sup> [www.supply-chain.net](http://www.supply-chain.net) Consulté 10/02/2025(9:00)

# Chapitre 1 : Fondement théorique de la distribution

---

## 3.1.4.1 Rôle stratégique des flux d'information dans la chaîne d'approvisionnement

- **Coordination des acteurs logistiques** : assure une communication efficace entre fournisseurs, distributeurs et clients.
- **Circulation rapide et précise des données** : permet un suivi en temps réel des stocks, des commandes et des livraisons.
- **Adaptation aux fluctuations du marché** : ajuste la production et la distribution en fonction de l'offre et de la demande.
- **Amélioration de la réactivité** : réduit les délais de prise de décision et optimise la gestion des imprévus.
- **Prévention des dysfonctionnements** : évite les ruptures de stock, le surstockage et les retards en synchronisant les informations.

## 3.1.4.2 Les différentes manières d'exploiter une information en interne :

Dans une supply chain la maîtrise de tout flux d'information permet de réaliser des opérations en tout genre. Le flux d'information a un impact sur le flux physique d'une chaîne d'approvisionnement.

Mais en étudiant tout flux d'information en détail, il s'avère qu'il est utile lors :

- De l'établissement des procédures et des protocoles entre une entreprise et ses clients
- De l'établissement des procédures et les protocoles entre une entreprise et ses partenaires
- Des échanges de données au sein d'un même service, d'une équipe projet ou d'un même département
- De l'établissement des modalités d'organisation du travail en équipe
- De l'exécution d'une tâche précise ou séquencée en plusieurs étapes
- Du recrutement d'un nouveau collaborateur

Il faut donc prendre garde lors de l'enregistrement de la moindre donnée. En effet des erreurs d'informations peuvent empêcher le déroulement des opérations logistiques à petite, moyenne ou à grande échelle.

## 3.2 Gestion de stock :

Le stock constitue l'une des étapes clés dans la chaîne logistique, jouant un rôle déterminant dans la gestion des flux de produits et l'optimisation des coûts.

# Chapitre 1 : Fondement théorique de la distribution

**Tableau3** : Les avantages et les inconvénients de stock

	Les avantages	Les limites
Détention de stock	<ul style="list-style-type: none"><li>-Répondre à la demande de manière instantanée.</li><li>-Prévoir la demande future (avantage concurrentiel).</li><li>-Parer à la pénurie.</li></ul> <p>Se prémunir contre les aléas de livraison.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>-Réduction du délai de mise à disposition.</li><li>- Réduction du prix unitaire si achat en grande quantité.</li><li>- Spéculation.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Périssabilité de certains produits.</li><li>- Risque de détérioration sur l'aire de stockage.</li><li>- Risque de désuétude de certains produits.</li><li>- Présence d'invendus (immobilisation d'une part plus ou moins grande de la trésorerie).</li><li>-Coût de fonctionnement (gestionnaire, ...).</li></ul>
Pas de stock	<ul style="list-style-type: none"><li>-Éviter toute forme de gaspillage.</li><li>-Diminuer les risques d'invendus.</li><li>-Réduire l'immobilisation de capitaux.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Réactivité des fournisseurs Aucune traçabilité des fournitures.</li><li>-Risque de vol sur l'aire de stockage.</li></ul>

Source : par l'auteur

## 3.2.1 Les différents types de gestion des stocks :

Il existe différents types de gestion de stocks, chacun adapté aux besoins spécifiques des entreprises et aux particularités de leur chaîne logistique.<sup>34</sup>

- **Stock de sécurité** : Le stock de sécurité sert de réserve pour faire face aux imprévus, comme une hausse inattendue de la demande ou un retard de livraison. Il est conçu pour éviter les ruptures de stock et assurer la continuité de l'approvisionnement. Ce stock varie en fonction de la variabilité de la demande et des délais de réapprovisionnement.
- **Le stock-outil** : Ce stock est déterminé par le type d'outil de production ou de distribution utilisé. Il résulte d'un arbitrage économique entre le coût de changement d'outil ou de passation de commande et le coût du stock, visant à optimiser la taille

<sup>34</sup> FENDER (M) et PIMOR (Y) : « *Gestion des stocks et des magasins* », 7<sup>e</sup> édition, Dunod, Paris, 2016.p227.

# Chapitre 1 : Fondement théorique de la distribution

---

des lots. Il peut également être influencé par un délai de livraison client plus court que le délai technique de production.

- **Le stock d'anticipation :** Ce stock permet de compenser le décalage entre les ventes, la production et les approvisionnements, souvent dû à la saisonnalité des flux et à la rigidité de la capacité de production. Il sert à lisser la production et à assurer une réserve de capacité.
- **Stock mort :** Le stock mort représente des produits qui ne se vendent plus ou qui sont obsolètes. Ces stocks occupent de l'espace de stockage sans générer de revenus et peuvent être difficiles à écouler. Ils nécessitent des actions comme la liquidation ou le recyclage pour être éliminés.
- **Stock spéculatif :**  
Ce type de stock est constitué pour profiter de fluctuations de prix, de promotions ou d'opportunités de marché. Par exemple, une entreprise peut acheter en grande quantité lorsqu'elle anticipe une hausse des prix ou une pénurie future, espérant ainsi réaliser un bénéfice lors de la revente.

## 3.2.2 Les méthodes de gestion de stock

Dans la gestion de stock il ya des défèrent méthodes parmi ces méthodes <sup>35</sup>:

- **Méthode FIFO (First In, First Out) Premier Entré, Premier Sorti :**  
Cette méthode consiste à écouler en priorité les articles les plus anciens. Elle est particulièrement adaptée aux produits périssables ou susceptibles de se démoder rapidement. En appliquant le FIFO, les entreprises minimisent les risques de pertes dues à l'obsolescence ou à la péremption des produits.
- **Méthode LIFO (Last In, First Out) Dernier Entré Premier Sorti :**  
À l'inverse du FIFO, le LIFO consiste à écouler en priorité les articles les plus récents. Cette méthode est moins courante et peut être utilisée dans des contextes spécifiques où les coûts de remplacement sont élevés ou pour des raisons fiscales.
- **Méthode du Point de Commande (Juste-à-Temps) :**  
Cette méthode repose sur la définition d'un niveau de stock minimum, appelé point de commande. Lorsque ce seuil est atteint, une commande est automatiquement passée pour réapprovisionner le stock. Elle est idéale pour les produits à demande variable, permettant de réduire les coûts de stockage tout en évitant les ruptures de stock.

---

<sup>35</sup> [www.erplain.com](http://www.erplain.com) Consulté 10/02/2025(12:25)

# Chapitre 1 : Fondement théorique de la distribution

---

- **Méthode de la Quantité Économique de Commande (QEC)**

Cette méthode vise à déterminer la quantité optimale à commander pour minimiser les coûts totaux, incluant les coûts de commande et de stockage. Elle est particulièrement utile pour les entreprises traitant un grand nombre de commandes quotidiennes

- **Méthode de l'Analyse ABC**

Cette méthode consiste à classer les produits en trois catégories (A, B et C) en fonction de leur valeur ou de leur importance. Les produits de catégorie A sont les plus précieux et nécessitent une gestion stricte, tandis que les produits de catégorie C sont moins critiques et peuvent être gérés de manière plus souple.

### 3.2.3 L'objectif de gestion de stock :

Les objectifs attendus par la gestion de stock<sup>36</sup> :

- **Assurer la disponibilité des produits** : Garantir que les bons produits sont disponibles au bon endroit et au bon moment pour répondre à la demande des clients.
- **Minimiser les coûts de stockage** : Réduire les coûts liés au stockage, à l'achat, à la commande et au transport, sans compromettre la capacité à répondre à la demande des clients.
- **Optimiser l'utilisation des ressources** : Utiliser efficacement l'espace de stockage et les ressources financières en maintenant des niveaux de stock optimaux pour éviter le surstockage ou le sous-stockage.
- **Améliorer la satisfaction client** : Avoir le bon produit, au bon endroit, au bon moment, pour répondre aux demandes des clients sans délai.
- **Réduire les risques de péremption et d'obsolescence** : Pour les produits ayant une durée de vie limitée ou soumis à des mises à jour fréquentes, la gestion des stocks vise à minimiser les pertes dues à la péremption ou à l'obsolescence.

### 3.3 Système de gestion ERP

Le système ERP est indispensable à la gestion de l'entreprise, permettant d'intégrer et d'optimiser l'ensemble des processus opérationnels.

---

<sup>36</sup> [www.nomadia-group.com](http://www.nomadia-group.com) Consulté 12/02/2025(10:35)

# Chapitre 1 : Fondement théorique de la distribution

---

## 3.3.1 Définition

Un ERP (Enterprise Resource Planning) ou progiciel de gestion intégré est un système d'information (SI) unique qui centralise et automatise les principales fonctions de gestion d'une entreprise. Il permet de remplacer les bases de données multiples utilisées dans différentes applications (logistique, vente, prévisions, planification, commandes) par une base de données unique, garantissant ainsi une circulation fluide et cohérente des informations au sein de l'organisation.<sup>37</sup>

## 3.3.2 Caractéristiques de L'ERP :

Les principales caractéristiques de LERP sont<sup>38</sup> :

- **Gestion intégrée des domaines de l'entreprise** : L'ERP regroupe plusieurs modules interconnectés ou progiciels permettant la collaboration entre les processus métiers.
- **Référentiel unique de données** : L'ERP repose sur une base de données centralisée, contenant l'ensemble des références des données ainsi que les modifications nécessaires pour assurer leur traçabilité et leur cohérence.
- **Adaptabilité aux évolutions** : Le système s'ajuste rapidement aux changements des règles professionnelles, légales ou organisationnelles de l'entreprise.
- **Administration centralisée** : L'ensemble des sous-systèmes applicatifs (applications) est géré de manière unifiée, garantissant une meilleure cohérence et gestion des droits d'accès.
- **Uniformisation des interfaces utilisateur** : Les écrans, boutons, barres de menus et raccourcis sont standardisés, facilitant la prise en main et l'ergonomie du système.
- **Personnalisation et extensibilité** : L'ERP offre des outils permettant le développement de modules complémentaires ou la personnalisation des fonctionnalités en fonction des besoins spécifiques de l'entreprise.

## 3.3.3 Fonctionnalités principale d'un ERP

Importance stratégique des ERP :

- L'ERP est devenu un domaine clé pour les éditeurs en raison de la gestion centralisée des entreprises à l'échelle

---

<sup>37</sup> AZAN (W) : « *Les ERP dans l'organisation* », e-theque, Paris, 2002.P.13.

<sup>38</sup> Ibid. P.13.

# Chapitre 1 : Fondement théorique de la distribution

---

- L'ERP facilite la gestion et l'optimisation des flux logistiques.

Applications de planification logistique et DRP (Distribution Resource Planning)<sup>39</sup> :

- Les DRP permettent une gestion optimisée des flux logistiques en modélisant les réseaux et en définissant fréquences et volumes de transport.
- Ces outils ne sont pas seulement utilisés dans la distribution mais aussi dans toute entreprise multi-sites ou multi-entrepôts.
- Pour être efficaces, ils doivent être intégrés avec des applications de gestion prévisionnelle et des logiciels de marketing et de planification des ventes.

Gestion des transports et optimisation logistique :

- La logistique comprend également la gestion des transports, incluant l'optimisation des tournées de livraison et la gestion des flottes.

Supply Chain Management (SCM) et son rôle clé dans les ERP :

- Le SCM gère l'ensemble du cycle logistique d'un produit, incluant :
  - La prévision des commandes
  - La gestion des commandes effectives
  - La planification des achats et de la production
  - La gestion des entrepôts et de la distribution
  - L'organisation des livraisons finales
- Les solutions SCM sont essentielles pour les ERP, poussant les éditeurs à intégrer des modules SCM dans leurs offres.
- Les éditeurs spécialisés en SCM développent des interfaces pour s'intégrer aux ERP majeurs du marché.

Importance de la gestion du marketing dans les ERP<sup>40</sup> :

- La gestion du marketing précède et complète la gestion commerciale et des ventes.
- Son intégration est essentielle pour analyser les données et prendre des décisions stratégiques.

---

<sup>39</sup> LEQUEUX (J.-L.) : « *Manager avec les ERP* », Éditions d'Organisation, Paris, 2008.p.63.

<sup>40</sup> Ibid. P.65

# Chapitre 1 : Fondement théorique de la distribution

---

- Elle repose sur des outils d'extraction et d'analyse de données, avec ou sans outils d'aide à la décision.

Principaux aspects de la gestion du marketing :

- Identification des produits les plus performants en termes de ventes.
- Analyse des comportements des consommateurs, notamment dans le secteur des biens de consommation (Consumer Product Group).
- Étude et gestion du positionnement concurrentiel des produits par rapport à ceux des concurrents ou produits complémentaires.

Fidélisation et gestion de la clientèle :

- L'intégration de solutions **Customer Assets Management (CAM)** ou **Customer Relationship Management (CRM)** permet d'optimiser les ventes auprès des clients existants.
- Ces outils aident à fidéliser la clientèle en améliorant l'expérience client et la relation commerciale.

Intégration des centres d'appels (CTI) :

- Les applications de **Computer Telephony Integration (CTI)** couplent les centres d'appels clients avec les outils de gestion commerciale et marketing.
- Elles facilitent la relation client en intégrant directement les interactions téléphoniques aux bases de données clients et aux processus de vente

Gestion de maintenance assistée par ordinateur (GMAO)<sup>41</sup> :

Deux dimensions principales :

- **Aspect technique :**
  - Aide à l'identification des dysfonctionnements.
  - Détection des causes possibles des pannes.
  - Proposition de solutions pour leur résolution.

---

<sup>41</sup> Ibid. P.65.

- **Aspect gestion et support utilisateur :**
  - Gestion du Service Après-Vente (SAV) : suivi des interventions et assistance aux clients.
  - Gestion des réparations : planification et suivi des travaux de maintenance.
  - Gestion logistique des approvisionnements : anticipation des besoins en pièces détachées.
  - Gestion prévisionnelle des retours : organisation et optimisation des retours produits.

### 3.3.4 ERP dans le commerce connecté :

L'ERP dans le commerce connecté joue un rôle important <sup>42</sup>:

#### 3.3.4.1 Gestion rationalisée des données

- **Automatisation et précision** : L'ERP élimine la saisie manuelle des données, réduisant ainsi les erreurs dans le traitement des commandes, la gestion des stocks et les transactions financières.
- **Accès en temps réel** : Grâce à une synchronisation continue des informations, les entreprises peuvent suivre l'évolution des ventes, l'état des stocks et les comportements client, facilitant ainsi une prise de décision rapide et éclairée

#### 3.3.4.2 Optimisation de la gestion des stocks

- **Suivi précis des niveaux de stock** : L'ERP permet de maintenir un stock optimal en analysant la demande et en automatisant les réapprovisionnements.
- **Traitement des commandes plus rapide** : L'intégration entre l'ERP et le système de gestion des commandes garantit une exécution plus fluide, minimisant les retards et améliorant la satisfaction client.

#### 3.3.4.3 Amélioration de l'expérience client

- **Personnalisation des interactions** : Grâce à la centralisation des données clients (achats passés, préférences, comportement en ligne), les entreprises peuvent proposer des recommandations personnalisées et des offres ciblées.

---

<sup>42</sup> [www.alumio.com](http://www.alumio.com) Consulté 12/02/2025(16:05)

## Chapitre 1 : Fondement théorique de la distribution

---

- **Service client optimisé** : Un ERP intégré fournit aux équipes un accès immédiat à l'historique des commandes et aux requêtes clients, garantissant un service plus réactif et cohérent sur tous les canaux (site web, réseaux sociaux, magasin physique).

### 3.3.4.4 Évolutivité et flexibilité

- **Gestion de la croissance** : L'ERP accompagne l'expansion des entreprises en s'adaptant à l'augmentation des commandes, à l'élargissement du catalogue produit et à l'évolution des stratégies commerciales.
- **Flexibilité opérationnelle** : Les ERP modernes permettent une adaptation rapide aux nouvelles tendances du marché, aux changements réglementaires et aux nouvelles attentes des consommateurs.

### 3.3.4.5 Gestion financière et conformité

- **Centralisation des données financières** : Un ERP regroupe toutes les informations comptables et permet un suivi précis des revenus, dépenses et marges bénéficiaires.
- **Respect des réglementations** : L'ERP automatise les processus liés à la conformité fiscale et aux réglementations locales, réduisant ainsi les risques de sanctions.

### 3.3.4.6 Sécurité et intégrité des données

- **Protection des informations sensibles** : Un ERP sécurisé limite les accès non autorisés et protège les données clients et financières grâce à des protocoles de cryptage et d'authentification.
- **Fiabilité des données** : En éliminant les doublons et les erreurs de saisie, l'ERP garantit une base de données unique et cohérente pour toutes les décisions stratégiques.

# Chapitre 1 : Fondement théorique de la distribution

---

## **Conclusion du chapitre 1**

Dans ce premier chapitre, nous avons exploré les fondements de la distribution en mettant en lumière les concepts essentiels qui structurent cette fonction clé pour les entreprises. Nous avons ainsi clarifié les notions de canal, de circuit et de réseau de distribution, en soulignant leurs spécificités et leur rôle dans l'acheminement des produits vers les consommateurs.

Nous avons également mis en évidence l'importance stratégique de la distribution pour les entreprises, en analysant ses enjeux et ses impacts sur la compétitivité et la satisfaction client. La diversité des stratégies adoptées en matière de distribution, qu'elles soient intensives, sélectives ou exclusives, démontre l'importance d'une approche adaptée aux objectifs et aux contraintes du marché.

Enfin, nous avons abordé la logistique et l'optimisation des flux, éléments indispensables pour assurer une gestion efficace des stocks, une réduction des coûts et une amélioration des performances globales de la chaîne d'approvisionnement. L'intégration des nouvelles technologies et des solutions innovantes joue un rôle croissant dans l'efficacité des processus de distribution, rendant leur maîtrise indispensable pour les entreprises évoluant dans un environnement concurrentiel.

## **Chapitre 2 :**

Le recyclage et l'économie  
circulaire

## Chapitre 2 : Le recyclage et l'économie circulaire

---

### **Introduction du chapitre 2**

La gestion des déchets et la transition vers une économie circulaire sont devenues des enjeux cruciaux dans le contexte actuel de raréfaction des ressources et de préoccupations environnementales croissantes. Pour les entreprises, notamment celles du secteur du recyclage et de la fabrication de pâte à papier, adopter des pratiques durables n'est plus seulement une option, mais une nécessité pour rester compétitives tout en minimisant leur impact écologique. En effet, la valorisation des déchets et le passage à un modèle économique circulaire peuvent offrir des avantages concurrentiels significatifs en optimisant l'utilisation des ressources et en réduisant les coûts opérationnels.

Dans ce deuxième chapitre, nous allons explorer en détail les concepts fondamentaux liés aux déchets, à l'économie circulaire et à leurs implications pour les entreprises. Nous chercherons à comprendre les dynamiques qui sous-tendent la gestion durable des ressources ainsi que les stratégies permettant d'intégrer l'économie circulaire dans la chaîne de valeur. Pour ce faire, nous aborderons trois sections principales :

La première section portera sur les déchets, en définissant leur nature, leur classification ainsi que les différentes approches de valorisation. Nous analyserons également l'importance du recyclage dans le cadre d'une économie durable, en mettant en évidence ses bénéfices environnementaux, économiques et sociaux.

La deuxième section sera consacrée à l'étude de l'économie linéaire et de ses limites, ainsi qu'aux raisons qui poussent de plus en plus d'entreprises à adopter un modèle d'économie circulaire. Nous explorerons les principes fondateurs de cette transition, les défis qu'elle implique et les changements organisationnels nécessaires pour réussir cette transformation.

Enfin, la troisième section retracera les origines de l'économie circulaire en identifiant les facteurs ayant favorisé son émergence. Nous analyserons les acteurs clés de cet écosystème, les technologies facilitant son développement ainsi que les avantages compétitifs qu'elle procure. De plus, nous étudierons les modèles organisationnels permettant d'intégrer efficacement les pratiques circulaires dans les processus industriels.

## Chapitre 2 : Le recyclage et l'économie circulaire

---

### Section1 : Le recyclage et la valorisation des déchets

Depuis la révolution industrielle, la société a progressivement évolué vers une culture du tout jetable, caractérisée par une production croissante de biens à usage de plus en plus court. Ce modèle de consommation génère chaque jour une quantité importante de déchets, difficilement absorbable par la planète.

