

Entreprise d'accueil :



Compagnie des Boissons Gazeuses du Nord de Fès

 Réalisé par :

Ihssane Hammouda  
Mohammed Kadri

Kenza Kettani  
Mourad Krafess

Saadia Lahlou  
Yassir Kssir

Encadré par :

Mr. Fahmi Youssef

Sommaire

■ Remerciements.....	4
■ Introduction.....	5
■ Présentation et organisation de l'entreprise.....	6
● Histoire de Coca Cola.....	6
● Situation sur le marché.....	6
● Couverture géographique.....	7
● Coca Cola aujourd'hui.....	8
■ Présentation de La Compagnie des Boissons Gazeuses du Nord.....	9
● Historique de la CBGN.....	9
● Profil de la CBGN.....	9
● Fiche d'identification.....	9
● Activités de la compagnie .....	11
● Production.....	11
● Distribution.....	11
● Les clients.....	11
■ Organisation de l'entreprise.....	12
● Organigramme de l'entreprise.....	12
● Actionnariat.....	13
● Départements et services de l'entreprise.....	14
■ Présentation et organisation de la chaîne de production.....	16
● Fonctionnement de la chaîne de production.....	16
● Les phases de production, de contrôle et de réalisation.....	17
● Production de bouteilles en PET.....	21
● Production de bouteilles en verre.....	22
● Qualité de travail et de production.....	24

*The Coca-Cola Company*

---

**Compagnie des Boissons Gazeuses du Nord**

---

- La main d'œuvre de la chaîne de production.....27
  - Nature de la main d'œuvre (sexe, âge, qualifications...).....27
  - Organisation du travail (hiérarchie, équipes, horaires...).....27
  
- Position concurrentielle.....28
- Politique GRH.....31
- Analyse stratégique et concurrentielle.....32
  - Analyse SWOT.....32
    - Analyse interne.....32
    - Analyse externe.....33
  - Analyse Pestel.....37
  - La matrice BCG.....39
- Stratégie de communication.....40
- Retour d'entretien avec le responsable du service management.....43
  
- Conclusion.....44
- Bibliographie.....45
- Webographie.....45

## **Remerciements**

**Au** terme de ce travail, on tient à exprimer nos profondes gratitude, ainsi que nos sincères remerciements à Monsieur Youssef Fahmi notre encadrant pour les conseils, les directives et les encouragements qu'il nous a prodigués tout au long de ce travail. Que ce travail soit le modeste témoignage de notre haute considération et notre profond respect.

**E**galement on tient à remercier vivement toute l'équipe pédagogique de l'école nationale de commerce et de gestion de Fès à sa tête notre directeur Monsieur Mouloud El Hafidi.

**N**os profonds remerciements à Mr «Mohamed Rguigue» le directeur général de la Compagnie des Boissons Gazeuses du Nord, ainsi qu'aux responsables et cadres.

**E**nfin, un grand remerciement à l'ensemble des personnes qui ont participé de près ou de loin à l'élaboration de ce travail.

## Introduction

Le Maroc est l'un des nombreux pays où le leader des boissons du Cola « Coca Cola » a choisi d'investir. Ainsi sept sociétés d'embouteillage ont été créées au royaume afin de répondre aux besoins du consommateur marocain. Parmi ces sociétés : la Compagnie des Boissons Gazeuses du Nord, à savoir « la CBGN ».

Durant notre visite au sein de la CBGN, on a essayé de suivre le processus de production des boissons gazeuses ainsi que les relations interpersonnelles et le travail effectué par les ouvriers (tâches parfois répétitives, conditions de travail : rythme, horaires, responsabilités, etc.)

Cela nous a énormément aidés à bien cerner les contraintes de production et le travail effectué par les opérateurs et les responsables de la chaîne de production. Notre visite à la compagnie des boissons gazeuses du nord n'était pas une coïncidence, bien sûr c'était le fruit d'une longue et sérieuse réflexion. Pour choisir l'entreprise on s'est basé sur plusieurs critères fondamentaux :

- La taille de l'entreprise
- La nature de l'activité
- La stabilité juridique
- Les connaissances relationnelles et personnelles
- L'emplacement de l'entreprise (FES)
- Effectifs
- Positionnement sur le marché

La CBGN rassemble tous ces critères et on a trouvé qu'elle est l'entreprise adéquate qui va nous permettre d'acquérir une première expérience dans le milieu professionnel.

