

SCAPCB

I-Activités

Créée en 1946, la SCAPCB est spécialisée dans la production des conserves et semi-conserves alimentaires.

II-Objectifs de la mise à niveau

Constatant la vive concurrence marquant le secteur des conserves alimentaires d'une part, et eu égard aux opportunités qui se sont présentées sur les marchés extérieurs d'autre part, les dirigeants de l'entreprise ont mis en route deux programmes de mise à niveau assez ambitieux visant à renforcer la compétitivité de l'entreprise.

III-Plan d'actions

Pour atteindre ces objectifs, SCAPCB a mis en place les moyens requis pour la réalisation des plans d'actions prévus au niveau de ses **deux programmes de mise à niveau** et qui ont concerné la période s'étalant entre 1997 et 2009:

| Moyens | Valeur |
|--|--|
| Investissements matériels | 5 MD |
| Investissements immatériels | 0.5 MD |
| Assistance technique dans le cadre du Programme National de Promotion de la Qualité | 108 H/j d'expertise dont 52 H/j d'expertise étrangère dans le cadre du programme Qualité |
| Assistance technique dans le cadre du Programme National de Promotion National de Coaching | 31 H/j d'expertise locale et étrangère dans le cadre du programme Coaching |

Investissements matériels

Les actions qui ont été menées dans ce cadre ont concerné :

- La réhabilitation des lignes de production de tomate et harissa ;
- L'acquisition de nouveaux équipements de production et de conditionnement en vue de diversifier la gamme de production ;
- L'aménagement des locaux de production pour améliorer la productivité et se conformer aux normes internationales en la matière ;
- La mise en place d'une unité de recyclage des eaux de lavage en circuit fermé pour préserver l'environnement et économiser l'eau ;
- La mise en place d'un laboratoire pour le contrôle qualité.

Investissements immatériels

Les investissements immatériels réalisés dans ce cadre ont porté sur ce qui suit :

- Mise en place d'un logiciel GPAO muni de terminaux pour le suivi en temps réel de la production ainsi que des logiciels de gestion et de comptabilité analytique ;

- Assistance technique en organisation industrielle et pour le développement de nouveaux produits et l'amélioration des produits standards.

Coaching technique (PMI)

L'entreprise a adhéré au programme national de coaching et a bénéficié dans ce cadre d'une assistance technique de **31 H/j** d'expertise étrangère et locale pour la mise en place **d'un protocole de validation de la DLC et la DLUO**.

Qualité (PMI)

L'entreprise a adhéré au programme national de promotion de la qualité et a bénéficié dans ce cadre d'une assistance technique de **108 H/j** d'expertise dont **52 H/j** d'expertise étrangère pour :

- **La mise en conformité du SMQ et du système HACCP** de la ligne harissa par rapport aux exigences du marché MDD à l'export et en particulier par rapport aux référentiels de la grande distribution IFS v5 et la formation des cadres de l'entreprise au référentiel IFS v5,
- **La mise en place d'un système intégré** (environnement - sécurité) selon la norme **ISO 14001 et OHSAS 18001**,
- **Protection et droit de la propriété industrielle.**

IV-Résultats du programme de mise à niveau

| | Avant PMNs (1997) | Après PMNs (2008) |
|---|--|--|
| IV.1-Développement de nouveaux produits | DCT Harissa | DCT, Harissa, TCT, Pâte à l'ail, Champignon, olive de table, sauce |
| IV.2-Qualité | Absence système management de la qualité | certification ISO14001, OHSAS 18001, IFS v5 |
| IV.3-Taux d'encadrement | 2% | 7% |
| IV.4-C.A | 12.1 MD | 19 MD |
| IV.5-Exportation | 6.1 MD | 11.2 MD |
| IV.6-Marketing | | Nouveaux emballages, nouveaux marchés extérieurs |

IV.1-Développement de nouveaux produits

Grâce aux actions menées par la SCAPCB dans le cadre de ses PMN, sa **production s'est diversifiée**, englobant, en plus des **conserves de double concentré de tomate et d'harissa, la pâte d'ail, le champignon, l'olive de table et la sauce**. Cette diversification a été accompagnée par la :

- Réalisation de cahiers de charges spécifiques pour caractériser tous ses produits ;

- Réalisation d'une base d'analyse sensorielle pour valider la recette de fabrication ;
- Validation de la DLUO du produit harissa,
- Réalisation d'un audit énergétique pour la réduction de la consommation d'énergie.

IV.2-Qualité : obtention prochaine de trois certificats

Grâce à l'appui du PMI, et à la mise en place d'un laboratoire de contrôle et ce en plus de ses efforts en matière d'amélioration des conditions d'hygiène, la SCAPCB a

- Préparé la mise en place d'un système combiné **QSE (ISO 14001 et OHSAS 18001)** ;
- Réalisé un programme environnemental et un programme santé et sécurité au travail qui permettent d'améliorer l'environnement de travail et d'appuyer l'objectif de développement durable ;
- Préparé la mise en place du système **IFS v5** pour la ligne de l'harissa,
- **Développé un protocole de validation de la DLC et la DLUO.**

IV.3- Taux d'encadrement (x3)

Cette mutation technologique et qualitative qu'a connue la SCAPCB a été accompagnée par l'augmentation du nombre d'emploi offert par l'entreprise passant de 213 en 1999 à 295 en 2008.

Par ailleurs, et en vue de pouvoir maîtriser les nouvelles technologies introduites, la SCAPCB a triplé son taux d'encadrement **qui est passé de 2% en 1997 à 7% en 2008.**

IV.4- Augmentation du chiffre d'affaires

Grâce au développement de son activité et la diversification de sa gamme de production, la SCAPCB a vu son chiffre d'affaires augmenter, passant de **12.1 MD** en 1997 à **19 MD** en 2008.

IV.5-Développement des exportations

Les investissements réalisés dans le cadre de ces deux programmes de mise à niveau ont permis à la SCAPCB de se conformer aux exigences des marchés extérieurs en matière de qualité et d'améliorer la compétitivité prix de l'entreprise. L'entreprise a pu donc s'imposer sur de nouveaux marchés extérieurs et **développer considérablement ses exportations** qui sont passées de **6.156 MD** en 1999 à **11.292 MD** en 2008.

IV.6- Renforcement de la fonction marketing

Enfin, les PMN engagés par la SCAPCB ont donné lieu à **une refonte du marketing** : nouveaux emballages, logo, catalogues, participations à des foires nationales et internationales campagnes de communication pour faire connaître les produits de l'entreprise.

Conclusion : Pour un développement durable

« Nos objectifs sont bâtis sur une volonté et un engagement de notre direction qui ne cesse de mettre à disposition les moyens nécessaires pour assurer un niveau de qualification parmi les meilleurs et une qualité de service et de produit qui reste compétitive.

A travers nos programmes de mise à niveau, on a cherché l'évolution de nos marchés, l'évolution de la satisfaction de nos clients et la préservation de notre environnement, tout cela dans le cadre de notre but d'aboutir à un développement durable. »