#### 1.1 Les déchets

La notion de déchet varie selon les domaines d'étude, les enjeux et le contexte. De manière générale, elle désigne tout résidu dont le détenteur se débarrasse, car jugé inutile, sale, usé ou encombrant.

##### 1.1.1 Définition :

Un déchet peut être défini comme un objet ou un bien dont le propriétaire se sépare et qu'il destine à l'abandon. Il représente ce qui est rejeté, éloigné ou séparé de l'usage quotidien. Historiquement, les déchets étaient principalement organiques et se décomposaient naturellement. Cependant, avec l'évolution des techniques et la concentration des populations, leur accumulation et leur gestion sont devenues un enjeu majeur. Ce qui fait du déchet un problème n'est pas seulement son existence, mais surtout sa concentration et l'absence de solutions adaptées pour le traiter.<sup>43</sup>

##### 1.1.2 Les types de déchets :

Les déchets produits par notre société se classent en plusieurs catégories<sup>44</sup> :

- Déchets municipaux : gérés par les collectivités, incluant les ordures ménagères, les déchets recyclables, les encombrants et les déchets dangereux des ménages.
- Déchets industriels : issus des activités industrielles, regroupant les déchets industriels banals (DIB), dangereux et inertes.
- Déchets du BTP : produits par les chantiers et les travaux.
- Déchets nucléaires : nécessitant des précautions particulières pour leur stockage et transport.

---

<sup>43</sup> TURLAN (T) : « *Les déchets* », 2<sup>e</sup> édition, Dunod, Paris, 2018.p.3.

<sup>44</sup> Ibid. p.10.

## Chapitre 2 : Le recyclage et l'économie circulaire

---

- Déchets des activités de soins et déchets hospitaliers : comprenant les déchets infectieux et chimiques.
- Déchets agricoles : issus de l'agriculture, la sylviculture et l'élevage.
- Déchets ultimes : non valorisables, ils sont les seuls autorisés à être enfouis.

Le traitement de ces déchets varie selon leur nature : recyclage, incinération ou enfouissement, dans le respect des réglementations en vigueur.

### 1.1.3 Histoire de déchets :

Historiquement, le déchet a toujours existé, mais sa nature, sa quantité et sa gestion ont fortement évolué en fonction des modes de vie et des périodes économiques<sup>45</sup> :

- **Avant le XIXe siècle** : Les ordures étaient jetées dans la rue, rendant les villes insalubres.
- **XIXe siècle** : La découverte du lien entre déchets et maladies, notamment grâce à Louis Pasteur, pousse les autorités à améliorer l'hygiène publique.
- **1884 - Paris** : Eugène René Poubelle, préfet de la Seine, impose aux Parisiens de jeter leurs déchets dans des boîtes métalliques pour faciliter leur collecte. C'est ainsi que naît la "poubelle".
- **Situation dans d'autres pays** : Tous les pays ne suivent pas cet exemple, et certains continuent à accumuler les déchets dans les rues. L'intégration des nouvelles populations dans les pays industrialisés passe aussi par l'apprentissage des règles de gestion des déchets.
- **Québec et début du XXe siècle** : Comme en France, la gestion des déchets évolue. Au départ, les résidus organiques étaient compostés ou brûlés, mais les lacs et rivières servaient souvent de dépotoirs.
- **Après la Seconde Guerre mondiale** : Les chariots de collecte sont remplacés par des camions à compression hydraulique, et les déchets sont envoyés vers des dépotoirs ou incinérés.
- **Aujourd'hui** : Des lois strictes régissent l'élimination des déchets, mais certains continuent à les abandonner illégalement.

---

<sup>45</sup> HUTCHINSON (M) : « *Vos déchets et vous* », Éditions MultiMondes, Québec, 2011.p.15.

## Chapitre 2 : Le recyclage et l'économie circulaire

---

### 1.2 Valorisation des déchets

Face à l'augmentation constante des déchets et à la pression exercée sur les ressources naturelles, la valorisation des déchets s'impose aujourd'hui comme une démarche incontournable dans une logique de développement durable. Elle ne se limite plus à la simple élimination des résidus, mais vise à transformer les déchets en ressources réutilisables, que ce soit sous forme de matière, d'énergie ou de compost.

#### 1.2.1 Les différentes méthodes de valorisation des déchets

La valorisation des déchets est essentielle pour réduire leur impact environnemental et optimiser l'utilisation des ressources. Elle se décline en plusieurs méthodes principales, chacune adaptée à la nature des déchets et aux objectifs visés.<sup>46</sup>

##### 1.2.1.1 Valorisation énergétique

Cette méthode consiste à transformer les déchets en énergie, généralement sous forme de chaleur ou d'électricité. Les principaux procédés incluent :

- **Incinération:** Les déchets sont brûlés dans des installations spécialisées, appelées unités d'incinération des ordures ménagères (UIOM). La combustion génère de la chaleur, qui peut être convertie en électricité ou utilisée pour le chauffage urbain. Ce procédé permet de réduire significativement le volume des déchets tout en récupérant de l'énergie.
- **Méthanisation :** Les déchets organiques, tels que les déchets alimentaires ou agricoles, sont décomposés par des micro-organismes en l'absence d'oxygène. Ce processus produit du biogaz, principalement composé de méthane, qui peut être utilisé comme source d'énergie renouvelable, ainsi qu'un résidu solide, le digestat, utilisable comme amendement agricole.

##### 1.2.1.2 Valorisation organique

Spécifique aux déchets biodégradables, cette méthode comprend principalement le compostage :

- **Compostage :** Les déchets organiques, tels que les restes alimentaires, les feuilles et les tontes de gazon, sont décomposés par des micro-organismes en présence

---

<sup>46</sup> BANGOURA (M) : « *Gestion des déchets solides ménagers et ségrégation socio-spatiale dans la ville de Conakry* », Éditions L'Harmattan, Collection « Études africaines », Paris, 2019.p.142.

## Chapitre 2 : Le recyclage et l'économie circulaire

---

d'oxygène. Ce processus aboutit à la formation de compost, un amendement riche en nutriments utilisé pour améliorer la structure et la fertilité des sols en agriculture et en jardinage.

### 1.2.1.3 Valorisation matière

Également appelée recyclage, cette méthode vise à réintroduire les matériaux issus des déchets dans le cycle de production pour fabriquer de nouveaux produits. Elle comprend plusieurs étapes :

- **Collecte et tri** : Les déchets sont d'abord collectés puis triés en fonction de leur nature (plastique, verre, métal, papier, etc.) afin de séparer les matériaux recyclables des non-recyclables.
- **Traitement** : Les matériaux triés subissent des traitements spécifiques pour être transformés en matières premières secondaires. Par exemple, le plastique peut être broyé en paillettes, fondu puis moulé pour créer de nouveaux objets. De même, le verre est concassé, fondu et reformé en nouveaux contenants.

Cette approche permet de réduire la consommation de ressources naturelles et de diminuer la quantité de déchets destinés à l'enfouissement ou à l'incinération.

### 1.2.2 L'importance de la valorisation des déchets :

L'Importance de la Valorisation des Déchets La valorisation des déchets joue un rôle crucial dans la gestion durable des ressources et la réduction de l'impact environnemental des activités humaines. Elle permet non seulement de limiter la pollution, mais aussi d'économiser des matières premières et de produire de l'énergie. Son développement est devenu une priorité pour les gouvernements, les entreprises et les citoyens soucieux de préserver l'environnement.

- **Réduction de la Pollution** : La mauvaise gestion des déchets entraîne des conséquences environnementales graves, notamment la pollution des sols, de l'eau et de l'air. L'enfouissement et l'incinération non contrôlée des déchets libèrent des gaz toxiques et des substances nocives, contribuant ainsi au réchauffement climatique et à la contamination des écosystèmes. La valorisation des déchets permet de limiter ces impacts en favorisant leur transformation en matières réutilisables ou en énergie. Par exemple, le recyclage des plastiques réduit la quantité de déchets dans les océans,

## Chapitre 2 : Le recyclage et l'économie circulaire

---

tandis que la valorisation organique (compostage, méthanisation) diminue la pollution due aux déchets alimentaires et agricoles.<sup>47</sup>

- **Conservation des Ressources Naturelles** : L'exploitation intensive des ressources naturelles entraîne leur épuisement progressif et des impacts environnementaux importants, comme la déforestation, l'érosion des sols et la pollution liée aux industries extractives. Le recyclage et la réutilisation des matériaux permettent de préserver ces ressources en réduisant la dépendance aux matières premières vierges.<sup>48</sup>
- **Production d'Énergie** : Certains déchets peuvent être transformés en sources d'énergie grâce à des procédés de valorisation énergétique comme la méthanisation et l'incinération avec récupération d'énergie. Ces techniques permettent de produire de l'électricité, du biogaz ou de la chaleur, réduisant ainsi la dépendance aux énergies fossiles. Par exemple, la méthanisation des déchets organiques (déchets alimentaires, boues de stations d'épuration) produit du biogaz, une alternative renouvelable au gaz naturel. L'incinération avec récupération d'énergie permet quant à elle de produire de la chaleur utilisée pour le chauffage urbain. Ces procédés contribuent ainsi à la transition énergétique en exploitant les déchets comme une ressource.<sup>49</sup>
- **Avantages Économiques** : La valorisation des déchets génère des opportunités économiques et stimule la création d'emplois dans plusieurs secteurs : collecte, tri, recyclage et production d'énergie. Le développement d'industries liées à l'économie circulaire favorise l'émergence de nouveaux métiers et réduit la dépendance aux importations de matières premières. En outre, les entreprises peuvent réaliser des économies en optimisant la gestion de leurs déchets et en réduisant leurs coûts d'élimination. Certaines industries réutilisent leurs propres déchets pour produire de nouveaux matériaux, limitant ainsi leurs besoins en ressources vierges et améliorant leur compétitivité.<sup>50</sup>
- **Conformité Réglementaire et Responsabilité Environnementale** : De nombreux pays ont adopté des réglementations strictes pour encadrer la gestion des déchets et encourager leur valorisation. Les entreprises et collectivités doivent se conformer à ces normes pour éviter les sanctions et améliorer leur image auprès des consommateurs et investisseurs sensibles aux enjeux environnementaux. L'adoption de stratégies de valorisation des déchets permet également aux entreprises d'atteindre

---

<sup>47</sup> [www.green.earth](http://www.green.earth) Consulté le 13/02/2025(12 :30)

<sup>48</sup> BANGOURA (M): op.cit.p.141.

<sup>49</sup> Ibid. P.141.

<sup>50</sup> [www.scrapad.com](http://www.scrapad.com) Consulté le 14/02/2025(17 :00)

## Chapitre 2 : Le recyclage et l'économie circulaire

---

leurs objectifs de développement durable et de renforcer leur responsabilité sociale. Par exemple, certaines industries intègrent des matériaux recyclés dans leurs chaînes de production pour réduire leur empreinte carbone et répondre aux attentes des consommateurs engagés dans une consommation plus responsable.<sup>51</sup>

### 1.3 Le recyclage

Ce principe consiste à réintroduire les matières contenues dans les déchets dans un processus de production, afin de leur donner une nouvelle vie. L'intérêt porté au recyclage s'inscrit pleinement dans une démarche d'économie circulaire, visant à limiter le gaspillage des ressources et à prolonger la durée de vie des matériaux.

#### 1.3.1 Définition et les principes fondement de recyclage :

Pour mieux cerner ce concept, il est utile d'en rappeler quelques définitions proposées par différents auteurs et organismes.

##### 1.3.1.1 Définition

L'Institut national de la statistique et des études économiques (Insee) précise que le recyclage est « toute opération de valorisation par laquelle les déchets (y compris organiques) sont retraités en substances, matières ou produits aux fins de leur fonction initiale ou à d'autres fins »<sup>52</sup>.

« C'est toute opération de valorisation par laquelle les déchets sont retraités en produits, matières ou substances aux fins de leur fonction initiale ou d'autres fins. Cela inclut le retraitement des matières organiques, mais n'inclut pas la valorisation énergétique, la conversion pour l'utilisation comme combustible ou pour des opérations de remblayage »<sup>53</sup>

##### 1.3.1.2 Les principes étapes du recyclage :

Afin de comprendre le fonctionnement du recyclage, il convient de présenter les principales étapes qui composent ce processus.

---

<sup>51</sup> [www.nomadia-group.com](http://www.nomadia-group.com) Consulté le 15/02/2025(10 :25)

<sup>52</sup> [www.insee.fr](http://www.insee.fr) Consulté le 15/02/2025(15 :10)

<sup>53</sup> BANGOURA (M) : op.cit.p.141.

## Chapitre 2 : Le recyclage et l'économie circulaire

---

**Collecter** : La collecte constitue la première étape du processus de recyclage. Elle peut s'effectuer de plusieurs manières<sup>54</sup> :

- **Collecte en porte-à-porte** : Les services municipaux ou des entreprises spécialisées récupèrent les déchets directement auprès des ménages ou des entreprises.
- **Dépôt volontaire** : Les citoyens apportent leurs déchets recyclables dans des centres de recyclage ou des points d'apport volontaire, souvent situés dans des zones urbaines accessibles.

Ces méthodes permettent de rassembler les matériaux recyclables en vue de leur traitement ultérieur.

**Tri** : Une fois collectés, les déchets sont acheminés vers des centres de tri où ils sont séparés en fonction de leur nature : plastique, papier, verre, métal, etc. Le tri peut être réalisé de manière<sup>55</sup> :

- **Manuelle** : Des opérateurs trient les matériaux sur des chaînes de tri, en retirant les éléments non recyclables ou contaminants.
- **Mécanisée** : Des machines équipées de technologies avancées, telles que des lecteurs optiques, des aimants ou des courants de Foucault, séparent automatiquement les matériaux en fonction de leurs propriétés physiques.

Ce tri permet de préparer les matériaux pour les étapes suivantes du recyclage.

**Traitement et transformation** : Après le tri, les matériaux sont nettoyés et transformés pour être réintroduits dans le cycle de production<sup>56</sup>.

Par exemple :

**Plastiques** : Ils sont broyés en paillettes, lavés, puis fondus pour être reformés en granulés utilisables dans la fabrication de nouveaux produits.

**Métaux** : Ils sont fondus pour éliminer les impuretés et coulés en lingots ou en feuilles pour de nouvelles applications industrielles.

**Papier et carton** : Ils sont désencrés, puis transformés en pâte pour produire du papier recyclé.

---

<sup>54</sup> [www.tri-facile.fr](http://www.tri-facile.fr) Consulté le 15/02/2025(16:20)

<sup>55</sup> [www.paprec.com](http://www.paprec.com) Consulté le 15/02/2025(18:30)

<sup>56</sup> [www.esi-business-school.com](http://www.esi-business-school.com) Consulté le 17/02/2025(08:00)

## Chapitre 2 : Le recyclage et l'économie circulaire

---

Ces processus varient en fonction du matériau traité et des technologies disponibles.

**Fabrication de nouveaux produits :** Les matières premières recyclées sont ensuite utilisées pour fabriquer de nouveaux produits, réduisant ainsi la dépendance aux ressources vierges et diminuant l'empreinte écologique. Par exemple, des bouteilles en plastique recyclé, des canettes en aluminium ou du papier recyclé. En suivant ces étapes, le recyclage contribue à la préservation des ressources naturelles et à la réduction des déchets. Il est essentiel que chaque individu participe activement au tri sélectif pour garantir l'efficacité de ce processus.<sup>57</sup>

### 1.4 Les enjeux et les défis du recyclage :

Le recyclage soulève des enjeux majeurs tant sur le plan environnemental qu'économique et social.

#### 1.4.1 Les enjeux :

- **Préservation des ressources naturelles :** En réintroduisant les matériaux recyclés dans le cycle de production, le recyclage réduit la dépendance aux ressources vierges, contribuant ainsi à une économie circulaire<sup>58</sup>.
- **Réduction de l'empreinte carbone :** Le recyclage diminue les émissions de gaz à effet de serre en limitant les processus d'extraction et de transformation des matières premières<sup>59</sup>.
- **Gestion des déchets :** Il permet de réduire le volume des déchets destinés à l'enfouissement ou à l'incinération, limitant ainsi la pollution des sols et des eaux<sup>60</sup>.

#### 1.4.2 Défis du recyclage:

Malgré ses nombreux avantages, le recyclage reste confronté à plusieurs défis, parmi ces défis <sup>61</sup>:

- **Collecte et tri efficaces :** Assurer une collecte sélective optimale et un tri précis est crucial pour améliorer les taux de recyclage. Des investissements dans des technologies avancées, comme la robotisation et les systèmes de tri optique, sont nécessaires pour augmenter l'efficacité.

---

<sup>57</sup> BANGOURA (Marie Rose), op.cit.p.141.

<sup>58</sup> Ibid. P.141.

<sup>59</sup> [www.bemrecycling.com](http://www.bemrecycling.com) Consulté le 17/02/2025(11:20)

<sup>60</sup> [www.batiadvisor.fr](http://www.batiadvisor.fr) Consulté le 17/02/2025(13:50)

<sup>61</sup> [www.paprec.com](http://www.paprec.com) Consulté le 17/02/2025(20:30)

## Chapitre 2 : Le recyclage et l'économie circulaire

---

- **Qualité des matières recyclées** : Maintenir la qualité des matériaux recyclés est essentiel pour leur réutilisation. Certains matériaux, notamment les plastiques, peuvent se dégrader après plusieurs cycles de recyclage, limitant leur réutilisation.
- **Rentabilité économique** : Le recyclage de certaines matières peut ne pas être économiquement viable en raison des coûts élevés de collecte, de tri et de transformation. Cela nécessite des soutiens financiers ou des incitations pour encourager le recyclage de ces matériaux.
- **Sensibilisation et éducation** : Promouvoir une culture du recyclage auprès du grand public et des entreprises est essentiel pour améliorer les taux de participation et la qualité du tri.
- **Adaptation aux nouvelles catégories de déchets** : Avec l'évolution des modes de consommation, de nouvelles catégories de déchets émergents, nécessitant le développement de filières de recyclage adaptées.

## Chapitre 2 : Le recyclage et l'économie circulaire

---

### Section 2 : Le passage de l'économie linéaire à l'économie circulaire

Pendant longtemps, nos systèmes de production et de consommation ont reposé sur un modèle linéaire. Ce schéma, devenu insoutenable face à l'épuisement des ressources naturelles et à l'accumulation des déchets, a conduit à repenser notre rapport à la matière et à l'environnement. C'est dans ce contexte qu'émerge le concept d'économie circulaire, un modèle alternatif visant à optimiser l'utilisation des ressources, à réduire les pertes et à valoriser les déchets en les réintégrant dans le cycle de production. Ce passage marque une évolution profonde vers une logique de durabilité et de responsabilité.

#### 2.1 L'économie linéaire

Pendant des siècles, le modèle économique dominant a été linéaire avant de passer à l'économie circulaire, il est donc essentiel de bien comprendre les ressorts et les limites de cette économie linéaire.

##### 2.1.1 Définition et les descriptions du modèle linéaire

Pour mieux comprendre l'impact de l'économie linéaire, il est essentiel de revenir sur sa définition et ses principes fondamentaux.

###### 2.1.1.1 Définition :

L'économie linéaire est un modèle de production et de consommation basé sur un schéma linéaire : "**extraire, fabriquer, utiliser puis jeter**". Ce système repose sur l'exploitation des ressources naturelles et de l'énergie pour produire des biens qui, après usage, deviennent des déchets. Il ne prend pas en compte la régénération des ressources ni la réduction des impacts environnementaux, conduisant ainsi à une forte pression sur l'environnement et à un épuisement progressif des matières premières.<sup>62</sup>

###### 2.1.1.2 Les descriptions du modèle linéaire :

Le modèle économique linéaire se décrit comme un flux unidirectionnel articulé par des étapes successives<sup>63</sup> :

---

<sup>62</sup> Le Moigne (R) : « *L'économie circulaire : Stratégie pour un monde durable* », 2<sup>e</sup> édition. Dunod, Paris, 2018, p.7.

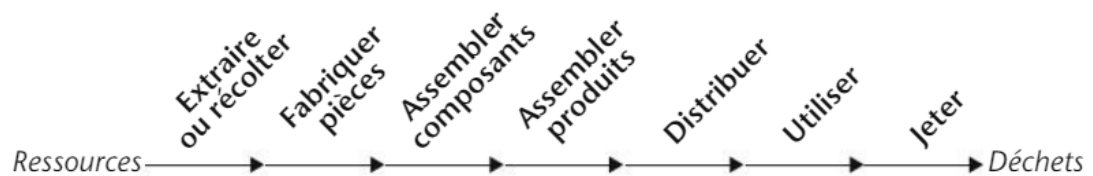
<sup>63</sup> Ibid. p.7.