## Présentation et organisation de l'entreprise

### ■ Histoire du Coca Cola

Invention de coca-cola en 1886 à Atlanta par le pharmacien John Stith Pemberton qui cherchait un remède contre la fatigue.

Son comptable, Franck M. Robinson baptisa la boisson coca-cola et en dessina le 1er graphisme.

Commercialisé au soda fountain de la Jacob's pharmacy où un des serveurs eut l'idée de mélanger avec de l'eau gazeuse : le COCA-COLA était né.

Asa Candler racheta les droits de la formule en 1890 à 2300 \$.

Le nom et l'écriture de la marque furent brevetés en 1893.

L'embouteillage à grand échelle commença en 1897.

### ■ Situation sur le marché :

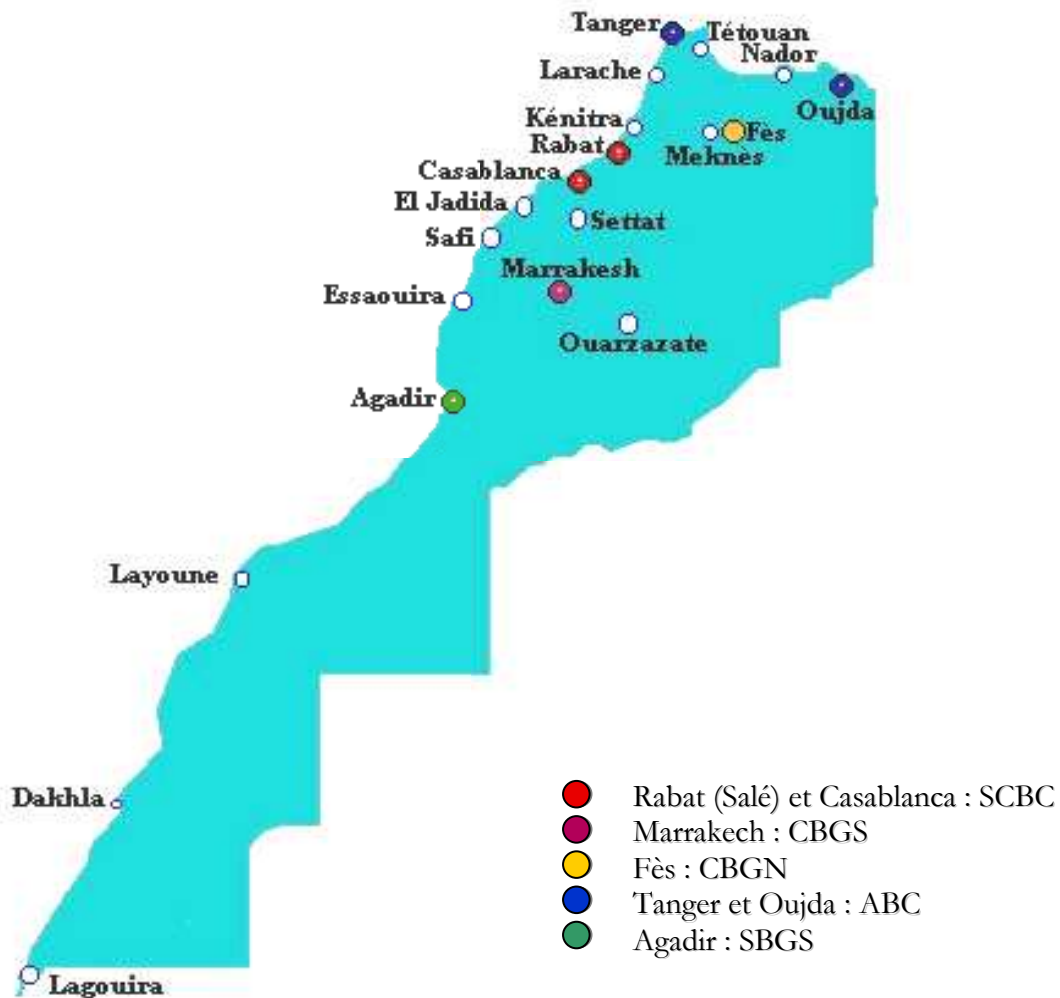
La filière Coca-Cola, qui comprend l'industrie d'embouteillage, les fournisseurs et les revendeurs, est perçue comme étant un acteur important contribuant au développement prôné par le gouvernement marocain.

L'industrie d'embouteillage, très active au Maroc, emploie près de 70 000 personnes de façon directe et indirecte, produisant ou distribuant les produits Coca-Cola.

