

# UNPA – L'Epi d'Or

## I-Activités

Créée en 1972 par Habib Mellouli, l'**EPI d'OR** est spécialisée dans la production des semoules, farines, pâtes alimentaires et couscous.

## II-Objectifs de la mise à niveau

Compte tenu de la vive concurrence marquant le secteur de la transformation des produits céréaliers, les dirigeants de l'entreprise ont projeté de mettre en place une série de programmes de mise à niveau ambitieux.

Les buts fixés à travers ces programmes consistent en :

- L'innovation et la modernisation de l'outil de production,
- L'élargissement de la gamme de produits,
- L'amélioration du système d'information, l'accroissement du CA à l'export et la pénétration de nouveaux marchés,
- La mise en place de systèmes de management de la qualité et de la sécurité, l'amélioration de la compétence des ressources humaines, l'optimisation de la gestion...

## III-Plan d'actions

Pour atteindre ces objectifs, l'EPI D'OR a mis en place les moyens requis pour la réalisation des plans d'actions prévus au niveau de ces **trois programmes de mise à niveau** et qui ont concerné la période s'étalant entre 1999 et 2009.

Moyens	Valeur
Investissements matériels	15 MD
Investissements immatériels	1.1 MD
Assistance technique	1111H/j dont 768 H/j d'expertise locale

## Investissements matériels

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

- L'automatisation des 6 lignes de fabrication de pâtes et du groupe de distribution de semoule,
- Le passage du nettoyage humide du blé au nettoyage à sec, améliorant ainsi la qualité du produit et préservant l'environnement, ce qui a permis une réduction des ratios de consommation énergétiques de l'entreprise,
- La mise en place d'un nouveau matériel de mouture pour la minoterie/semoulerie,
- L'installation et la mise en marche d'une nouvelle ligne de pâtes spéciales (lasagnes, cannelloni, tagliatelle) et d'une nouvelle ligne de couscous,
- L'acquisition d'un matériel informatique performant en vue de pouvoir accompagner cette mutation technologique de l'entreprise.

## Investissements immatériels

Les efforts qui ont été engagés par l'entreprise en vue d'être à la pointe des technologies ont été accompagnés par des investissements immatériels importants dont :

- L'installation d'un **nouveau système d'information et de communication** (par le biais de la mise en place d'un ERP), l'instauration du travail en réseau interne...
- La mise en œuvre d'un **programme de formation** pour les ressources humaines visant l'amélioration des compétences des employés.
- La mise en place d'un **système de management de la qualité**.
- Le renforcement de la **fonction marketing**.

Pour la mise en œuvre de ces actions, l'EPI D'OR a bénéficié d'une **assistance technique de 1111 H/j**, répartie comme suit :

- ✓ 343 H/j d'expertise étrangère.
- ✓ 768 H/j d'expertise locale.

## IV-Résultats de la mise à niveau

	Avant PMNs (1999)	Après PMNs (2008)
IV.1-Développement technologique	Taux d'occupation des machines de 72%	Taux d'occupation des machines de 87%
IV.2-Qualité	Absence de systèmes qualité	Certifications ISO 9001 v.2000 et DS 3027 v 2002
IV.3-Taux d'encadrement	10%	20%
IV.4-C.A	43 MD	90 MD
IV.5Exportation	1 MD	10 MD
IV.6-Marketing	Absence de cette fonction	Mise en place d'une cellule marketing

### IV.1-Un développement technologique notable

L'effort de développement technologique qui a été engagé par l'EPI D'OR lui a permis d'aboutir à :

- L'augmentation du taux d'occupation des machines qui est passé de 72% à 87% grâce à une meilleure conduite des installations et une réduction du taux des pannes.
- Une gestion rationnelle des matières premières par la réduction des pertes : -60%.
- Une meilleure maîtrise de la consommation énergétique : réduction de 15% des ratios de consommation.

### IV.2-Qualité : obtention des certifications ISO 9001 v.2000 et DS 3027 v2002

Grâce à ses efforts en matière de qualité qui se sont matérialisés notamment par la mise en place d'un laboratoire performant et à la hauteur des aspirations technologiques de l'EPI D'OR, l'entreprise aligne aujourd'hui **deux certifications (ISO 9001 v.2000 et DS 3027 v2002)** ce qui a eu comme

impact **l'augmentation du taux de satisfaction des clients**, puisque les réclamations ont sensiblement diminué. Et l'Epi D'OR ne compte pas s'arrêter là, puisqu'elle brigue désormais **l'intégration des normes de l'environnement et de la sécurité au travail**.

#### **IV.3-Doublement du taux d'encadrement et augmentation du nombre d'emplois**

**La mutation technologique et qualitative** qu'a connue l'Epi D'OR s'est accompagnée d'une forte **augmentation du nombre d'emplois**, passant de **450** en 1999 à **600** à fin 2008.

Par ailleurs, et en vue de pouvoir maîtriser les nouvelles technologies introduites et satisfaire les besoins des nouvelles fonctions, à savoir : la qualité, le marketing, le contrôle de gestion, en plus de la consolidation des ressources humaines du service informatique et la création d'une unité chargée de la formation, l'entreprise a **doublé son taux d'encadrement** qui est passé de **10%** en 1999 à **20%** en 2008.

#### **IV.4-Doublement du chiffre d'affaires**

Grâce aux actions menées dans le cadre de ses PMNs, **la production de l'EPI D'OR s'est diversifiée**, englobant, en plus des pâtes, couscous, farines et semoules, des pâtes spéciales, des farines spéciales et des produits à valeur diététique (à base de son). Son **volume de production** est aujourd'hui de **80000** tonnes entre pâtes et couscous, et **160000** tonnes de farines et semoules.

Ce développement a permis à l'Epi d'Or de **consolider sa position sur le marché local**, puisque sa part de marché est passée de **32%** en 1999 (avec un chiffre d'affaires de **43 MD**) à **37%** en 2008 (avec un chiffre d'affaires de **90 MD**).

#### **IV.5-Développement des exportations**

Grâce à ses produits de qualité et une bonne maîtrise de ses coûts de production, l'entreprise a pu s'imposer sur de nouveaux marchés extérieurs et **développer considérablement ses exportations** qui sont passées de **1 MD** en 1999 à **10 MD** en 2008.

#### **IV.6-Renforcement de la fonction marketing**

Enfin, les PMNs engagés par l'Epi d'OR ont donné lieu à la création d'une cellule marketing et au **renforcement de cette fonction au sein de l'entreprise** : nouveaux emballages, logo, spots télévisés, campagnes de communication pour faire connaître davantage les produits de l'entreprise.

### **V- Conclusion : Des perspectives prometteuses**

Mr. Jaleleddine Mellouli, gérant de la société, ne cache pas sa satisfaction et, fort d'un personnel très motivé, demeure confiant et ambitieux pour son entreprise. «L'EPI D'OR, *explique-t-il*, dotée d'un savoir faire de plusieurs décennies, renforcée par l'impact de l'appui des différents outils de la mise à niveau depuis une dizaine d'années, vise en perspective d'atteindre un palier

*supérieur, à travers une innovation à la hauteur de l'attente du consommateur. La dynamique de modernisation, la créativité et le lancement de nouveaux produits sont des facteurs essentiels pour le développement de la compétitivité qu'il va falloir introduire en tant que constantes dans la stratégie globale de l'entreprise, avec l'appui et l'encadrement des compétences que l'Etat mobilise à travers le Programme de Mise à Niveau».*