## Chapitre 2 : Le recyclage et l'économie circulaire

---

- **Extraction** : Pendant des décennies, l'économie a reposé sur une exploitation illimitée des ressources. Cependant, certaines ressources essentielles, comme l'eau, les sols ou les nutriments, deviennent de plus en plus rares, tandis que d'autres, comme les métaux, sont souvent gaspillés.
- **Fabrication** : De nombreuses entreprises ne supportent pas le coût des externalités négatives qu'elles génèrent, comme la pollution ou l'épuisement des ressources. Si ces coûts étaient pris en compte, certains secteurs industriels, comme la production de ciment ou d'acier, seraient financièrement non viables. De plus, les entreprises ont souvent privilégié l'optimisation du travail plutôt que l'efficacité des ressources, entraînant un gaspillage important tout au long des chaînes d'approvisionnement.
- **Consommation** : Les entreprises ne sont pas toujours incitées à produire et vendre des biens durables. Les consommateurs privilégient souvent des produits à bas prix, sans prêter attention à leur durée de vie ou à leur coût total de possession. De leur côté, les entreprises peuvent profiter de la vente de produits rapidement obsolètes. Si l'obsolescence programmée est la plus connue, elle reste probablement la moins utilisée. D'autres formes d'obsolescence, moins médiatisées, s'avèrent tout aussi efficaces pour encourager le renouvellement des achats.

**Figure 1** : Les descriptions du modèle linéaire



**Source** : Le Moigne (R) : « *L'économie circulaire : Stratégie pour un monde durable* », 2<sup>e</sup> édition, Dunod, Paris, 2018, p.7.

### 2.1.2 Les limites de l'économie linéaire :

L'économie linéaire repose sur un modèle de production et de consommation fondé sur l'extraction des ressources, la fabrication, l'utilisation, puis l'élimination des produits. Ce système, largement dominant, montre aujourd'hui ses limites face aux enjeux environnementaux, économiques et sociaux. L'épuisement des ressources, la pollution et la

## Chapitre 2 : Le recyclage et l'économie circulaire

---

surproduction de déchets en font un modèle non durable. Il devient donc essentiel d'en analyser les principales limites pour mieux envisager des alternatives viables.

- **Épuisement des ressources naturelles** : L'économie linéaire repose sur l'extraction continue de ressources finies, ce qui entraîne leur raréfaction progressive. Cela pose un problème de durabilité et accentue les tensions liées à l'accès aux matières premières, rendant ce modèle non viable à long terme.<sup>64</sup>
- **Impact écologique** : Les activités industrielles et la consommation dans un modèle linéaire génèrent une forte pollution de l'air, des sols et des eaux. Ce système contribue également au changement climatique et à la destruction des écosystèmes, mettant en péril la biodiversité et la qualité de vie des populations.<sup>65</sup>
- **Production excessive de déchets et impact sur le sociale** : L'absence de réutilisation efficace des matériaux entraîne une accumulation importante de déchets. Ceux-ci sont souvent mal gérés, augmentant les risques de pollution et de saturation des infrastructures de traitement, et limitant les capacités de recyclage.<sup>66</sup>
- **Dépendance économique aux matières premières** : Les fluctuations des prix des matières premières impactent directement les coûts de production et la stabilité économique. Une dépendance excessive à ces ressources crée une vulnérabilité face aux crises économiques et aux tensions géopolitiques.<sup>67</sup>
- **Limites technologiques du recyclage** : Le recyclage, bien que nécessaire, ne permet pas toujours une récupération totale des matériaux. Certains produits perdent en qualité après plusieurs cycles de recyclage, et les procédés actuels sont souvent coûteux et énergivores, limitant leur efficacité à grande échelle.<sup>68</sup>

### 2.2 Le passage à l'économie circulaire

Face à ces limites, l'économie circulaire apparaît comme une alternative durable. Elle repose sur des principes tels que la réduction des déchets, le réemploi, la réparation et le recyclage efficace des matériaux. Des stratégies comme l'éco-conception (concevoir des produits plus durables et facilement réparables) et l'économie de la fonctionnalité (privilégier l'usage au

---

<sup>64</sup> [www.economiecirculaire.org](http://www.economiecirculaire.org) Consulté le 13/02/2025(07 :40)

<sup>65</sup> BIGNIER (G) : « *Architecture et économie* », 1<sup>re</sup> édition, Éditions Eyrolles, Paris, 2018.p.31.

<sup>66</sup> Ibid. P.35.

<sup>67</sup> Ibid. P.33.

<sup>68</sup> [www.books.openedition.org](http://www.books.openedition.org) Consulté le 18/02/2025(11 :20)

## Chapitre 2 : Le recyclage et l'économie circulaire

---

lieu de la possession, comme l'autopartage) permettent de limiter l'impact environnemental et d'assurer une meilleure gestion des ressources à long terme.

### 2.2.1 Définition de l'économie circulaire :

Organisation d'activités économiques et sociales recourant à des modes de production, de consommation et d'échange fondés sur l'éco-conception, la répartition, le réemploi et le recyclage, et visant à diminuer les ressources utilisées ainsi que les dommages causés à l'environnement.<sup>69</sup>

### 2.2.2 Les raisons du passage à l'économie circulaire :

L'économie circulaire est devenue incontournable en raison de plusieurs enjeux majeurs qui touchent à la fois l'environnement, l'économie et la société.<sup>70</sup>

- **Préserver les ressources naturelles :** Le modèle de production actuel repose sur une exploitation intensive des ressources, ce qui entraîne leur raréfaction et des tensions sur leur disponibilité. L'économie circulaire permet d'optimiser l'utilisation des matières premières en favorisant leur réemploi, leur recyclage et leur substitution par des alternatives durables.
- **Réduire la pollution et les déchets :** L'augmentation constante des déchets et leur mauvaise gestion posent des problèmes environnementaux considérables. L'économie circulaire vise à réduire la production de déchets en concevant des produits plus durables, en encourageant le recyclage et en limitant les substances polluantes.
- **Limiter l'impact sur le climat :** L'extraction des ressources et la production industrielle sont parmi les principales sources d'émissions de gaz à effet de serre. Adopter un modèle circulaire permet de réduire l'empreinte carbone en favorisant des modes de production et de consommation plus sobres en énergie et en matériaux.
- **Stimuler l'économie et l'innovation :** L'économie circulaire offre de nouvelles opportunités économiques en développant des secteurs comme la réparation, la réutilisation et le recyclage. Elle favorise aussi l'innovation en encourageant les entreprises à concevoir des produits plus écologiques et à repenser leurs modèles économiques.

---

<sup>69</sup> Benady (A), Ross-Carré(H) : « *L'économie circulaire* », AFNOR, Paris, 2021.p3.

<sup>70</sup> Ibid. P.4.

## Chapitre 2 : Le recyclage et l'économie circulaire

---

- **Répondre aux évolutions réglementaires et sociétales :** Les gouvernements mettent en place des lois pour encourager les entreprises à adopter des pratiques plus durables, tandis que les consommateurs sont de plus en plus attentifs aux engagements écologiques des marques. Cette transition vers un modèle circulaire devient donc une nécessité pour répondre aux attentes et aux nouvelles exigences du marché.

L'économie circulaire est une réponse essentielle aux défis actuels. Elle permet de concilier développement économique, préservation des ressources et réduction des impacts environnementaux. Son adoption généralisée constitue une étape clé pour assurer un avenir durable.

### **2.3 Les principes de l'économie circulaire :**

L'économie circulaire repose sur plusieurs principes fondamentaux visant à optimiser l'utilisation des ressources et à minimiser les impacts environnementaux. Elle s'oppose au modèle linéaire en cherchant à préserver la valeur des matériaux et des produits aussi longtemps que possible dans le cycle économique.

#### **2.3.1 Réduction, réutilisation, recyclage et valorisation des ressources**

Ce principe repose sur une gestion optimisée des matières premières et des produits afin de limiter l'extraction de nouvelles ressources et la production de déchets. La réduction implique une consommation plus sobre et une optimisation des procédés de fabrication pour limiter les pertes. La réutilisation consiste à prolonger la durée de vie des produits en leur donnant une nouvelle fonction ou en les utilisant plusieurs fois avant leur élimination. Le recyclage permet de transformer les matériaux en de nouvelles matières premières pour la fabrication d'autres produits. La valorisation englobe différents procédés permettant d'exploiter les déchets sous forme de nouvelles ressources, notamment par la production d'énergie ou la récupération de matières réutilisables.<sup>71</sup>

#### **2.3.2 Conception de produits durables et réparables**

L'éco-conception est un élément clé de l'économie circulaire, visant à intégrer des critères de durabilité dès la phase de conception d'un produit. Cela suppose l'utilisation de matériaux résistants et faciles à entretenir, la mise en place de designs modulaires facilitant la réparation

---

<sup>71</sup> [www.orseo.fr](http://www.orseo.fr) Consulté le 19/02/2025(14 :10)

## Chapitre 2 : Le recyclage et l'économie circulaire

---

et le remplacement de composants, ainsi que la limitation de substances nocives afin de garantir un recyclage efficace. La réparabilité est essentielle pour prolonger la durée de vie des biens et réduire le gaspillage, ce qui nécessite la disponibilité de pièces détachées et de solutions techniques adaptées pour entretenir ou remettre en état les objets défectueux.<sup>72</sup>

### **2.3.3 Approche « Cradle to Cradle » : pensée dès la conception pour un cycle de vie sans fin**

Cette approche consiste à concevoir des produits et des matériaux de manière à ce qu'ils puissent être réintégrés indéfiniment dans des cycles techniques ou biologiques. Elle implique une sélection rigoureuse des matières premières en veillant à leur compatibilité avec un recyclage ou une biodégradation complète sans résidus toxiques. L'objectif est de supprimer la notion de déchet en assurant un cycle continu des ressources, où chaque élément en fin de vie devient une ressource pour une nouvelle production. Ce concept nécessite une transformation des processus industriels vers des modèles circulaires, encourageant l'innovation dans la conception des matériaux et des produits.<sup>73</sup>

### **2.3.4 Économie de la fonctionnalité :**

Ce principe vise à privilégier l'accès aux services et aux usages plutôt que la simple acquisition de produits matériels. Il favorise l'optimisation des ressources en encourageant des modèles économiques basés sur la location, l'abonnement ou la mutualisation de biens. Ce système incite à la conception de produits plus robustes et durables, car leur performance et leur entretien sont pris en charge sur le long terme. En réduisant le nombre d'objets fabriqués et en maximisant leur utilisation, cette approche permet d'économiser les ressources naturelles et de limiter l'empreinte environnementale.<sup>74</sup>

L'économie circulaire repose sur une transformation profonde des modes de production et de consommation en mettant l'accent sur la préservation des ressources et la réduction des impacts environnementaux. En favorisant la conception durable, le recyclage efficace et de nouveaux modèles économiques axés sur l'usage, elle offre une alternative viable à l'économie linéaire et permet de répondre aux enjeux du développement durable.

---

<sup>72</sup> [www.rts.com](http://www.rts.com) Consulté le 19/02/2025(16 :30)

<sup>73</sup> [www.upcyclea.com](http://www.upcyclea.com) Consulté le 19/02/2025(18 :25)

<sup>74</sup> [www.shs.cairn.info](http://www.shs.cairn.info) Consulté le 19/02/2025(22 :20)

## Chapitre 2 : Le recyclage et l'économie circulaire

---

### 2.4 Les défis du passage à l'économie circulaire

L'économie circulaire présente plusieurs freins qui ralentissent sa mise en place et sa généralisation. Ces obstacles sont de nature technologique, économique, psychologique et réglementaire.<sup>75</sup>

#### 2.4.1 Freins technologiques

Le développement de l'économie circulaire se heurte à des limitations technologiques, notamment en raison de la conception passée des produits. De nombreux biens, conçus il y a plusieurs décennies, n'ont pas été pensés pour être réparables, recyclables ou durables, ce qui complique leur intégration dans un modèle circulaire. De plus, les technologies de recyclage actuelles ne sont pas encore adaptées à tous les types de matériaux, ce qui entraîne une perte de qualité et d'efficacité dans le processus. Le recyclage de certains matériaux nécessite également une consommation énergétique importante, ce qui peut limiter son bénéfice environnemental.

#### 2.4.2 Freins économiques

Le modèle économique dominant repose encore largement sur une logique de production et de consommation linéaire, favorisant la vente de biens plutôt que l'usage ou la réutilisation. Les entreprises ont intérêt à maximiser leur chiffre d'affaires par la production et la vente de nouveaux produits, plutôt qu'à prolonger la durée de vie des biens existants. Par ailleurs, la croissance économique est souvent mesurée à travers le PIB, qui ne prend pas en compte les coûts environnementaux et valorise les flux de production. Cela crée un conflit entre les objectifs économiques et les principes de l'économie circulaire, qui nécessitent une redéfinition des indicateurs de performance et des modèles d'affaires.

#### 2.4.3 Freins psychologiques et psychosociaux

L'adoption de l'économie circulaire implique un changement profond des comportements des consommateurs et des entreprises. La réduction de la consommation de matières premières passe par une remise en question des habitudes d'achat et une transition vers des modes de consommation plus responsables. Cependant, les comportements individuels ne sont pas toujours rationnels, et de nombreux consommateurs restent attachés à la possession plutôt qu'à l'usage partagé des biens. Par ailleurs, l'"effet rebond" est un phénomène qui peut limiter

---

<sup>75</sup> Benady(A), Ross-Carré(H):Op.cit. p8.

## Chapitre 2 : Le recyclage et l'économie circulaire

---

les gains environnementaux : l'amélioration de l'efficacité dans l'utilisation des ressources peut inciter à une augmentation de la consommation, annulant ainsi une partie des bénéfices de l'économie circulaire.

### 2.4.4 Freins réglementaires

Bien que les réglementations européennes et françaises tendent à encourager l'économie circulaire, certaines contraintes réglementaires freinent encore sa mise en œuvre. La législation doit s'adapter pour intégrer pleinement des objectifs de réduction des déchets, de pénalisation de l'obsolescence programmée et d'incitation à l'éco-conception. Toutefois, les politiques publiques peuvent être lentes à évoluer, et les réglementations actuelles ne couvrent pas toujours l'ensemble des défis liés à la transition vers un modèle circulaire. L'harmonisation des réglementations entre différents pays est également un enjeu majeur pour favoriser une transition cohérente et efficace.

La transition vers une économie circulaire est confrontée à des obstacles multidimensionnels qui nécessitent des solutions adaptées. L'évolution des technologies, la transformation des modèles économiques, la sensibilisation des consommateurs et l'adaptation des cadres réglementaires sont autant de leviers à actionner pour surmonter ces freins et accélérer la mise en place d'un modèle plus durable.

## 2.5 Les sept domaines d'action de l'économie circulaire

Pour mettre en œuvre une économie circulaire efficace, plusieurs domaines d'action ont été identifiés comme leviers essentiels de transformation.<sup>76</sup>

### 2.5.1 Approvisionnement durable

L'approvisionnement durable est une méthode d'acquisition de biens et de services qui prend en compte des facteurs environnementaux et sociaux. Cela signifie que les entreprises qui utilisent cette méthode cherchent à minimiser leur impact sur l'environnement et à améliorer les conditions de travail des personnes qui produisent les biens et les services qu'elles achètent.

---

<sup>76</sup> Ibid. p.9.

## Chapitre 2 : Le recyclage et l'économie circulaire

---

### 2.5.2 Éco-conception

L'éco-conception est une approche de conception de produits et de services qui vise à réduire leur impact environnemental tout au long de leur cycle de vie, de l'extraction des matières premières à leur fin de vie. Pour ce faire, les entreprises qui utilisent cette approche prennent en compte des facteurs environnementaux dès la phase de conception.

### 2.5.3 L'écologie industrielle et territoriale

L'écologie industrielle et territoriale (EIT) englobe les initiatives collectives volontaires mises en place au sein d'un territoire afin d'optimiser l'utilisation des ressources et d'améliorer la productivité. Son objectif est de favoriser à la fois le développement économique et une gestion plus efficiente des matières et de l'énergie, contribuant ainsi aux enjeux de la transition écologique. L'EIT cherche à maximiser l'utilisation des ressources locales, qu'il s'agisse d'énergie, d'eau, de matières premières, de déchets, mais aussi d'équipements et d'expertises.

### 2.5.4 L'économie de la fonctionnalité

Ce modèle économique collaboratif vise à remplacer la vente d'un bien par celle d'un service ou d'une solution intégrée, qui offre les mêmes fonctionnalités, voire des services élargis. L'objectif est de réduire la consommation de ressources et d'énergie tout en générant des bénéfices environnementaux et sociaux. Il s'agit donc d'une approche innovante qui transforme la manière d'échanger des biens et services.

### 2.5.5 La consommation responsable

La consommation responsable incite chaque acteur économique, qu'il soit une entreprise, un organisme public ou un citoyen, à prendre en compte les impacts environnementaux et sociaux de ses choix d'achat, tout au long du cycle de vie d'un produit ou d'un service. Cette approche nécessite une sensibilisation aux externalités des biens et services et encourage de nouveaux modes d'acquisition, tels que l'achat de produits reconditionnés, l'achat en commun ou encore les pratiques relevant de l'économie du partage.

## Chapitre 2 : Le recyclage et l'économie circulaire

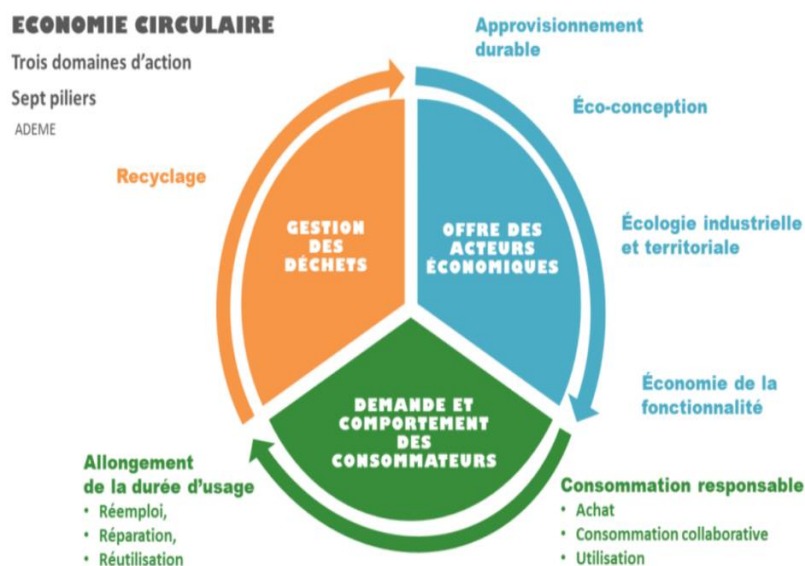
### 2.5.6 L'allongement de la durée d'usage : réemploi, réparation et réutilisation

Prolonger la durée de vie des produits passe par différentes pratiques telles que la réparation, le don ou l'achat de seconde main dans le cadre du réemploi et de la réutilisation. Cette démarche contribue également à la lutte contre l'obsolescence programmée.

### 2.5.7 La gestion efficace des déchets, matières ou produits en fin de vie

Cette action intervient lorsque toutes les stratégies précédentes n'ont pas permis d'éviter la fin de vie d'un produit. La gestion des déchets repose sur une hiérarchie de traitement visant à exploiter au mieux les matériaux afin de limiter leur impact environnemental. Les solutions incluent le recyclage, la valorisation énergétique, l'incinération et, en dernier recours, l'enfouissement.

Figure 2 : L'économie circulaire



Source : <sup>1</sup> Benady (A), Ross-Carré (H), *L'économie circulaire*, AFNOR, Paris, 2021.p9.

## Chapitre 2 : Le recyclage et l'économie circulaire

---

### Section 3 :L'émergence de l'économie circulaire

Notre mode de production et de consommation actuel n'est plus durable, et les conséquences économiques et environnementales du modèle linéaire deviennent de plus en plus préoccupantes .Face à cette situation alarmante, il devient impératif de repenser en profondeur nos systèmes de production, ce qui a conduit à l'émergence de l'économie circulaire. Celle-ci s'impose aujourd'hui comme une alternative incontournable, visant à réduire la pression sur les ressources naturelles tout en favorisant une gestion plus responsable des déchets et des matières premières.