Cette structure complexe implique une étude approfondie du comportement du consommateur afin de mieux cerner ses besoins. De ce fait, Coca-Cola est considéré comme étant une compagnie dotée d'une structure des plus performantes au Royaume.

Les nouveaux investissements réalisés par cette firme auront certainement des retombées positives sur l'activité économique du Maroc. Effectivement, son activité au pays présente 1.5% du PIB national.

■ Couverture géographique :



- **ABC Oujda:** Atlas Bottling Company.
- **ABC Tanger:** Atlas Bottling Company.
- **CBGN Fès :** Campanie des Boissons Gazeuses du Nord.
- **CBGS Marrakech :** Campanie des Boissons Gazeuses du Sud.
- **SBGS Agadir:** Société des boissons gazeuses du Souss.
- **SCBG Casablanca :** Société Centrale des Boissons Gazeuses.
- **SCBG Sale :** Société Centrale des Boissons Gazeuses.

## *The Coca-Cola Company*

### **Compagnie des Boissons Gazeuses du Nord**

---

#### ■ Coca Cola aujourd'hui :

La compagnie COCA-COLA est aujourd'hui la plus grande compagnie de rafraîchissement du monde, elle produit plus de 400 marques et commercialise 4 des 5 marques de soft drinks les plus vendues au niveau mondial : COCA-COLA, COCA-COLA light, FANTA, SPRITE.

La multinationale est présente dans plus de 200 pays où des offres d'emplois sont créées et où des initiatives culturelles et environnementales sont développées.

Au Maroc, coca-cola apparut en 1947 : un bateau-usine, qui était accosté au port de Tanger, produisant alors la boisson pour les soldats américains. De nos jours son activité au pays présente 1.5% du PIB national, et emploi 70 000 personnes de façon directe et indirecte.



## Présentation de La Compagnie des Boissons Gazeuses du Nord

### ■ Historique de la CBGN

La Compagnie des Boissons Gazeuses du Nord de Fès à été créée en 1952 à la place de l'actuel hôtel SOFIA.

Actuellement elle se trouve au nouveau quartier industriel SIDI BRAHIM de Fès, avec un capital de 2.000.000 DHS.

### ■ Profil de la CBGN

- La NABC fut créée le 25/12/2003 suite au regroupement de 04 sociétés : la SCBG, la CBGN, la CBGS et la SOBOMA, embouteilleurs de coca-cola.
- Les activités de la société : l'embouteillage et la distribution des boissons gazeuses.
- Les produits sont : coca-cola, coca-cola light, Fanta orange, Fanta lemon, sprite, Schweppes citron, Schweppes tonic, Hawaï, pom's, crush, top's et ciel.

### ■ Fiche d'identification de la CBGN

Raison sociale	compagnie des boissons gazeuses du nord
Forme juridique	Société anonyme
Capital social	3 720 000 DHS
Activité	embouteillage et distribution des boissons gazeuses non alcoolisées
Secteur d'activité	agroalimentaire

*The Coca-Cola Company*

**Compagnie des Boissons Gazeuses du Nord**

Adresse	quartier industriel sidi Brahim – Fès				
Date de création	26 juin 1953				
Boite Postal	2284				
N° d'enregistrement	102054				
N° Patente	13245421				
Identifiant Fiscal	102054				
N° C.N.S.S	1349952				
Numéro RC	11 286				
TEL	0535 965 000				
FAX	0535 965 025				
Directeur Général	M <sup>r</sup> . MOHAMED RGUIGUE				
Administrateur Directeur Général	M <sup>r</sup> . Mly HFID MRINI				
Effectif	24 cadres	35 agents de maitrise	65 employés	395 ouvriers	Un total de 519

■ Activités de l'entreprise

L'activité principale de la CBGN est constituée de la production et la distribution des boissons gazeuses. À cet effet, nous avons jugé judicieux de donner quelques éclaircissements sur deux composantes principales de la société.

---

## Compagnie des Boissons Gazeuses du Nord

---

### ■ Production

Au Maroc, NABC dispose de 05 unités de production regroupant des lignes :

- de verre
- de PET
- de boîtes
- de post-mix

Les produits sont distribués dans :

- le nord (territoire de Fès)
- le centre (territoire de Casablanca)
- le sud du Maroc (territoire de Marrakech)
- la Mauritanie

### ■ Distribution

La distribution est organisée autour de deux systèmes :

- le système conventionnel

Dans ce système, les livreurs visitent les points de vente pour la distribution des produits et la prise de commande.