#### 3.1 Contexte historique de l'émergence de l'économie circulaire

Les origines et le contexte de l'économie circulaire<sup>77</sup> :

- **Prémices et idées anciennes** : L'économie circulaire trouve ses racines dans les idées traditionnelles de réduction des déchets et de réutilisation des ressources. Ces concepts ont été en partie inspirés par les cycles naturels où tout est réutilisé et recyclé. Des penseurs et des économistes comme Jevons (1866) ont déjà mis en lumière des effets rebonds, où des gains d'efficacité dans l'utilisation des ressources peuvent paradoxalement augmenter la consommation.
- **Les années 1970-1980** : Le début de la prise de conscience écologique Durant cette période, des préoccupations environnementales émergentes, notamment avec la prise de conscience des limites de la planète en termes de ressources naturelles et de pollution. Cela a poussé à repenser les modèles linéaires de production et de consommation, basés sur la logique "extraire, produire, consommer et jeter".
- **Les années 1990** : L'émergence des concepts modernes Au cours de cette décennie, des concepts comme "l'éco-conception" et "l'éco-innovation" commencent à se structurer. L'idée de la circularité devient plus formelle, où il est question de concevoir des produits qui puissent être réparés, réutilisés et recyclés plutôt que d'être jetés. Cette période marque aussi la croissance du concept d'économie de la fonctionnalité, où la vente de produits est remplacée par la mise à disposition de services (ex : la location au lieu de la vente).

---

<sup>77</sup> Boutillier (S), Laperche(B), Le (S. T. K) : « *Ports industriels en transition* », L'Harmattan, Paris, 2024.p31.

## Chapitre 2 : Le recyclage et l'économie circulaire

---

- **Les années 2000 et 2010 :** L'intégration de l'économie circulaire dans les politiques publiques et les stratégies d'entreprise. Les crises financières, économiques et environnementales des années 2000, dont celle de 2008, ont joué un rôle de catalyseur pour l'adoption de modèles d'affaires circulaires. Les entreprises, confrontées à de nouvelles contraintes économiques et environnementales, ont orienté leur stratégie vers l'innovation « verte » (éco-innovation), centrée sur la réduction des impacts environnementaux et le recyclage des ressources. Des chercheurs comme Laperche (2011) et des organisations comme l'OCDE ont contribué à structurer l'approche de l'économie circulaire comme un levier d'innovation et de durabilité, impliquant aussi bien des innovations technologiques que des changements organisationnels et institutionnels.
- **Les années 2020 et au-delà :** L'économie circulaire comme levier pour la transition durable. Aujourd'hui, l'économie circulaire est vue comme une réponse systémique et complexe aux défis environnementaux, avec une approche systémique intégrant les entreprises, les consommateurs et les institutions. Les effets rebonds de certaines innovations soulignent cependant la nécessité de repenser les modèles économiques et d'adopter une pensée systémique qui prend en compte non seulement les aspects technologiques, mais aussi institutionnels et comportementaux pour éviter des effets contre-productifs.

### **3.2 Les facteurs de l'émergence de l'économie circulaire :**

L'économie circulaire s'est imposée comme une alternative au modèle linéaire traditionnel en réponse à divers défis environnementaux, économiques et sociétaux. Cette transition est motivée par une prise de conscience accrue des enjeux environnementaux, l'essor de la responsabilité sociétale des entreprises (RSE) et un soutien politique et législatif renforcé.

#### **3.2.1 La prise de conscience croissante des enjeux environnementaux**

Depuis les années 1960 et 1970, une prise de conscience environnementale s'est développée, notamment aux États-Unis, face aux impacts négatifs de l'activité humaine sur la planète. Cette période a vu émerger des mouvements environnementaux qui ont mis en lumière les conséquences de la pollution, de la surexploitation des ressources et de la perte de biodiversité. Ces préoccupations ont conduit à une réflexion sur des modèles économiques plus durables, jetant les bases de l'économie circulaire.

## Chapitre 2 : Le recyclage et l'économie circulaire

---

Par ailleurs, des études ont souligné que, malgré diverses initiatives, le gaspillage des ressources persiste, les changements climatiques s'accroissent et la biodiversité continue de décliner. Ces constats renforcent la nécessité d'adopter des modèles économiques qui réduisent la pression sur les écosystèmes et favorisent une utilisation plus efficace des ressources.<sup>78</sup>

### 3.2.2 L'essor de la responsabilité sociétale des entreprises (RSE) et des engagements climatiques

Les entreprises jouent un rôle central dans la transition vers une économie circulaire. La RSE est devenue un enjeu stratégique, incitant les acteurs économiques à intégrer des objectifs environnementaux et sociaux dans leurs modèles d'affaires. Cette évolution est soutenue par plusieurs facteurs :

- **Pression des consommateurs** : Les consommateurs privilégient de plus en plus les entreprises engagées dans des démarches responsables.
- **Investisseurs responsables** : Les décisions financières intègrent désormais des critères environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG).
- **Cadre réglementaire** : Les réglementations encouragent les entreprises à réduire leur impact environnemental et à adopter des pratiques circulaires.

Les engagements internationaux, tels que l'Accord de Paris sur le climat, ont renforcé cette dynamique, poussant les entreprises à adopter des modèles économiques plus durables.

### 3.2.3 Le soutien politique et législatif

Les gouvernements et les institutions internationales ont mis en place des cadres législatifs pour encourager l'adoption de l'économie circulaire. Par exemple, la Directive-cadre relative aux déchets de l'Union européenne établit des mesures visant à protéger l'environnement et la santé humaine en prévenant ou en réduisant la production de déchets et leurs effets nocifs.

Cette directive impose des obligations aux États membres concernant la gestion des déchets, favorisant ainsi une approche plus durable et circulaire. De telles initiatives législatives

---

<sup>78</sup> [www.fcqged.org](http://www.fcqged.org) Consulté le 20/02/2025(10 :05)

## Chapitre 2 : Le recyclage et l'économie circulaire

---

incitent les entreprises et les citoyens à adopter des pratiques responsables, contribuant à la transition vers une économie circulaire.<sup>79</sup>

L'émergence de l'économie circulaire est le résultat d'une convergence de facteurs environnementaux, économiques et réglementaires. La prise de conscience des enjeux écologiques, l'engagement des entreprises dans des pratiques responsables et le soutien législatif ont été déterminants dans cette transition. Pour accélérer ce mouvement, une collaboration étroite entre les acteurs publics, privés et la société civile est essentielle, afin de surmonter les obstacles et promouvoir un modèle économique durable et résilient.

### **3.3 Les acteurs clés de l'économie circulaire**

Dans un monde aux ressources limitées, l'économie circulaire se distingue comme un modèle durable visant à réduire l'impact environnemental tout en optimisant l'utilisation des matières premières. Ce modèle repose sur la préservation de la valeur des produits, équipements, matériaux et déchets, considérés comme des ressources précieuses à exploiter de manière responsable. Fondamentale dans la lutte contre le changement climatique, cette approche nécessite l'engagement et la coopération de divers acteurs.<sup>80</sup>

#### **3.3.1 Les institutions gouvernementales et les agences**

Les gouvernements jouent un rôle déterminant dans l'instauration d'un cadre réglementaire et législatif propice à l'économie circulaire. En France, l'ADEME se positionne en pionnière en apportant un soutien financier, des conseils et des outils pour accompagner la transition. Ces institutions encouragent également l'innovation et soutiennent le développement de projets circulaires à travers différents dispositifs d'aide et de financement.

#### **3.3.2 Les entreprises et les producteurs**

Au cœur de cette transition, les entreprises repensent leurs modèles de production afin de réduire les déchets et d'optimiser l'utilisation des ressources. De l'éco-conception à la valorisation des matières en fin de vie, elles s'engagent à adopter des pratiques plus durables, motivées à la fois par leur responsabilité sociétale et par les opportunités économiques qu'offre l'économie circulaire.

---

<sup>79</sup> [www.echa.europa.eu](http://www.echa.europa.eu) Consulté le 20/02/2025(12:20)

<sup>80</sup> [www.upcyclea.com](http://www.upcyclea.com) Consulté le 20/02/2025(13 :00)

## Chapitre 2 : Le recyclage et l'économie circulaire

---

### 3.3.3 Les consommateurs

Le rôle des consommateurs est central, car leurs choix influencent directement le marché. En privilégiant des produits durables, réparables et recyclables, ils incitent les entreprises à adopter des pratiques respectueuses de l'environnement. L'éducation et la sensibilisation restent essentielles pour favoriser une consommation plus responsable et éclairée.

### 3.4 La technologie et l'économie circulaire

La technologie joue un rôle clé dans la mise en œuvre de l'économie circulaire.

#### 3.4.1 Les nouvelles technologies au service de l'économie circulaire

L'économie circulaire, initialement centrée sur la réduction des déchets et le recyclage, évolue grâce aux avancées technologiques. Les innovations numériques optimisent l'utilisation des ressources, améliorent la transparence et augmentent l'efficacité des flux. Ces outils apportent des solutions aux défis liés à la gestion des matériaux et des déchets, favorisant ainsi une transition vers un modèle plus durable.<sup>81</sup>

##### 3.4.1.1 L'intelligence artificielle pour améliorer l'efficacité circulaire

L'intelligence artificielle (IA) joue un rôle clé dans l'économie circulaire en facilitant plusieurs aspects :

- **Automatisation du tri des déchets** : Les systèmes basés sur l'IA analysent et reconnaissent les matériaux recyclables sur les chaînes de tri, augmentant ainsi leur efficacité.
- **Prévision de la demande en ressources recyclées** : Grâce à l'analyse des données, l'IA anticipe les besoins en matériaux, réduisant les risques de surproduction ou de pénurie.
- **Optimisation des processus logistiques** : Les algorithmes d'IA planifient les itinéraires de transport des matériaux réutilisables, limitant ainsi les coûts et l'impact environnemental. Ces innovations permettent aux entreprises d'optimiser la gestion des ressources tout en renforçant leurs engagements environnementaux.

---

<sup>81</sup> [www.circularplace.fr](http://www.circularplace.fr) Consulté le 20/02/2025(15:20)

## Chapitre 2 : Le recyclage et l'économie circulaire

---

### 3.4.1.2 Les plateformes SaaS une gestion simplifiée des ressources

Les solutions Software as a Service (SaaS) transforment la gestion des ressources circulaires en proposant divers outils performants :

- **Suivi en temps réel des matériaux** : Grâce à des tableaux de bord centralisés, les entreprises peuvent surveiller l'utilisation, le stockage et le réemploi de leurs ressources.
- **Facilitation des échanges inter-entreprises** : Les plateformes SaaS encouragent la mutualisation des matériaux entre différents acteurs, réduisant ainsi le gaspillage.
- **Conformité aux réglementations** : Ces outils génèrent automatiquement des rapports détaillés sur les flux de matériaux, garantissant le respect des normes en vigueur.

### 3.4.1.3 L'IoT une surveillance intelligente des ressources

L'Internet des Objets (IoT) joue un rôle croissant dans l'économie circulaire en permettant un suivi précis des flux de matériaux :

- **Capteurs intelligents** : Installés sur les conteneurs, ils mesurent le taux de remplissage et optimisent la collecte des déchets, réduisant les trajets inutiles.
- **Identification et localisation des matériaux** : Les technologies RFID et GPS assurent une traçabilité efficace des ressources, facilitant leur récupération et leur réemploi.
- **Analyse des performances des équipements** : Les objets connectés recueillent des données en temps réel, permettant de détecter les besoins de maintenance ou de réparation.

L'IoT favorise ainsi une meilleure visibilité et gestion des matériaux, renforçant l'efficacité des systèmes circulaires.

### 3.4.1.4 Une synergie technologique au service d'un modèle durable

L'intégration des nouvelles technologies dans l'économie circulaire accélère la transition vers des modèles plus durables. En facilitant la gestion des ressources, en réduisant les coûts et en améliorant l'impact environnemental, ces innovations permettent aux entreprises et aux collectivités de repenser leurs modes de production et de consommation.

## Chapitre 2 : Le recyclage et l'économie circulaire

---

### 3.4.2 Avantages et Défis des Technologies Émergentes dans l'Économie Circulaire

Les technologies émergentes jouent un rôle essentiel dans l'accélération et l'optimisation de l'économie circulaire. Elles permettent une gestion plus efficace des ressources et facilitent la transition vers des modèles économiques plus durables. Cependant, leur intégration soulève également plusieurs défis nécessitant des solutions adaptées pour garantir leur efficacité à grande échelle.

#### 3.4.2.1 Avantages des technologies émergentes dans l'économie circulaire

Les avancées technologiques offrent de nombreux avantages à l'économie circulaire<sup>82</sup> :

- **Amélioration de la collaboration et de la connectivité** : Les outils numériques renforcent l'interconnexion entre les acteurs économiques, facilitant les échanges d'informations et la coopération autour des stratégies circulaires.
- **Optimisation de la gestion des ressources** : Les innovations technologiques permettent un suivi précis des flux de matériaux, améliorant ainsi leur récupération, leur réutilisation et leur recyclage dans une logique circulaire.
- **Renforcement de la traçabilité** : La digitalisation des chaînes d'approvisionnement garantit une meilleure visibilité sur le cycle de vie des produits, contribuant à une gestion plus responsable des ressources.
- **Accélération des processus de collecte et de tri** : Les nouvelles technologies optimisent les opérations logistiques et industrielles, réduisant les pertes de matériaux et augmentant l'efficacité du traitement des déchets.
- **Renforcement de la compétitivité des entreprises** : L'intégration des solutions numériques dans l'économie circulaire permet aux entreprises d'adopter des modèles d'affaires plus efficaces et durables, tout en améliorant leur position sur le marché.

#### 3.4.2.2 Défis liés à l'adoption des technologies émergentes

- **Mise en place de normes et de protocoles** : L'uniformisation des standards est nécessaire pour assurer une interopérabilité entre les différentes technologies et garantir la fiabilité des informations échangées.

---

<sup>82</sup> [www.upcyclea.com](http://www.upcyclea.com) Consulté le 20/02/2025(17:30)

## Chapitre 2 : Le recyclage et l'économie circulaire

---

- **Gestion et protection des données :** L'exploitation des données sur les flux de matériaux nécessite des cadres réglementaires stricts afin d'assurer la confidentialité, la sécurité et l'intégrité des informations.
- **Interopérabilité des systèmes :** La diversité des solutions technologiques peut entraîner des incompatibilités, rendant essentielle l'adoption de plateformes capables de fonctionner de manière cohérente entre elles.
- **Cybersécurité et risques numériques :** L'augmentation des échanges de données et l'interconnexion des systèmes exposent les infrastructures à des menaces, nécessitant des dispositifs de sécurité robustes.
- **Accès aux technologies et coûts d'investissement :** L'adoption de solutions technologiques avancées peut représenter un obstacle financier pour certaines entreprises, nécessitant des stratégies d'accompagnement et de financement adaptées.

L'intégration des technologies émergentes dans l'économie circulaire offre des opportunités considérables, mais leur succès repose sur une gestion efficace des défis liés à leur mise en œuvre.

### 3.5 Les avantages de l'économie circulaire

L'économie circulaire est une alternative au modèle linéaire traditionnel qui repose sur l'optimisation des ressources, la réduction des déchets et la réutilisation des matériaux. Elle vise à minimiser l'impact environnemental tout en favorisant une croissance économique durable. Ce modèle bénéficie tant aux entreprises qu'à la société en offrant des solutions innovantes et responsables.<sup>83</sup>

#### 3.5.1 **Réduction de l'exploitation des ressources naturelles**

L'économie circulaire limite la dépendance aux ressources vierges en favorisant le recyclage et la réutilisation des matériaux déjà extraits.

#### 3.5.2 **Diminution de la production de déchets**

En prolongeant la durée de vie des produits et en encourageant leur réparation ou leur réutilisation, ce modèle réduit le volume de déchets générés.

---

<sup>83</sup> Benady (A), Ross-Carré (H): Op.cit. p.14.

## Chapitre 2 : Le recyclage et l'économie circulaire

---

### **3.5.3 Optimisation de l'utilisation des matières premières**

La conception durable et l'éco-conception permettent de maximiser l'efficacité des ressources utilisées, réduisant ainsi les pertes et les gaspillages.

### **3.5.4 Encouragement à l'innovation et au développement de nouvelles technologies**

Les entreprises et les industries sont incitées à repenser leurs modes de production en intégrant des solutions technologiques plus durables et économes en ressources.

### **3.5.5 Création d'opportunités économiques et d'emplois locaux**

En développant des filières locales de réparation, de recyclage et de reconditionnement, l'économie circulaire favorise la création d'emplois non délocalisables.

### **3.5.6 Renforcement de la résilience des entreprises face aux fluctuations des matières premières**

En réutilisant les matériaux et en diversifiant leurs sources d'approvisionnement, les entreprises deviennent moins dépendantes des variations des coûts des ressources naturelles.

### **3.5.7 Réduction de l'impact environnemental et des émissions polluantes**

En limitant l'extraction de nouvelles ressources et en optimisant la gestion des déchets, l'économie circulaire contribue à la réduction des pollutions et des émissions de gaz à effet de serre.

### **3.5.8 Amélioration de la durabilité des produits et des services**

Ce modèle pousse à la conception de biens plus robustes, réparables et évolutifs, réduisant ainsi le besoin de remplacement fréquent.

### **3.5.9 Sensibilisation et engagement des acteurs économiques et des consommateurs**

L'économie circulaire repose sur une prise de conscience collective, incitant entreprises et consommateurs à adopter des comportements plus responsables.

### **3.5.10 Contribution aux objectifs du développement durable**

En intégrant les dimensions économiques, environnementales et sociales, l'économie circulaire s'inscrit pleinement dans les principes du développement durable.

## Chapitre 2 : Le recyclage et l'économie circulaire

---

Adopter l'économie circulaire permet de préserver les ressources naturelles, de réduire la pollution et de renforcer la résilience économique. En repensant la production et la consommation, elle favorise un développement durable et bénéfique à long terme. Sa mise en œuvre devient essentielle pour répondre aux enjeux environnementaux et économiques actuels.

### **3.6 Les organisations responsables**

Les organisations jouent un rôle clé dans la promotion de l'économie circulaire en sensibilisant, réglementant et accompagnant les acteurs économiques. Elles contribuent à la mise en place de stratégies durables. Leur engagement est essentiel pour accélérer la transition vers un modèle plus responsable.

#### **3.6.1 Fondation Ellen MacArthur**

La Fondation Ellen MacArthur, créée en 2010, est une organisation britannique dédiée à l'accélération de la transition vers une économie circulaire. Elle collabore avec des entreprises, des gouvernements et des institutions académiques pour développer des cadres et des outils facilitant l'adoption de modèles économiques circulaires. La fondation est reconnue pour ses recherches approfondies et ses rapports influents qui ont sensibilisé le public et les décideurs aux avantages de l'économie circulaire.<sup>84</sup>

#### **3.6.2 Institut National de l'Économie Circulaire (INEC)**

L'Institut National de l'Économie Circulaire est une association française créée en 2013, rassemblant des acteurs publics et privés engagés dans la promotion de l'économie circulaire en France. L'INEC agit comme un centre de ressources et d'expertise, proposant des formations, des publications et des événements pour sensibiliser et accompagner les organisations dans leur transition vers des modèles circulaires.<sup>85</sup>

#### **3.6.3 Plateforme pour Accélérer l'Économie Circulaire (PACE)**

Lancée en 2018 lors du Forum Économique Mondial, la Plateforme pour Accélérer l'Économie Circulaire (PACE) est une coalition mondiale regroupant des leaders du secteur privé, des gouvernements et des organisations internationales. Son objectif est de catalyser

---

<sup>84</sup> [www.ellenmacarthurfoundation.org](http://www.ellenmacarthurfoundation.org) Consulté le 21/02/2025(14 :10)

<sup>85</sup> [www.economiecirculaire.org](http://www.economiecirculaire.org) Consulté le 21/02/2025(14 :55)

## Chapitre 2 : Le recyclage et l'économie circulaire

---

des projets et des partenariats visant à surmonter les obstacles à l'adoption de l'économie circulaire à grande échelle. PACE se concentre sur des domaines clés tels que l'électronique, le plastique et les textiles, en promouvant des initiatives concrètes et en partageant les meilleures pratiques.<sup>86</sup>

### 3.6.4 Agence de la Transition Écologique (ADEME)

En France, l'ADEME est à l'avant-garde de la promotion de l'économie circulaire, proposant des aides financières, des conseils et des outils pour faciliter la transition. Elle soutient les entreprises et les collectivités dans leurs démarches d'éco-conception, de gestion des déchets et d'optimisation des ressources.<sup>87</sup>

### 3.6.5 Commission Européenne

La Commission Européenne joue un rôle majeur dans la promotion de l'économie circulaire au sein de l'Union européenne. En 2015, elle a adopté le "Paquet Économie Circulaire", une série de mesures visant à stimuler la transition vers une économie circulaire, incluant des objectifs ambitieux en matière de recyclage et de réduction des déchets. En 2020, le "Nouveau Plan d'Action pour l'Économie Circulaire" a été lancé, mettant l'accent sur la durabilité des produits, la réduction des déchets et l'autonomisation des consommateurs.<sup>88</sup>

### 3.6.6 Organisations Non Gouvernementales (ONG) et Associations

De nombreuses ONG et associations à travers le monde jouent un rôle essentiel dans la promotion et la mise en œuvre de l'économie circulaire. Ces organisations mènent des campagnes de plaidoyer, proposent des solutions concrètes et mobilisent les citoyens pour adopter des modes de vie plus durables.<sup>89</sup>

### 3.6.7 Initiatives Locales et Territoriales

À l'échelle locale, de nombreuses collectivités territoriales mettent en place des stratégies d'économie circulaire adaptées à leurs contextes spécifiques. Ces initiatives locales sont

---

<sup>86</sup> [www.ambition4circularity.com](http://www.ambition4circularity.com) Consulté le 21/02/2025(15 :25)

<sup>87</sup> [www.ademe.fr](http://www.ademe.fr) Consulté le 21/02/2025(16 :00)

<sup>88</sup> [www.ecologie.gouv.fr](http://www.ecologie.gouv.fr) Consulté le 13/02/2025(16 :45)

<sup>89</sup> [www.ambition4circularity.com](http://www.ambition4circularity.com) Consulté le 13/02/2025(18 :00)

## Chapitre 2 : Le recyclage et l'économie circulaire

---

cruciales pour expérimenter des solutions innovantes et encourager la participation active des communautés.<sup>90</sup>

La transition vers une économie circulaire est soutenue par une multitude d'acteurs et d'initiatives à différents niveaux. La collaboration entre les organisations internationales, les gouvernements nationaux, les collectivités locales, le secteur privé et la société civile est essentielle pour accélérer cette transformation et construire un avenir plus durable.

---

<sup>90</sup> [www.ambition4circularity.com](http://www.ambition4circularity.com) Consulté le 13/02/2025(20 :10)

## Chapitre 2 : Le recyclage et l'économie circulaire

---

### **Conclusion du chapitre2**

Dans ce chapitre, nous avons essayé d'aborder les concepts fondamentaux liés à la gestion des déchets et à l'économie circulaire, en mettant en évidence leur importance croissante dans un contexte de transition écologique et de raréfaction des ressources. Nous avons d'abord examiné la nature des déchets, leur classification ainsi que les différentes approches de valorisation, en soulignant le rôle stratégique du recyclage pour réduire l'empreinte écologique tout en créant de la valeur économique.

Nous avons ensuite exploré les limites de l'économie linéaire, fondée sur un modèle de production et de consommation non durable, et mis en avant les raisons poussant de plus en plus d'entreprises à adopter une économie circulaire. Cette transition repose sur des principes clés visant à minimiser le gaspillage et à maximiser la réutilisation des ressources. Toutefois, elle implique également des défis organisationnels et technologiques que les entreprises doivent relever pour réussir cette transformation.

Enfin, nous avons retracé les origines de l'économie circulaire en identifiant les facteurs ayant favorisé son émergence, tout en analysant le rôle des acteurs clés, des technologies innovantes et des modèles organisationnels soutenant cette approche. Les avantages compétitifs qu'elle procure, notamment en termes de réduction des coûts, d'innovation et de fidélisation des clients, démontrent son potentiel pour les entreprises cherchant à s'adapter aux évolutions du marché

**Chapitre 3 :**  
Cadre Méthodologique et  
Contextuel

### **Introduction du chapitre 3**

Dans ce chapitre, nous présentons les éléments clés du terrain de recherche afin de mieux comprendre le contexte dans lequel s'inscrit notre étude.

Nous commencerons par une présentation détaillée de l'entreprise de recyclage étudiée, en mettant en lumière son activité, sa structure organisationnelle ainsi que sa position sur le marché local. Cette étape permettra de contextualiser les pratiques de l'entreprise en matière de recyclage et de distribution.

Nous aborderons ensuite le cadre réglementaire applicable au secteur du recyclage en Algérie, à travers les textes législatifs et réglementaires les plus pertinents, notamment la loi n°01-19 et le décret exécutif n°04-410. Ces textes fixent les obligations, les normes et les incitations relatives à la gestion des déchets et à la valorisation des matériaux recyclés.

Dans un second temps, nous exposerons la méthodologie de recherche adoptée, en expliquant le choix de l'approche qualitative, les outils de collecte utilisés ainsi que les profils ciblés pour l'étude.

Enfin, la dernière partie de ce chapitre sera consacrée à la présentation et à l'analyse des entretiens réalisés au sein de l'entreprise. Cette analyse nous permettra d'identifier les pratiques réelles face aux exigences réglementaires, ainsi que les enjeux liés à la stratégie de distribution des produits recyclés.

## Chapitre 3 : Cadre méthodologique et contextuel

---

### Section 1 : Présentation de l'entreprise

Dans cette section, nous présenterons l'entreprise en mettant en lumière son activité principale, sa structure interne, ainsi que son historique et son évolution. Une analyse SWOT viendra compléter cette présentation afin de mieux comprendre son fonctionnement, notamment dans le domaine du recyclage.

#### 1.1 Historique et évolution

La création de l'entreprise a été fondée en 2022, dans un contexte économique marqué par une relance industrielle post-COVID, où les besoins du marché national en solutions d'emballage durables et accessibles se faisaient fortement ressentir.

Face à cette opportunité, deux entrepreneurs, M. Hicham Berrached, de nationalité algérienne, et M. Wu Shuxing, partenaire chinois doté d'une solide expérience industrielle, ont uni leurs expertises pour créer une structure capable de répondre aux exigences croissantes du secteur.

Leur vision commune était de réduire la dépendance aux importations, de stimuler la production locale, et de fournir des solutions d'emballage recyclables conformes aux standards internationaux.

L'entreprise a été implantée à Bathioua, dans la wilaya d'Oran, un choix stratégique en raison de la proximité du port et des zones industrielles. Le premier site de production, bâti à cet emplacement, a été équipé d'installations modernes, permettant une production compétitive dès les premiers mois d'activité.

À ses débuts, l'entreprise comptait 161 employés, dont 21 techniciens chinois spécialisés et 140 collaborateurs algériens occupant des fonctions dans la production, l'administration et la logistique.

Dès sa création, l'organisation a été structurée autour de plusieurs départements clés (Direction générale, Ressources humaines, Finances, Production, Commercial, Achats et Logistique), afin d'assurer une gestion efficace et anticiper la montée en puissance prévue d'ici fin 2025, avec une augmentation progressive de la capacité de production.

Depuis sa création, l'entreprise s'est imposée comme un acteur clé dans le domaine de la production de pâte à papier recyclée (voire l'annexe 1), une matière première essentielle pour

## Chapitre 3 : Cadre méthodologique et contextuel

---

les industries de l'emballage. Grâce à une organisation structurée, une main-d'œuvre qualifiée et des équipements modernes, elle atteint aujourd'hui une capacité de production de 110 tonnes par jour.

Cette production alimente de grands groupes du secteur de l'emballage au niveau national. Afin de répondre à la demande croissante et de se positionner comme un leader régional, l'entreprise a lancé un projet ambitieux d'extension industrielle, dont l'achèvement est prévu pour fin 2025.

À terme, la capacité de production atteindra 400 tonnes par jour, marquant un tournant dans son développement. En parallèle, l'entreprise prévoit de démarrer l'exportation de sa pâte à papier vers les marchés internationaux, notamment en les pays de l'union européen, dès la fin de l'année en cours. Au-delà des ambitions économiques, l'entreprise inscrit son développement dans une démarche écologique forte, en valorisant exclusivement des matières premières issues du recyclage. Elle contribue ainsi à la réduction des déchets, à la préservation des ressources forestières et à la limitation de l'empreinte carbone de l'industrie papetière.

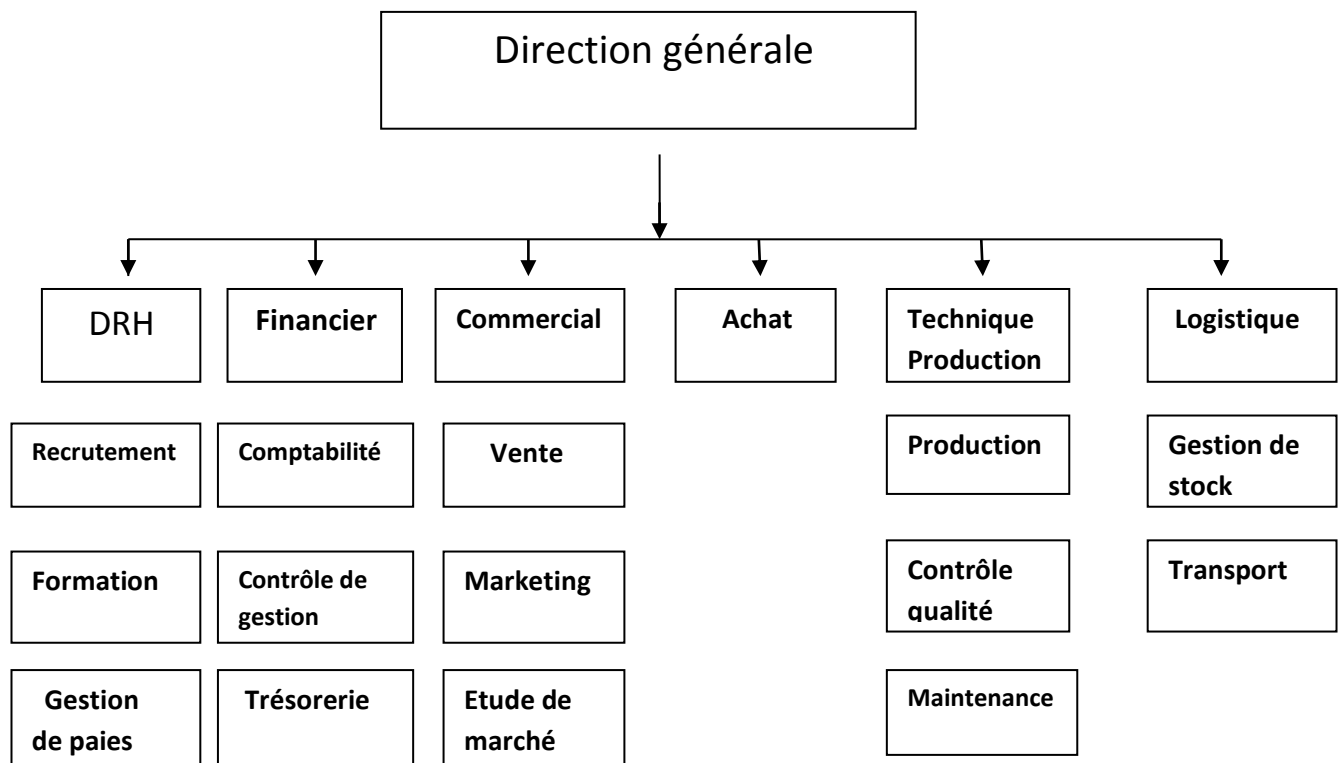
### 1.2 L'organigramme

L'entreprise est organisée selon une structure fonctionnelle bien définie, composée de plusieurs départements complémentaires, chacun ayant des objectifs clairs contribuant à la performance globale. L'organigramme repose sur une Direction Générale centrale autour de laquelle s'articulent sept départements clés :

- Direction Générale
- Département des Ressources Humaines (RH)
- Département Finance
- Département Commercial
- Département Technique / Production
- Département Achats
- Département Logistique

## Chapitre 3 : Cadre méthodologique et contextuel

Figure1 : l'organigramme de l'entreprise



Source : Document interne

### 1.2.1 Direction Générale (DG)

Missions :

- Définir la stratégie globale de l'entreprise.
- Prendre les décisions majeures (investissements, partenariats, orientation industrielle).
- Superviser et coordonner les départements.
- Représenter l'entreprise auprès des partenaires, institutions et autorités.
- Suivre la performance globale et assurer la conformité réglementaire.

### 1.2.2 Département des Ressources Humaines (RH)

Services et missions :

Recrutement :

- Identifier les besoins en personnel.

## Chapitre 3 : Cadre méthodologique et contextuel

---

- Mener les entretiens et intégrer les nouveaux employés.

Formation :

- Développer les compétences internes via des formations techniques et managériales.

Gestion des paies :

- Assurer un traitement rigoureux des salaires, primes, absences, etc.

Relations sociales :

- Maintenir un bon climat de travail.
- Gérer les conflits, représenter l'entreprise devant l'inspection du travail.

### 1.2.3 Département Financier

Services et missions :

Comptabilité :

- Enregistrer les opérations comptables, établir les bilans et comptes de résultats.

Contrôle de gestion :

- Analyser les écarts entre prévisions et résultats.
- Proposer des actions correctives.

Trésorerie :

- Gérer les flux financiers, les encaissements et paiements. Suivre les besoins en fonds de roulement.
- Suivre les besoins en fonds de roulement.

### 1.2.4 Département Commercial

Services et missions :

Équipe de ventes :

- Prospector de nouveaux clients.
- Suivre les comptes existants et gérer les commandes.

## Chapitre 3 : Cadre méthodologique et contextuel

---

Responsables de comptes :

- Assurer un service personnalisé aux grands clients.
- Gérer les contrats et la satisfaction client.

Marketing :

- Promouvoir l'image de l'entreprise et ses produits.
- Mettre en place des campagnes ciblées.

Études de marché :

- Identifier les opportunités commerciales et les tendances.
- Analyser la concurrence.

Communication :

- Développer les outils de communication interne et externe.
- Gérer les relations publiques et la présence digitale.

### **1.2.5 Département Technique / Production**

Services et missions :

Ingénierie / R&D :

- Améliorer les procédés de fabrication.
- Développer de nouveaux produits ou optimiser les existants.

Production :

- Assurer la fabrication quotidienne de la pâte à papier selon les standards de qualité.
- Respecter les objectifs de rendement et les délais.

Contrôle qualité :

- Vérifier la conformité des matières premières et des produits finis.
- Prévenir les défauts et proposer des actions correctives.

Maintenance :

- Assurer le bon fonctionnement des équipements.

## Chapitre 3 : Cadre méthodologique et contextuel

---

- Planifier les interventions préventives et curatives.

### 1.2.6 Département Achats

Services et missions :

Responsable achats :

- Définir la stratégie d'achats (matières premières, consommables, services).
- Sélectionner les fournisseurs stratégiques.

Acheteurs :

- Négocier les contrats.
- Passer les commandes en respectant les budgets et délais.
- Suivre les livraisons et les performances fournisseurs.

### 1.2.7 Département Logistique

Services et missions :

Gestion des stocks :

- Suivre les entrées/sorties de matières premières et produits finis.
- Optimiser les niveaux de stock.

Expédition et transport :

- Organiser les livraisons nationales et futures exportations.
- Choisir les transporteurs, planifier les tournées.
- Assurer le respect des délais et des coûts logistiques.

### 1.3 L'analyse SWOT du l'entreprise :

« On analyse l'environnement externe et interne de l'entreprise. On appelle cette étape l'analyse SWOT, en référence aux initiales des termes en anglais (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). »<sup>91</sup>

---

<sup>91</sup> KOTLER (P) et DUBOIS (B) : op.cit. P.56.

## Chapitre 3 : Cadre méthodologique et contextuel

---

### 1.3.1 Forces (Strengths) :

- Capacité de production élevée : l'entreprise dispose d'un outil industriel performant, capable de traiter de grandes quantités de carton recyclé.
- Main-d'œuvre qualifiée : la présence de techniciens expérimentés permet de maintenir un bon niveau de qualité dans le tri et la transformation.
- Position de leader local : l'entreprise travaille déjà avec des clients majeurs, ce qui lui confère une notoriété dans le secteur.
- Localisation stratégique : l'implantation du site permet un accès facilité à plusieurs zones industrielles, ainsi qu'aux circuits logistiques.
- Diversité de la main-d'œuvre : présence d'employés algériens, chinois et africains apportant une richesse technique et culturelle.

### 1.3.2 Faiblesses (Weaknesses)

- Barrières linguistiques et interculturelles : les différences de langue et de culture entre les équipes (algériens, chinois, africains) peuvent nuire à la communication interne et à la coordination.
- Niveau de digitalisation faible : manque de systèmes numériques pour la traçabilité des déchets, la gestion des commandes ou la planification logistique.
- Manque de visibilité marketing : le produit recyclé est peu valorisé commercialement, ce qui limite son positionnement sur de nouveaux marchés.
- Dépendance à un réseau local restreint : la majorité des ventes se fait en Algérie, sans stratégie d'exportation structurée.

### 1.3.3 Opportunités (Opportunities)

- Encouragement de l'État : des politiques publiques soutiennent le tri et la valorisation des déchets.
- Marché national en croissance : la demande en matériaux recyclés augmente dans les secteurs de l'emballage, de l'agriculture et de la construction.
- Opportunité d'exportation : possibilité de développer un réseau de distribution vers des pays africains ou méditerranéens.
- Partenariats stratégiques sino-algériens : le soutien aux joint-ventures algéro-chinoises peut faciliter l'accès à des aides financières ou technologiques.

## Chapitre 3 : Cadre méthodologique et contextuel

---

- Tendances mondiale vers l'économie circulaire : valoriser le produit recyclé comme une solution écologique renforce sa compétitivité.

### 1.3.4 Menaces (Threats)

- Concurrence croissante des nouvelles start-up : de jeunes entreprises, parfois subventionnées, investissent dans le secteur avec des modèles plus flexibles et technologiques.
- Fluctuations du prix du carton : les variations du cours des matières recyclées influencent la rentabilité.
- Difficulté d'importation des équipements.
- L'exportation de carton.

Cette analyse met en lumière que l'entreprise dispose d'un fort potentiel, appuyé par des capacités techniques, une bonne position sur le marché local, et un contexte réglementaire favorable. Toutefois, des efforts sont encore nécessaires en matière de communication interne, digitalisation, développement marketing et diversification des débouchés, afin de renforcer sa stratégie de distribution et de tirer pleinement profit des opportunités offertes par le cadre légal actuel.

## Chapitre 3 : Cadre méthodologique et contextuel

---

### Section 2 : Présentation de la démarche méthodologique de la recherche

La démarche suivie pour l'effectuation de collecte de l'information et de son analyse s'est basée sur une méthode de recherche qualitative

#### 2.1 Définition de méthode de la recherche qualitative

C'est la recherche qui produit et analyse des données descriptives, telles que les paroles écrites ou dites et le comportement observatoire des personnes, elle renvoie à une méthode de recherche intéressée par le sens et l'observation d'un phénomène, elle traite des données difficilement quantifiables, mais ne rejette cependant ni les chiffres ni les statistiques en ne leur accordant tout simplement pas la première place.<sup>92</sup>

Cette méthode vise à explorer en profondeur les perceptions, les pratiques et les mécanismes internes liés à l'application de la réglementation environnementale dans le cadre de la distribution des produits recyclés.

En raison de la nature même du sujet, l'objectif n'est pas de quantifier des données ni de les traiter statistiquement. L'étude qualitative permet ici de comprendre les interprétations, les choix stratégiques et les ajustements organisationnels opérés par les cadres et responsables de l'entreprise, face aux exigences environnementales.

Une étude quantitative aurait été inadaptée dans ce contexte, car elle n'aurait pas permis de saisir les nuances, les contraintes opérationnelles ni les leviers d'adaptation concrets que les responsables mobilisent sur le terrain. L'approche qualitative, en revanche, offre la possibilité d'éclairer la réalité du terrain en lien avec les concepts abordés dans la partie théorique.

De plus, cette recherche se concentre sur la stratégie de distribution d'un produit issu du recyclage, dans un contexte réglementé. Cela nécessite de se rapprocher des personnes clés impliquées dans la prise de décision au sein de l'entreprise, ce qui constitue un échantillon restreint et ciblé, typique d'une approche qualitative.

---

<sup>92</sup> KAKAI, (K) : Contribution à la recherche qualitative, cadre méthodologie de rédaction de mémoire, Université de Franche-Comté, Février 2008, p1.

## Chapitre 3 : Cadre méthodologique et contextuel

---

### 2.2 Les outils de recueil et analyse de l'information

Tout d'abord, un outil de recherche désigne un ensemble de méthodes spécifiques que le chercheur mobilise pour répondre aux besoins d'information liés à son sujet d'étude. Le choix et l'usage de ces outils doivent permettre d'atteindre les objectifs fixés, à travers une collecte de données adaptée à la problématique et aux hypothèses formulées.

Ainsi, il est indispensable de prendre en considération la nature du sujet, les variables étudiées, ainsi que la qualité et la pertinence des données collectées, afin de sélectionner les outils analytiques les plus appropriés.

Dans le cadre de cette recherche, le choix des outils de collecte s'est fait après une réflexion approfondie. Il a été jugé essentiel, pour une compréhension complète du thème, de procéder en deux étapes :

Une recherche documentaire, afin de cerner l'aspect conceptuel et réglementaire de la variable (la réglementation environnementale).

Puis, un entretien semi-directif avec une responsable et cadre de l'entreprise, dans le but de faire un état des lieux réel et concret de la façon dont ces deux dimensions interagissent au sein de l'organisation.

#### 2.2.1 Recherche documentaire

« La recherche documentaire est une étape de travail à réaliser avant de se lancer dans une étude empirique. Elle permet de collecter des données informatives grâce à de la documentation. »<sup>93</sup>

Avant d'entamer notre étude de terrain, une recherche documentaire approfondie a été menée dans le but de mieux comprendre les réglementations environnementales encadrant l'activité des entreprises de recyclage. Cette phase préliminaire nous a permis de cerner le cadre juridique applicable, d'identifier les principaux textes législatifs et réglementaires en vigueur, ainsi que de définir les variables centrales de notre problématique. Elle a également offert des pistes d'analyse utiles pour orienter l'enquête de terrain et mieux évaluer l'impact concret de ces obligations légales sur l'organisation et la stratégie de distribution des produits recyclés.

---

<sup>93</sup><https://www.scribbr.fr/methodologic/la-recherche-documentaire> consulté le 23/04/2024 (12 :00)

## Chapitre 3 : Cadre méthodologique et contextuel

---

### 2.2.2 Entretien :

L'entretien de recherche constitue l'une des méthodes les plus couramment utilisées dans les études qualitatives. Il permet de recueillir des données riches et détaillées en lien avec le sujet étudié.

Cette approche offre la possibilité de comprendre en profondeur les opinions, les attitudes, les perceptions et les représentations des personnes interrogées, tout en laissant une certaine liberté d'expression à l'interviewé. Elle est particulièrement adaptée pour explorer des phénomènes complexes et accéder à la réalité vécue des acteurs concernés par la problématique de recherche.

Il existe principalement trois types d'entretiens utilisés dans les recherches qualitatives, chacun se distinguant par son niveau de liberté accordé à l'interviewé et par le degré de structuration des questions<sup>94</sup> :

- **L'entretien non directif (ou libre)** : Il s'appuie sur un thème principal, parfois accompagné de quelques sous-thèmes généraux. L'interviewé est invité à s'exprimer librement, sans cadre strict. Ce type d'entretien est souvent utilisé lorsque l'objectif est d'explorer des opinions ou des représentations globales, sans orientation précise.
- **L'entretien semi-directif (ou semi-structuré)** : Il représente une méthode intermédiaire. L'enquêteur dispose d'une grille de questions ouvertes, permettant de guider l'échange tout en laissant une certaine liberté à la personne interrogée. Ce type d'entretien permet à la fois de recueillir des informations approfondies et de vérifier certaines hypothèses préalablement définies.
- **L'entretien directif (ou structuré)** : Il est fortement encadré, avec des questions formulées à l'avance dans un ordre précis. L'interviewé y répond de manière brève et ciblée, souvent par oui ou non, comme dans un questionnaire oral. Ce format est utilisé pour collecter des données factuelles ou quantitatives précises.

---

<sup>94</sup> 'OUACHERINE, (H) et CHABANI, (S) : « guide de méthodologie de la recherche en sciences sociales », 2<sup>ème</sup> Édition, Taleb Impression, 2018, p.73.

## Chapitre 3 : Cadre méthodologique et contextuel

**Tableau 1 :** Caractéristiques des trois types d'entretien

Entretien dirigé	Entretien semi-dirigé	Entretien libre
Discours non continu qui suit l'ordre des questions posées.	Discours par thèmes dont l'ordre peut être plus ou moins bien déterminé selon la réactivité de l'interviewé.	Discours continu.
Questions préparées à l'avance et posées dans un ordre bien précis.	Quelques points de repère (passages obligés) pour l'interviewer.	Aucune question préparée à l'avance.
Information partielle et réduite.	Information de bonne qualité. Orientée vers le but poursuivi.	Information de très bonne qualité. Mais pas nécessairement pertinente.
Information recueillie rapidement ou très rapidement.	Information recueillie dans un laps de temps raisonnable.	Durée de recueil d'information non prévisible.
Inférence assez faible.	Inférence moderne.	Inférence exclusivement fonction du monde de recueil.

**Source :** KETELE, (J.M) et ROEGIERS, (X) : Méthodologie du recueil d'informations,

De Boeck Université, 1996, p.172

Dans le cadre de notre étude, nous avons opté pour le recours à l'entretien semi-directif afin de recueillir des informations détaillées sur l'impact concret de la réglementation environnementale sur les pratiques internes et sur la stratégie de distribution des produits recyclés au sein de l'entreprise.

Ce type d'entretien nous a permis de guider la discussion autour de thèmes précis tout en laissant aux personnes interrogées la liberté d'exprimer leurs perceptions, leurs expériences et leurs suggestions.

## Chapitre 3 : Cadre méthodologique et contextuel

---

### Section 3 : présentation et analyse de l'entretien

Le guide d'entretien constitue un outil essentiel pour structurer l'échange avec les personnes interrogées. Il regroupe les principaux thèmes à aborder, autour desquels sont formulées les questions, et permet ainsi d'orienter la discussion tout en facilitant l'analyse des données recueillies.

#### 3.1 Elaboration du guide d'entretien

Le guide d'entretien (voir annexe 2) qui a été élaboré, inspiré de la recherche théorique effectué précédemment, contient 5 axes :

**Tableau2** : Les axes de l'entretien

Axe1	Compréhension des réglementations environnementales
Axe2	Engagement RSE de l'entreprise
Axe3	Influence de la réglementation environnementale sur la stratégie de distribution
Axe4	contraintes opérationnelles et adaptations
Axe5	opportunités et avantage compétitifs

**Source** : Par l'auteur

L'entretien a été réalisé le 29 avril 2025 au sein de l'entreprise ProPacking, avec la participation de responsable commercial, et a duré environ une heure. Il a permis de recueillir des informations précieuses sur les pratiques internes en lien avec la réglementation environnementale et la stratégie de distribution des produits recyclés. Après la transcription et l'analyse du contenu de l'échange, il s'est avéré que la richesse et la pertinence des informations obtenues constituaient une base solide pour nourrir notre réflexion et orienter l'interprétation des résultats de cette étude.

#### 3.2 Présentation et analyse de l'entretien :

Cette section présente les résultats de l'étude de manière structurée, étape par étape. Elle débute par l'analyse des réponses issues du guide d'entretien, obtenues grâce à la collaboration de responsable commerciale. Elle se poursuit par une synthèse des principaux

## Chapitre 3 : Cadre méthodologique et contextuel

---

éléments abordés, l'identification des points forts et des limites relevés au sein de l'entreprise, et se conclut par une série de recommandations proposées à l'issue de l'entretien.

### 3.2.1 Présentation de responsable

Dans le cadre de notre enquête qualitative, une responsable de l'entreprise a accepté de répondre à notre guide d'entretien.

Madame, FOUADI Sarah Responsable Commerciale, qui a apporté des éclairages précieux sur les aspects liés à la distribution et à l'impact des réglementations environnementales sur les relations commerciales.

### 3.2.2 Les réponses du guide d'entretien :

Le guide d'entretien comporte un total de 18 questions. Chacune d'elles est accompagnée d'une réponse formulée à partir d'une synthèse globale des propos recueillis auprès de responsable. Les questions et les réponses correspondantes sont présentées ci-dessous, de manière à refléter fidèlement les éléments clés issus des échanges.

#### Axe 1 : Compréhension des réglementations environnementales :

1 – Quelles sont les réglementations environnementales que vous appliquez dans l'entreprise ?

**Réponse :** Nous appliquons principalement la loi n°01-19 relative à la gestion des déchets ainsi que le décret exécutif n°04-410 relatif aux règles d'aménagement et d'exploitation des installations de traitement. Ces deux textes constituent la base réglementaire de notre activité. Tout ajout ou nouvelle directive, notamment en lien avec la digitalisation ou des normes techniques complémentaires, est considéré comme un prolongement de ces deux textes fondateurs, comme la loi n°25-02. aussi nous soucions également des normes de qualité de notre produit.

**Commentaire :** Cela montre une bonne maîtrise du cadre légal principal, avec une ouverture à l'adaptation aux évolutions réglementaires récentes.

2 – Qui suit l'évolution des lois ? Avez-vous reçu un accompagnement ?

**Réponse :** La Direction Générale est responsable du suivi des évolutions réglementaires. C'est elle qui informe les départements concernés lorsqu'un changement touche leur domaine

## Chapitre 3 : Cadre méthodologique et contextuel

---

d'activité. Les équipes techniques et opérationnelles mettent ensuite à jour leurs procédures en conséquence.

**Commentaire :** Cela révèle une organisation centralisée du suivi réglementaire, avec un mécanisme de communication descendante.

3– Est-ce que ces lois sont bien comprises par les équipes ?

**Réponse :** Nous respectons pleinement la réglementation environnementale, et nous veillons à maintenir nos activités conformes aux exigences légales depuis la création de l'entreprise.

**Commentaire :** L'entreprise semble bien engagée dans une dynamique de conformité, en lien avec la légitimité de son activité de recyclage.

### Axe 2 : Engagement RSE de l'entreprise

1- L'entreprise a-t-elle une politique formelle de responsabilité sociétale (RSE) ?

**Réponse :** Le recyclage fait pleinement partie de notre démarche de responsabilité sociétale des entreprises (RSE), car il contribue à la protection de l'environnement, à la réduction des déchets et à la préservation des ressources naturelles. (Voire l'annexe 3)

**Commentaire :** Cette déclaration montre que l'entreprise intègre le recyclage dans sa stratégie RSE, en le considérant comme un levier essentiel pour répondre aux enjeux environnementaux.

2- Comment intégrez-vous les préoccupations environnementales dans votre stratégie de recyclage ?

**Réponse:** Nous respectons les normes nationales. Nous travaillons continuellement à améliorer nos procédés pour réduire les pertes et optimiser la valorisation du carton recyclé. Nous investissons également dans des équipements plus modernes pour renforcer notre efficacité (voire l'annexe 4), Nous disposons de notre propre réseau de canalisation d'eau dédié à notre site, distinct de celui des habitations voisines. Nous louons également chaque année des espaces spécifiques pour l'élimination de nos déchets. Ces démarches témoignent de notre engagement en faveur de la protection de l'environnement.

## Chapitre 3 : Cadre méthodologique et contextuel

---

**Commentaire :** Cette réponse illustre une démarche RSE active, à travers le respect des normes environnementales, l'amélioration continue des procédés et la volonté d'investir dans des équipements modernes pour une gestion durable des déchets.

3 - Pensez-vous que votre engagement en matière de RSE améliore l'image de votre entreprise sur le marché ?

**Réponse :** En tant que société de recyclage, nous espérons que notre engagement pour l'environnement nous donne une bonne image auprès des clients et renforce notre position sur le marché, aussi nous travaillons actuellement à l'obtention de la certification ISO 9001, en mettant en place les ressources nécessaires, notamment des agents RMQ et HSE. Cette démarche s'inscrit dans notre volonté d'améliorer la qualité de nos processus et l'image de l'entreprise, Et aussi pour lancement de l'exportation pour les pays d'union européen.

**Commentaire :** L'engagement de l'entreprise en matière de RSE, notamment à travers ses initiatives environnementales et sa démarche pour obtenir la certification ISO 9001, contribue clairement à renforcer son image sur le marché. En mettant en place des ressources spécifiques comme les agents RMQ et HSE, l'entreprise montre qu'elle prend des mesures concrètes pour améliorer la qualité de ses processus tout en répondant aux attentes de ses clients. Cette approche devrait non seulement améliorer sa réputation, mais aussi renforcer sa compétitivité sur le marché en mettant en avant son engagement pour la durabilité et la responsabilité sociale.

### Axe 3 : Influence de la réglementation environnementale sur la stratégie de distribution

1-Avez-vous modifié vos circuits de distribution à cause de ces réglementations ?

**Réponse :** Actuellement, non. L'entreprise distribue directement ses produits à des clients locaux, et les réglementations environnementales nationales n'ont pas d'impact sur notre circuit. En revanche, si nous envisageons de l'export à l'Europe, il faudra soit obtenir la certification ISO 14001, soit travailler avec des distributeurs déjà certifiés. Cela pourrait nous amener à modifier notre canal de distribution pour répondre aux exigences du marché européen.

**Commentaire :** Cette réponse montre que l'entreprise s'adapte à son contexte local sans contrainte majeure, mais qu'un projet d'exportation imposerait une révision stratégique de son réseau de distribution.

## Chapitre 3 : Cadre méthodologique et contextuel

---

2- Avez-vous intégré des critères environnementaux dans le choix de vos clients ?

**Réponse :** Non, pour le marché local, nous n'exigeons pas de critères environnementaux particuliers de nos clients. Cependant, dans le cadre d'une future exportation vers l'Europe, ces critères deviennent essentiels. Nous devons collaborer avec des distributeurs engagés dans une démarche RSE et certifiés (comme ISO 14001), car ce sont des exigences souvent imposées par certains des prospects européens.

**Commentaire :** L'entreprise adopte une stratégie différenciée : souple localement, mais rigoureuse à l'export. Elle anticipe l'importance des certifications dans le choix de ses partenaires européens.

3-L'accès à certains marchés (comme l'UE) vous impose-t-il des exigences spécifiques ?

**Réponse :** Absolument. Pour pouvoir accéder aux marchés européens, nous devons répondre à des exigences strictes, en particulier l'obtention de certifications telles que l'ISO 9001, qui garantit la qualité des processus. Pour obtenir cette certification, l'entreprise doit se conformer aux réglementations environnementales. Ces standards sont devenus des prérequis pour tout fournisseur souhaitant être compétitif sur ces marchés. Nous avons donc entamé un travail de mise en conformité pour anticiper cette ouverture internationale.

**Commentaire :** L'entreprise reconnaît que les réglementations européennes sont un levier stratégique majeur, stimulant l'amélioration des processus et l'alignement sur des standards internationaux.

4- Quelle est la stratégie de distribution adoptée localement ?

**Réponse :** Nous distribuons nos produits recyclés en grande quantité directement à nos partenaires. Il s'agit d'une stratégie de distribution intensive, qui nous permet de toucher rapidement nos clients principaux sans intermédiaire.

**Commentaire :** Cette réponse montre que l'entreprise adopte une stratégie intensive, caractérisée par une distribution directe en gros volumes. Ce choix permet de maximiser la couverture du marché local, tout en maintenant un lien fort avec les partenaires réguliers.

5-Quelle sont les facteurs qui influencent la stratégie de distribution en Europe ?

**Réponse :** Concernant notre distribution en Europe, cela dépend de plusieurs facteurs. Tout d'abord, cela repose sur la quantité que nous sommes capables de distribuer, ce qui dépend de

## Chapitre 3 : Cadre méthodologique et contextuel

---

notre capacité à couvrir le marché national. Ensuite, cela tient compte de la part de marché que nous pourrions obtenir en Europe. Par la suite, il faut considérer les certifications nécessaires, notamment la norme ISO 9001, que nous sommes en train de mettre en place et que nous comptons obtenir avant la fin de l'année. Enfin, tout dépend aussi de nos clients potentiels. Certains exigent de travailler uniquement avec des fournisseurs certifiés ISO 14001. Ainsi, nos stratégies peuvent varier si nous souhaitons distribuer de grandes quantités et nous développer sur le marché européen, nous devons soit obtenir cette certification, soit collaborer avec des distributeurs qui en disposent. C'est à ce niveau que notre stratégie de distribution peut changer.

**Commentaire :** Dans le cas où la part de marché de l'entreprise en Europe est petite, elle peut cibler des clients qui n'exigent pas nécessairement la certification ISO 14001, en adoptant une stratégie de distribution intensive, similaire à celle utilisée sur le marché national. En revanche, si l'entreprise souhaite élargir sa part de marché en Europe et distribuer de grandes quantités, elle devra soit obtenir la certification ISO 14001 et maintenir une distribution directe intensive, soit collaborer avec des distributeurs déjà certifiés, ce qui relèvera alors d'une stratégie de distribution sélective.

6- Quelle stratégie de distribution envisagez-vous privilégier pour le lancement de vos exportations vers l'Europe ?

**Réponse :** Notre politique vise principalement des clients de consommation finale. C'est pourquoi nous allons lancer notre démarche pour obtenir la certification ISO 14001, nécessaire pour répondre aux exigences de certains marchés européens. En attendant l'obtention de cette certification, nous comptons cibler des clients qui n'en font pas une condition obligatoire.

**Commentaire :** Cette réponse montre que l'entreprise adopte une approche progressive et pragmatique. Elle prépare son positionnement sur les marchés exigeants grâce à une montée en compétence (certification ISO 14001), tout en maintenant une activité exportable à court terme vers des clients moins stricts. Cette flexibilité stratégique permet de lancer l'exportation sans attendre l'achèvement complet du processus de conformité, tout en construisant une image responsable et conforme sur le long terme.

## Chapitre 3 : Cadre méthodologique et contextuel

---

### Axe 4 : contraintes opérationnelles et adaptations

1- Ces réglementations ont-elles généré des coûts supplémentaires ?

**Réponse :** Oui, elles ont entraîné des charges supplémentaires, notamment à travers l'obligation de recruter des responsables spécialisés dans la qualité et l'environnement, comme les responsables RMQ (Responsable Management Qualité) et HSE (Hygiène, Sécurité, Environnement).

**Commentaire :** Cela souligne que la mise en conformité réglementaire implique des coûts humains et organisationnels. L'entreprise a dû investir dans de nouvelles compétences internes pour répondre aux exigences légales.

2- Quelles difficultés avez-vous rencontrées pour vous adapter ?

**Réponse :** L'adaptation a nécessité la mise en place de formations spécifiques pour le personnel, ainsi qu'un investissement dans les démarches nécessaires à l'obtention de certifications environnementales et qualité.

**Commentaire :** L'entreprise a été confrontée à des défis de formation et d'organisation. Cela montre que la transition vers une conformité environnementale impose une transformation interne à plusieurs niveaux.

3- Quels moyens votre entreprise a-t-elle mis en place pour assurer la conformité ?

**Réponse :** L'entreprise a entamé une démarche structurée vers l'obtention de la certification ISO 9001, tout en veillant à respecter les normes de qualité et à intégrer progressivement les exigences réglementaires dans ses processus.

**Commentaire :** Cela montre une approche proactive : l'entreprise va au-delà du simple respect des règles, en mettant en place un système qualité reconnu, gage de sérieux et de compétitivité.

### Axe 5 : opportunités et avantage compétitifs

1- l'application de ces réglementations ont-elles amélioré l'image de votre entreprise ou renforcé la confiance des clients ?

**Réponse :** Oui, bien sûr. Le respect des normes de production et l'engagement dans l'obtention de certifications environnementales reflètent notre responsabilité sociale. Cela

## Chapitre 3 : Cadre méthodologique et contextuel

---

améliore considérablement l'image de l'entreprise auprès des parties prenantes et renforce la confiance des clients.

**Commentaire :** Cette réponse montre que la conformité réglementaire devient un levier stratégique pour renforcer la réputation de l'entreprise. Elle agit comme un gage de sérieux et de transparence auprès des clients et partenaires.

2- Ont-elles permis d'accéder à de nouveaux marchés ou segments ?

**Réponse :** Oui, ces réglementations sont une condition d'accès à certains marchés, notamment européens. Elles nous obligent à nous aligner sur les standards internationaux pour pouvoir exporter nos produits recyclés.

**Commentaire :** Ici, la réglementation est perçue comme une opportunité commerciale. Elle pousse l'entreprise à se hisser au niveau des exigences internationales, ce qui ouvre de nouveaux débouchés à plus forte valeur ajoutée.

3- Pensez-vous que ces obligations favorisent l'innovation ou l'amélioration continue dans votre activité ?

**Réponse :** Oui, elles nous poussent à améliorer continuellement la qualité de notre production et à renforcer notre position comme entreprise responsable sur les plans social et environnemental.

**Commentaire :** Loin d'être un frein, la réglementation semble ici jouer un rôle moteur dans la transformation positive de l'entreprise. Elle stimule l'innovation, l'investissement et l'adoption de meilleures pratiques.

### 3.2.3 Synthèse générale du guide d'entretien

Après avoir mené le guide d'entretien, recueilli les réponses des interlocuteurs et présenté une synthèse globale des propos recueillis, les constats suivants peuvent être tirés :

- L'entreprise applique avec rigueur les textes fondamentaux en matière de gestion des déchets, notamment la loi n°01-19 et le décret exécutif 04-410. Son ouverture à intégrer des textes complémentaires comme la loi 25-02 témoigne d'une volonté de rester conforme à l'évolution du cadre réglementaire.

## Chapitre 3 : Cadre méthodologique et contextuel

---

-Le suivi est assuré par la Direction Générale, ce qui garantit une uniformité dans l'application des lois. Toutefois, cette centralisation peut freiner la réactivité si l'information ne circule pas assez rapidement vers les services opérationnels.

- Le respect des obligations légales est solidement ancré dans la culture d'entreprise. Cela renforce la légitimité de ses activités de recyclage et réduit les risques juridiques ou environnementaux.

- L'activité de recyclage est en elle-même un engagement environnemental fort. En le positionnant au centre de sa stratégie RSE, l'entreprise affirme sa responsabilité sociale et renforce la cohérence entre ses actions et ses valeurs.

- Des initiatives concrètes, comme la gestion autonome de l'eau ou la location d'espaces pour déchets, montrent une réelle volonté d'amélioration continue. L'entreprise ne se contente pas du minimum légal, mais agit en acteur responsable.

- La mise en œuvre de la norme ISO 9001 et l'embauche de spécialistes qualité et environnement renforcent la crédibilité de l'entreprise. Cela constitue un atout en matière d'image, particulièrement dans les relations avec des clients exigeants ou institutionnels.

- Actuellement, le marché local ne nécessite pas de changement. Mais à l'international, notamment en Europe, l'exigence de certifications comme ISO 14001 pourrait amener à revoir les canaux de distribution ou à nouer des partenariats spécifiques.

- L'entreprise n'applique pas encore de filtres environnementaux à ses clients locaux. Néanmoins, elle anticipe les exigences futures, notamment pour l'exportation, ce qui montre une capacité d'adaptation stratégique.

- Les réglementations deviennent des barrières à l'entrée sur les marchés internationaux et l'obtention des certifications demandées. Pour y accéder, l'entreprise doit adopter une approche qualité renforcée. Cela l'incite à structurer ses démarches internes et à viser des standards plus élevés.

-Le respect des normes implique des investissements, notamment humains, avec le recrutement de profils spécialisés. Ces dépenses sont incontournables mais pèsent sur la rentabilité à court terme.

## Chapitre 3 : Cadre méthodologique et contextuel

---

- Les démarches de formation et de certification mobilisent des ressources importantes. Elles exigent aussi une évolution des mentalités et une implication de l'ensemble des collaborateurs.
- La mise en œuvre progressive de la norme ISO 9001 montre une structuration de la qualité à long terme. Cela permet d'intégrer les obligations réglementaires de manière pérenne dans le fonctionnement global de l'entreprise.
- L'entreprise conditionne sa stratégie de distribution européenne à sa capacité à produire des volumes suffisants. La couverture du marché national est une priorité avant de s'ouvrir à l'international.
- L'obtention de la certification ISO 9001 (prévue avant la fin de l'année) est considérée comme un prérequis. Certains clients européens exigent même la certification ISO 14001, ce qui influence directement la stratégie choisie.
- L'entreprise montre une capacité d'adaptation de sa stratégie de distribution en fonction des contraintes du marché européen (réglementations, exigences clients, volumes, certifications).
- La conformité réglementaire et la démarche RSE donnent une image sérieuse et engagée. Ce positionnement peut être valorisé commercialement, notamment pour attirer des partenaires ou clients sensibles aux enjeux environnementaux.
- Loin d'être un frein, la réglementation devient une clé d'entrée sur des marchés à forte valeur ajoutée. L'entreprise s'y prépare, ce qui renforce sa compétitivité et sa capacité à se développer à l'international.

## Chapitre 3 : Cadre méthodologique et contextuel

### 3.2.4 L'impact de la politique RSE sur l'évolution des principaux indicateurs de performance de l'entreprise

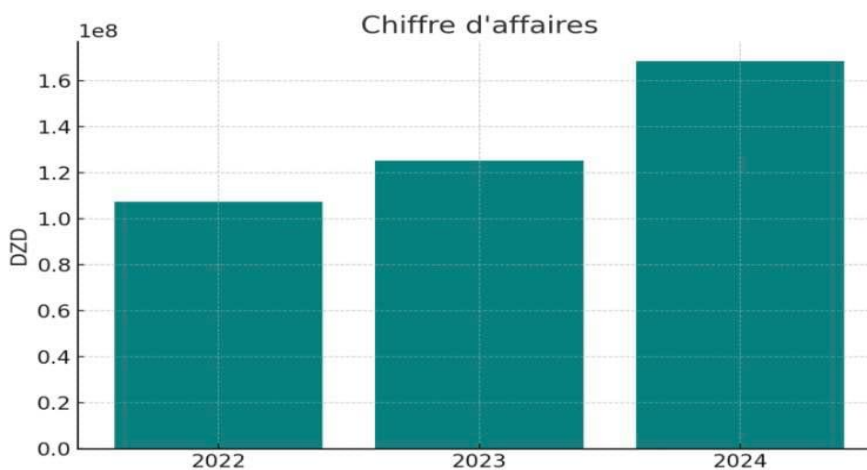
**Tableau 3** : principaux indicateurs de l'entreprise

Indicateur	2022	2023	2024
Chiffre d'affaire	107310000DA	125430000 DA	168630000 DA
Quantité produite	65t/j	90t/j	110t/j
Nombre de clients	18	24	35
La couverture géographique Par wilaya	12	21	24

Source : Document interne

Le tableau présente l'évolution des principaux indicateurs de performance de l'entreprise entre 2022 et 2024.

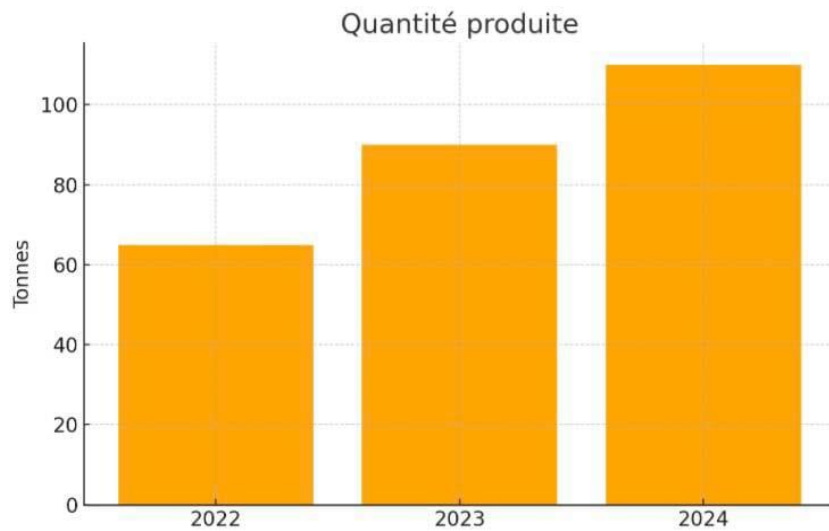
**Figure 2** : l'évolution de chiffre d'affaire



Source : par l'auteur

Le chiffre d'affaires de l'entreprise affiche une progression constante sur les trois années. Il est passé d'environ 105 millions DZD en 2022 à plus de 165 millions DZD en 2024, soit une augmentation de près de 60 %.

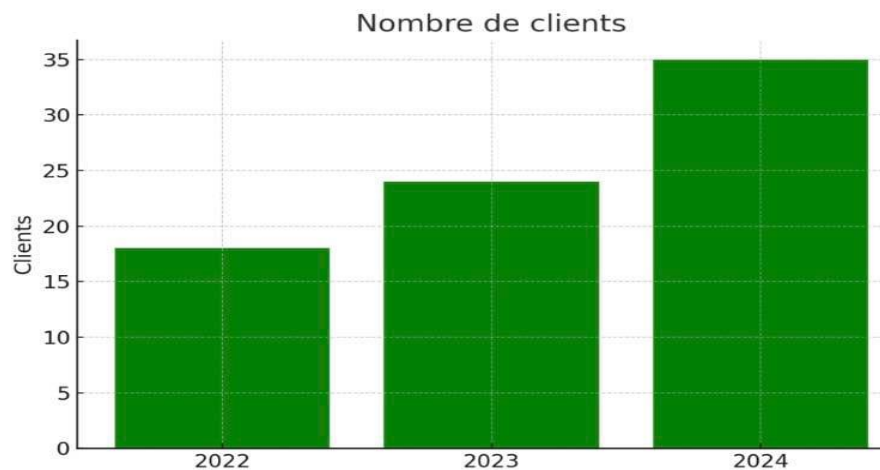
**Figure 3 :** l'évolution de quantité produite



**Source :** par l'auteur

La quantité de pâte à papier produite est également en forte hausse : de 65 tonnes par jour en 2022 à environ 110 tonnes en 2024. Cette progression montre une amélioration des capacités de production.

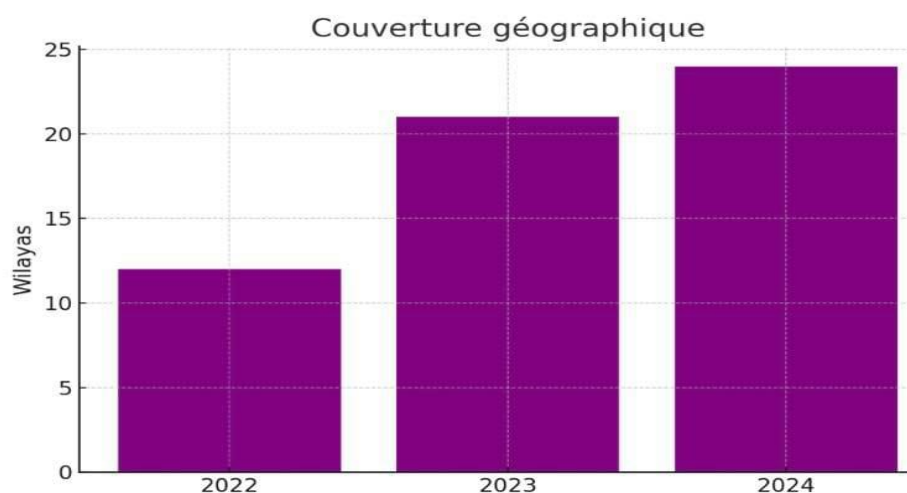
**Figure 4 :** l'évolution de nombre de clients



**Source :** par l'auteur

Le nombre de clients est passé de 18 en 2022 à 35 en 2024, soit près du double en deux ans.

**Figure 5:** La couverture géographique



**Source :** par l'auteur

La couverture géographique s'est élargie de 12 wilayas en 2022 à 24 en 2024, ce qui signifie que l'entreprise a doublé sa présence sur le territoire national.

- **L'analyse de l'évolution des indicateurs**

L'analyse de l'évolution des principaux indicateurs de l'entreprise entre 2022 et 2024 montre que la mise en place progressive d'une politique de Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) a eu un impact positif et structurant sur sa croissance globale. En intégrant des pratiques respectueuses de l'environnement, en valorisant le recyclage du carton, et en veillant à la qualité du produit fini, l'entreprise a pu renforcer sa crédibilité sur le marché, ce qui s'est traduit par une augmentation significative de son chiffre d'affaires, de sa production, et de son portefeuille clients.

### **3.2.5 Identification des points positifs, points négative et recommandation**

Après avoir effectué une synthèse des réponses obtenues à travers le guide d'entretien, nous avons identifié les points positifs et les points négatifs comme suit :

- **Points positifs :**

-Bonne maîtrise du cadre légal national, avec application des lois clés liées à la gestion des déchets.

## Chapitre 3 : Cadre méthodologique et contextuel

---

- Capacité d'adaptation réglementaire, notamment à travers l'intégration de textes complémentaires.
- Organisation structurée pour le suivi des lois via la Direction Générale, garantissant la conformité globale.
- Culture de conformité bien ancrée depuis la création de l'entreprise.
- Cohérence entre l'activité et les valeurs RSE : le recyclage est au cœur de la stratégie de responsabilité sociétale.
- Actions concrètes et responsables : gestion autonome de l'eau, élimination encadrée des déchets, modernisation des équipements.
- Démarche d'amélioration continue et volonté d'investir pour renforcer l'impact environnemental positif.
- Effort visible pour professionnaliser l'approche RSE, avec le recrutement d'agents spécialisés (RMQ, HSE).
- Connaissance claire des exigences des marchés étrangers, notamment européens.
- Anticipation des besoins de certification (ISO 14001, ISO 9001), montrant une vision stratégique à long terme.
- Flexibilité dans la distribution : capacité à adapter les circuits si nécessaire pour répondre à des exigences nouvelles.
- Réponse proactive aux obligations légales : mise en place de formations, adaptation des processus, gestion structurée.
- Investissements ciblés sur la qualité et l'environnement, même si coûteux, démontrant un engagement réel.
- Intégration progressive des normes dans la gouvernance de l'entreprise (ex : ISO 9001 en cours).
- Renforcement de la réputation auprès des clients et parties prenantes grâce au respect des normes et à l'engagement RSE.

## Chapitre 3 : Cadre méthodologique et contextuel

---

-Préparation à l'internationalisation : l'entreprise se donne les moyens d'accéder à de nouveaux marchés.

- Dynamique d'innovation stimulée par les exigences réglementaires : amélioration des procédés et recherche d'efficacité durable.

- **Points négatifs :**

-Stratégie de distribution encore centrée sur le marché local L'entreprise n'a pas encore diversifié ses circuits de distribution ni développé une stratégie spécifique pour les marchés internationaux. Actuellement, elle se limite à une distribution directe vers des clients locaux, ce qui pourrait limiter son potentiel d'expansion, notamment vers l'Europe où des exigences spécifiques s'imposent.

-Manque d'anticipation logistique pour l'exportation Bien que l'entreprise envisage une ouverture vers le marché européen, elle n'a pas encore mis en place une logistique adaptée (partenaires certifiés, contrats de distribution). Cela pourrait retarder son accès à ces marchés très réglementés.

- Absence de certification ISO 14001 L'entreprise n'est pas encore certifiée ISO 14001, alors que cette norme est souvent exigée pour accéder aux marchés européens. Ce manque de reconnaissance officielle en matière de gestion environnementale pourrait constituer un obstacle pour convaincre de nouveaux clients ou distributeurs à l'international.

-Bien que les pratiques soient cohérentes avec une démarche RSE (gestion de l'eau, traitement des déchets), l'entreprise ne dispose pas encore d'une politique RSE structurée avec des objectifs mesurables ou des indicateurs de suivi.

-L'entreprise n'a pas mentionné d'indicateurs spécifiques permettant de mesurer l'impact des réglementations ou l'efficacité des actions environnementales. Cela limite sa capacité à piloter une stratégie d'amélioration continue fondée sur des données.

### **Recommandation**

-Développer une stratégie de distribution différenciée pour l'international, incluant une cartographie des marchés cibles, une analyse des exigences douanières et environnementales par pays, et l'identification de partenaires logistiques ou commerciaux adaptés (notamment certifiés ISO 14001 pour l'UE).

## Chapitre 3 : Cadre méthodologique et contextuel

---

Mettre en place un plan logistique d'exportation :

- Identifier et contractualiser avec des distributeurs ou transporteurs conformes aux normes européennes.
- Intégrer un service logistique international au sein de l'entreprise ou externaliser à un prestataire expérimenté dans les exportations environnementales.
- Simuler des flux de distribution vers l'UE pour évaluer les coûts, délais et contraintes.

-Engager rapidement une démarche de certification ISO 14001

Pour obtenir la certification ISO 14001 faut suivi les étapes suivantes :

- Engagement de la direction : La direction doit soutenir activement la démarche, définir une politique environnementale et mobiliser les ressources nécessaires.
- Évaluation initiale : Un audit de diagnostic identifie les écarts entre les pratiques actuelles et les exigences de la norme.
- Formation et sensibilisation : Les employés sont formés pour comprendre les objectifs de l'ISO 14001 et leur rôle dans le système de management environnemental (SME).
- Mise en place du SME : L'entreprise met en œuvre les procédures, plans, contrôles et documents nécessaires pour gérer ses impacts environnementaux.
- Audit interne : Il permet de vérifier l'efficacité du SME et d'identifier les améliorations à apporter avant l'audit externe.
- Revue de direction : La direction évalue les résultats du SME pour s'assurer qu'il est adapté et efficace.
- Audit de certification : Réalisé par un organisme externe, il valide la conformité du SME et permet l'obtention du certificat si l'audit est concluant.
- Surveillance et renouvellement : Des audits réguliers sont réalisés pour maintenir la certification, qui doit être renouvelée tous les 3 ans.

## Chapitre 3 : Cadre méthodologique et contextuel

---

### **Conclusion du chapitre 3**

Dans ce chapitre, nous avons présenté l'entreprise à travers sa définition, ses objectifs stratégiques, ainsi que son organigramme fonctionnel. Une analyse SWOT a permis de mettre en lumière ses forces, faiblesses, opportunités et menaces. Par la suite, nous avons détaillé la méthodologie adoptée pour mener notre recherche, en précisant le cadre et les étapes de l'entretien.

L'entretien a permis de mieux comprendre comment l'entreprise applique les principales réglementations environnementales, en assurant un suivi centralisé par la direction générale. L'entreprise démontre un respect affirmé des obligations légales et une volonté de progresser dans ses pratiques. Le recyclage y est intégré comme un pilier de sa stratégie RSE, avec des actions concrètes telles que l'amélioration des procédés et l'investissement dans des ressources spécialisées (RMQ, HSE). L'obtention de la certification ISO 9001 est en cours, dans une logique d'amélioration continue. Par ailleurs, l'entreprise anticipe l'importance des normes comme l'ISO 14001 pour accéder au marché européen : ces certifications deviennent un critère structurant, influençant à la fois le choix des partenaires et les canaux de distribution. Bien que la distribution actuelle reste locale, une stratégie d'adaptation est envisagée pour répondre aux exigences internationales. Enfin, l'entretien a mis en lumière plusieurs défis : charges supplémentaires, besoin de formation, et manque d'outils de mesure pour évaluer l'impact environnemental réel.

# **Conclusion générale**

## Conclusion générale

---

À travers les conclusions théoriques et pratiques issues de ce travail de recherche, nous avons mis en évidence l'impact important des réglementations environnementales sur les stratégies de distribution des entreprises de recyclage. Ces règles influencent les choix de circuits, les partenariats commerciaux ainsi que l'accès à certains marchés.

Notre recherche avait pour objectif d'étudier comment une entreprise algérienne spécialisée dans le recyclage adapte sa stratégie de distribution face aux exigences environnementales. Pour répondre à cette problématique, nous avons mené une enquête qualitative, basée sur un guide d'entretien structuré, adressé à un responsable de cette entreprise.

Cette étude nous a permis de confirmer notre première hypothèse, qui supposait que les réglementations environnementales influencent les stratégies de distribution en imposant certaines liées à l'obtention des certifications. En effet, l'entreprise a indiqué qu'elle devra obtenir la certification ISO 14001 ou collaborer avec des partenaires certifiés pour pouvoir vendre ses produits en Europe.

Nous avons également validé notre deuxième hypothèse, selon laquelle les entreprises choisissent leurs partenaires commerciaux en tenant compte de critères environnementaux. L'entretien a montré que, même si ce n'est pas encore exigé sur le marché local, ce sera nécessaire pour les marchés étrangers, en particulier l'Union européenne.

Enfin, nous avons confirmé la troisième hypothèse, qui affirmait que le respect des lois environnementales pousse les entreprises à revoir leur stratégie de distribution. L'entreprise prévoit, à terme, de modifier ses circuits et ses choix de clients pour rester conforme aux nouvelles normes et accéder à d'autres marchés.

L'étude a été réalisée malgré certaines limites, comme l'absence de données chiffrées et la confidentialité de certaines informations internes. Cela nous a amenés à adopter uniquement une méthode qualitative.

Malgré ces difficultés, nous pensons avoir bien montré l'importance de l'environnement réglementaire dans les décisions de distribution. Pour approfondir cette recherche, il serait utile d'étudier :

- L'influence des certifications sur la performance commerciale des entreprises de recyclage

## Conclusion générale

---

- La comparaison entre les stratégies de distribution des entreprises conformes et non conformes aux réglementations.
- Evaluation de la rentabilité économique des entreprises certifiées.

# **Bibliographie**

## **Bibliographie**

### **➤ Ouvrage :**

AZAN (W) : « Les ERP dans l'organisation », e-theque, Paris, 2002.

BANGOURA (M.R) : « Gestion des déchets solides ménagers et ségrégation socio-spatiale dans la ville de Conakry, Éditions L'Harmattan », Collection Études africaines, Paris, 2019.

BENADY (A), ROSS-CARRÉ (H) : « L'économie circulaire », AFNOR, Paris, 2021.

BIGNIER (G) : « Architecture et économie », 1<sup>re</sup> édition, Éditions Eyrolles, Paris, 2018.

BINNINGER (A.-S): «La Distribution», Gualino, Paris, 2013.

BOUTILLIER (S), LAPERCHE (B), LE (S.T.K) : « Ports industriels en transition », L'Harmattan, Paris, 2024.

CHIROUZE (y) « La distribution : radioscopie des circuits de distribution en France », 2<sup>e</sup> édition, CHOTARD et ASS, Paris, 1990

CLIQUET (G), FADY (A), BASSET (G) : « Distribution : Organisation et stratégies », 2<sup>e</sup> édition, Dunod, Paris, 2006.

DAYEN (A) : « Manuel de la distribution », Édition d'organisation, Paris, 1987.

DEMEURE (C), BERTELOOT (S) : « Aide-mémoire Marketing », 7<sup>e</sup> édition, Éditions Dunod, Paris, 2015.

FENDER (M), PIMOR: « Gestion des stocks et des magasins », 7<sup>e</sup> édition, Dunod, Paris, 2016.

HUTCHINSON (M) : « Vos déchets et vous », Éditions MultiMondes, Québec, 2011.

KAKAI (K) : « Contribution à la recherche qualitative : cadre méthodologie de rédaction de mémoire », Université de Franche-Comté, février 2008.

KETELE (J.-M), ROEGIERS (X) : « Méthodologie du recueil d'informations », De Boeck Université, 1996.

KOTLER (P), DUBOIS (B) : « Marketing Management », 15<sup>e</sup> édition, Public Union, Paris, 2015.

LE MOIGNE (R) : « L'économie circulaire : Stratégie pour un monde durable », 2<sup>e</sup> édition, Dunod, Paris, 2018.

LEQUEUX (J.-L) : « Manager avec les ERP », Éditions d'Organisation, Paris, 2008

OUACHERINE (H), CHABANI (S) : « Guide de méthodologie de la recherche en sciences sociales », 2<sup>e</sup> édition, Taleb Impression, 2018.

RICHARD-LANNEYERIE (S) : « Les clés du marketing : tout le marketing en 136 fiches », 4<sup>e</sup> édition, Éditions Le Génie des Glaciers, France, 2013.

TURLAN (T) : « Les déchets », 2<sup>e</sup> édition, Dunod, Paris, 2018.

### ➤ **Webographie**

**[www.blog.agencenile.com](http://www.blog.agencenile.com)** Consulté le 07/02/2025 (14:25)

**[www.blog.agencenile.com](http://www.blog.agencenile.com)** Consulté 07/02/2025(15:00)

**[www.itg.fr](http://www.itg.fr)** Consulté 07/02/2025(15:10)

**[www.maxicours.com](http://www.maxicours.com)** Consulté 08/02/2025(9:20)

**[www.deufol.com](http://www.deufol.com)** Consulté 08/02/2025(10:40)

**[www.blog.hubspot.fr](http://www.blog.hubspot.fr)** Consulté 08/02/2025(11:00)

**[www.fr.royal4.com](http://www.fr.royal4.com)** Consulté 09/02/2025(18:25)

**[www.mecalux.fr](http://www.mecalux.fr)** Consulté 09/02/2025(19:00)

**[www.cgi.com](http://www.cgi.com)** Consulté 07/02/2025(20:20)

**[www.cad-schroer.fr](http://www.cad-schroer.fr)** Consulté 09/02/2025(22:00)

**[www.fulfillmenthubusa.com](http://www.fulfillmenthubusa.com)** Consulté 09/02/2025(22:50)

**[www.supply-chain.net](http://www.supply-chain.net)** Consulté 10/02/2025(9:00)

**[www.erplain.com](http://www.erplain.com)** Consulté 10/02/2025(12:25)

**[www.nomadia-group.com](http://www.nomadia-group.com)** Consulté 12/02/2025(10:35)

**[www.alumio.com](http://www.alumio.com)** Consulté 12/02/2025(16:05)

[www.green.earth](http://www.green.earth) Consulté le 13/02/2025(12:30)

[www.scrapad.com](http://www.scrapad.com) Consulté le 14/02/2025(17:00)

[www.nomadia-group.com](http://www.nomadia-group.com) Consulté le 15/02/2025(10:25)

[www.insee.fr](http://www.insee.fr) Consulté le 15/02/2025(15:10)

[www.tri-facile.fr](http://www.tri-facile.fr) Consulté le 15/02/2025(16:20)

[www.paprec.com](http://www.paprec.com) Consulté le 15/02/2025(18:30)

[www.esi-business-school.com](http://www.esi-business-school.com) Consulté le 17/02/2025(08:00)

[www.bemrecycling.com](http://www.bemrecycling.com) Consulté le 17/02/2025(11:20)

[www.batiadvisor.fr](http://www.batiadvisor.fr) Consulté le 17/02/2025(13:50)

[www.paprec.com](http://www.paprec.com) Consulté le 17/02/2025(20:30)

[www.economiecirculaire.org](http://www.economiecirculaire.org) Consulté le 13/02/2025(07:40)

[www.books.openedition.org](http://www.books.openedition.org) Consulté le 18/02/2025(11:20)

[www.orseo.fr](http://www.orseo.fr) Consulté le 19/02/2025(14:10)

[www.rts.com](http://www.rts.com) Consulté le 19/02/2025(16:30)

[www.upcyclea.com](http://www.upcyclea.com) Consulté le 19/02/2025(18:25)

[www.shs.cairn.info](http://www.shs.cairn.info) Consulté le 19/02/2025(22:20)

[www.fcqged.org](http://www.fcqged.org) Consulté le 20/02/2025(10:05)

[www.echa.europa.eu](http://www.echa.europa.eu) Consulté le 20/02/2025(12:20)

[www.upcyclea.com](http://www.upcyclea.com) Consulté le 20/02/2025(13:00)

[www.circularplace.fr](http://www.circularplace.fr) Consulté le 20/02/2025(15:20)

[www.upcyclea.com](http://www.upcyclea.com) Consulté le 20/02/2025(17:30)

[www.ellenmacarthurfoundation.org](http://www.ellenmacarthurfoundation.org) Consulté le 21/02/2025(14:10)

[www.economiecirculaire.org](http://www.economiecirculaire.org) Consulté le 21/02/2025(14:55)

**www.ambition4circularity.com** Consulté le 21/02/2025(15:25)

**www.ademe.fr** Consulté le 21/02/2025(16:00)

**www.ecologie.gouv.fr** Consulté le 13/02/2025(16:45)

**www.ambition4circularity.com** Consulté le 13/02/2025(18:00)

**www.ambition4circularity.com** Consulté le 13/02/2025(20:10)

**https://www.scribbr.fr/methodologic/la-recherche-documentaire** consulté 23/04/2024

(12:00)

➤ **Journaux**

JOURNAL OFFICIEL DE LA REPUBLIQUE ALGERIENNE N° 77, 12/12/2001, la loi n°01-19 relative à la gestion des déchets.

JOURNAL OFFICIEL DE LA REPUBLIQUE ALGERIENNE N° 81, 19/12/2004, le décret exécutif n°04-410 relatif aux règles d'aménagement et d'exploitation des installations de traitement.

## **Les annexes**

Annexe 1	La pate à papier
Annexe 2	Le guide d'entretien
Annexe 3	Les déchets recyclés
Annexe 4	Le matériel utilisé

## Annexe 1

### La pate à papier



## **Annexe 2**

### **Le guide d'entretien**

#### **Axe 1 : Compréhension des réglementations environnementales :**

- 1 – Quelles sont les réglementations environnementales que vous appliquez dans l'entreprise ?
- 2 – Qui suit l'évolution des lois ? Avez-vous reçu un accompagnement ?
- 3 – Est-ce que ces lois sont bien comprises par les équipes ?

#### **Axe 2 : Engagement RSE de l'entreprise**

- 1- L'entreprise a-t-elle une politique formelle de responsabilité sociétale (RSE) ?
- 2- Comment intégrez-vous les préoccupations environnementales dans votre stratégie de recyclage ?
- 3 - Pensez-vous que votre engagement en matière de RSE améliore l'image de votre entreprise sur le marché ?

#### **Axe 3 : Influence de la réglementation environnementale sur la stratégie de distribution**

- 1-Avez-vous modifié vos circuits de distribution à cause de ces réglementations ?
- 2- Avez-vous intégré des critères environnementaux dans le choix de vos clients ?
- 3-L'accès à certains marchés (comme l'UE) vous impose-t-il des exigences spécifiques ?
- 4- Quelle est la stratégie de distribution adoptée localement ?
- 5-Quelle sont les facteurs qui influence la stratégie de distribution en Europe ?
- 6- Quelle stratégie de distribution envisagez-vous privilégier pour le lancement de vos exportations vers l'Europe ?

#### **Axe 4 : contraintes opérationnelles et adaptations**

- 1-Ces réglementations ont-elles généré des coûts supplémentaires ?
- 2- Quelles difficultés avez-vous rencontrées pour vous adapter ?

3- Quels moyens votre entreprise a-t-elle mis en place pour assurer la conformité ?

**Axe 5 : opportunités et avantage compétitifs**

1-l'application de ces réglementations ont-elles amélioré l'image de votre entreprise ou renforcé la confiance des clients ?

2- Ont-elles permis d'accéder à de nouveaux marchés ou segments ?

3- Pensez-vous que ces obligations favorisent l'innovation ou l'amélioration continue dans votre activité ?

## Annexe 3

### Les déchets recyclés



## Annexe 4

### Le matériel utilisé



# Table des matières

## Dédicaces

## Remerciement

## Résumé

## Abstract

## المخلص

## Liste des tableaux

## Liste des figures

## Liste des abréviations

## Sommaire

## Introduction générale.....1

## Chapitre 1 : Fondements théorique de la distribution.....6

### Section 1 : Définition et concepts clés de la distribution ..... 6

1.1	Définition et l'évolution historique la distribution .....	6
1.1.1	Définition :.....	6
1.1.2	L'évolution historique de la distribution.....	6
1.2	Distribution et marketing mix.....	8
1.3	Importance et le rôle de distribution : .....	8
1.3.1	L'importance :.....	8
1.3.2	Le rôle :.....	8
1.4	Les canaux et circuits de distribution : .....	9
1.4.1	La définition du canal :.....	9
1.4.2	La différence entre canal et circuit : .....	9
1.4.3	Les différents canaux de distribution :.....	10
1.4.4	Les intermédiaires de canal de distribution :.....	12
1.4.5	Choix de canal de distribution .....	13
1.5	Trade marketing .....	16
1.5.1	Relation producteur-distributeur .....	16
1.6	Les fonctions de distribution : .....	16
1.6.1	Les fonctions physiques :.....	16
1.6.2	Les fonctions commerciales:.....	17

1.6.3	Les fonctions financières ou temporelles : .....	17
1.6.4	Les fonctions modernes de création de valeur : .....	17
<b>Section 2 : Stratégies de distribution dans un environnement industriel.....</b>		<b>19</b>
2.1	Les stratégies de distribution : .....	19
2.1.1	Les différents stratégies de distribution .....	19
2.1.2	Les contraintes de distribution .....	21
2.1.3	Les facteurs réussite de réseau de distribution : .....	21
2.2	Choix stratégiques dans la distribution industrielle : .....	22
2.2.1	Intégration verticale et l'externalisation .....	22
2.3	L'importance des partenariats et les réseaux logistiques : .....	24
2.3.1	Avantage des partenariats logistiques : .....	24
2.3.2	L'importance des réseaux logistiques : .....	24
2.4	Les techniques de segmentation dans la distribution industrielle : .....	25
2.4.1	Les critères de segmentation : .....	25
2.4.2	La personnalisation : .....	26
2.5	L'impact des nouvelles technologies sur la distribution : .....	27
2.5.1	Les technologies utilisées dans la distribution : .....	27
2.5.2	Avantage de technologie dans la distribution : .....	28
<b>Section 3 : logistique et optimisation des flux dans la distribution .....</b>		<b>29</b>
3.1	La logistique commerciale : .....	29
3.1.1	Définition : .....	29
3.1.2	Les objectifs de logistique commerciale : .....	29
3.1.3	Les décisions de la logistique commerciale : .....	30
3.1.4	Flux d'information .....	30
3.2	Gestion de stock : .....	31
3.2.1	Les différents types de gestion des stocks : .....	32
3.2.2	Les méthodes de gestion de stock .....	33
3.2.3	L'objectif de gestion de stock : .....	34
3.3	Système de gestion ERP .....	34
3.3.1	Définition .....	35
3.3.2	Caractéristiques de L'ERP : .....	35
3.3.3	Fonctionnalités principale d un ERP .....	35
Applications de planification logistique et DRP (Distribution Resource Planning) : .....		36
Gestion des transports et optimisation logistique : .....		36

Supply Chain Management (SCM) et son rôle clé dans les ERP :	36
3.3.4 ERP dans le commerce connecté :	38
<b>Conclusion du chapitre 1</b>	<b>40</b>
<b>Chapitre 2: Le recyclage et l'économie circulaire</b>	<b>42</b>
<b>Introduction du chapitre 2</b>	<b>42</b>
<b>Section1 : Le recyclage et la valorisation des déchets</b>	<b>43</b>
1.1 Les déchets	43
1.1.1 Définition :	43
1.1.2 Les types de déchets :	43
1.1.3 Histoire de déchets :	44
1.2 Valorisation des déchets	45
1.2.1 Les différentes méthodes de valorisation des déchets	45
1.2.2 L'importance de la valorisation des déchets :	46
1.3 Le recyclage	48
1.3.1 Définition et les principes fondement de recyclage :	48
1.4 Les enjeux et les défis de recyclage :	50
1.4.1 Les enjeux :	50
1.4.2 Défis du recyclage:	50
<b>Section 2 : Le passage de l'économie linéaire a l'économie circulaire</b>	<b>52</b>
2.1 L'économie linéaire	52
2.1.1 Définition et les descriptions du modèle linéaire	52
2.1.2 Les limites de l'économie linéaire :	53
2.2 Le passage à l'économie circulaire	54
2.2.1 Définition de l'économie circulaire :	55
2.2.2 Les raison du passage à l'économie circulaire :	55
2.3 Les principes de l'économie circulaire :	56
2.3.1 Réduction, réutilisation, recyclage et valorisation des ressources	56
2.3.2 Conception de produits durables et réparables	56
2.3.3 Approche « Cradle to Cradle » : pensée dès la conception pour un cycle de vie sans fin	57
2.3.4 Économie de la fonctionnalité :	57
2.4 Les défis du passage à l'économie circulaire	58
2.4.1 Freins technologiques	58

2.4.2	Freins économiques.....	58
2.4.3	Freins psychologiques et psychosociaux.....	58
2.4.4	Freins réglementaires .....	59
2.5	Les sept domaines d'action de l'économie circulaire .....	59
2.5.1	Approvisionnement durable .....	59
2.5.2	Éco-conception .....	60
2.5.3	L'écologie industrielle et territoriale .....	60
2.5.4	L'économie de la fonctionnalité .....	60
2.5.5	La consommation responsable .....	60
2.5.6	L'allongement de la durée d'usage : réemploi, réparation et réutilisation.....	61
2.5.7	La gestion efficace des déchets, matières ou produits en fin de vie .....	61
<b>Section 3 :L'émergence de l'économie circulaire .....</b>		<b>62</b>
3.1	Contexte historique de l'émergence de l'économie circulaire .....	62
3.2	Les facteurs de l'émergence de l'économie circulaire :.....	63
3.2.1	La prise de conscience croissante des enjeux environnementaux.....	63
3.2.2	L'essor de la responsabilité sociétale des entreprises (RSE) et des engagements climatiques .....	64
3.2.3	Le soutien politique et législatif.....	64
3.3	Les acteurs clés de l'économie circulaire.....	65
3.3.1	Les institutions gouvernementales et les agences.....	65
3.3.2	Les entreprises et les producteurs .....	65
3.3.3	Les consommateurs.....	66
3.4	La technologie et l'économie circulaire .....	66
3.4.1	Les nouvelles technologies au service de l'économie circulaire .....	66
3.4.2	Avantages et Défis des Technologies Émergentes dans l'Économie Circulaire .....	68
3.5	Les avantages de l'économie circulaire .....	69
3.5.1	Réduction de l'exploitation des ressources naturelles .....	69
3.5.2	Diminution de la production de déchets .....	69
3.5.3	Optimisation de l'utilisation des matières premières .....	70
3.5.4	Encouragement à l'innovation et au développement de nouvelles technologies .....	70
3.5.5	Création d'opportunités économiques et d'emplois locaux .....	70
3.5.6	Renforcement de la résilience des entreprises face aux fluctuations des matières premières .....	70
3.5.7	Réduction de l'impact environnemental et des émissions polluantes.....	70

3.5.8	Amélioration de la durabilité des produits et des services .....	70
3.5.9	Sensibilisation et engagement des acteurs économiques et des consommateurs .....	70
3.5.10	Contribution aux objectifs du développement durable .....	70
3.6	Les organisations responsables .....	71
3.6.1	Fondation Ellen MacArthur .....	71
3.6.2	Institut National de l'Économie Circulaire (INEC).....	71
3.6.3	Plateforme pour Accélérer l'Économie Circulaire (PACE) .....	71
3.6.4	Agence de la Transition Écologique (ADEME).....	72
3.6.5	Commission Européenne.....	72
3.6.6	Organisations Non Gouvernementales (ONG) et Associations .....	72
3.6.7	Initiatives Locales et Territoriales .....	72
<b>Conclusion du chapitre 2.....</b>		<b>74</b>
<b>Chapitre 3: Cadre méthodologique et contextuel .....</b>		<b>76</b>
<b>Introduction du chapitre 3.....</b>		<b>76</b>
<b>Section1 :Présentation de l'entreprise.....</b>		<b>77</b>
1.1	Historique et évolution.....	77
1.2	L'organigramme .....	78
1.2.1	Direction Générale (DG) .....	79
1.2.2	Département des Ressources Humaines (RH) .....	79
1.2.3	Département Financier.....	80
1.2.4	Département Commercial .....	80
1.2.5	Département Technique / Production.....	81
1.2.6	Département Achats.....	82
1.2.7	Département Logistique .....	82
1.3	L'analyse SWOT : .....	82
1.3.1	Forces (Strengths) :.....	83
1.3.2	Faiblesses (Weaknesses).....	83
1.3.3	Opportunités (Opportunities).....	83
1.3.4	Menaces (Threats).....	84
<b>Section 2 : Présentation de la démarche méthodologique de la recherche.....</b>		<b>85</b>
2.1	Définition de méthode de la recherche qualitative .....	85
2.2	Les outils de recueil et analyse de l'information .....	86
2.2.1	Recherche documentaire .....	86

2.2.2	Entretien : .....	87
<b>Section 3 : présentation et analyse de l'entretien.....</b>		<b>89</b>
3.1	Elaboration du guide d'entretien .....	89
3.2	Présentation et analyse de l'entretien : .....	89
3.2.1	Présentation de responsable .....	90
3.2.2	Les réponses du guide d'entretien : .....	90
3.2.3	Synthèse générale du guide d'entretien .....	96
3.2.4	L'impact de la politique RSE sur l'évolution des principaux indicateurs de l'entreprise .....	99
3.2.5	Identification des points positifs, points négative et recommandation.....	101
<b>Conclusion du chapitre 3.....</b>		<b>105</b>
<b>Conclusion générale.....</b>		<b>107</b>
<b>Bibliographie</b>		
<b>Annexes</b>		
<b>Table de matière</b>		