- Le système du pré vente

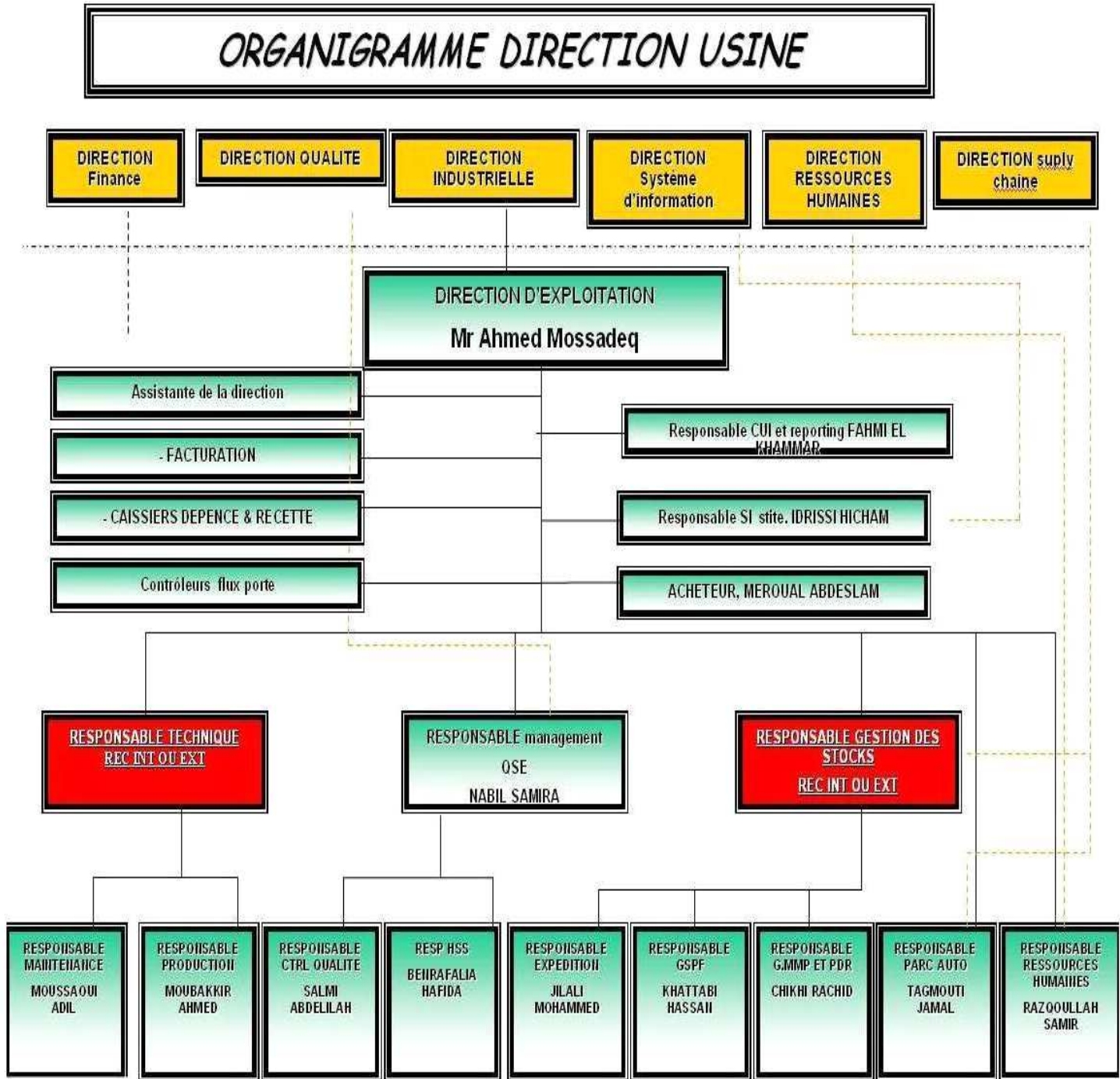
Les tâches de prise de commandes et la livraison sont séparées. Le pré vendeur s'occupe de la collecte des commandes auprès des clients par le système HHT, les produits sont préparés la veille sur la base de commandes communiquées par le système HHT. La livraison s'effectue le lendemain.

### ■ Les clients

- Embouteilleurs
- Hôtels
- MARJANE
- METRO
- Grossistes
- ...

Organisation de l'entreprise

■ Organigramme de l'entreprise



---

## Compagnie des Boissons Gazeuses du Nord

---

### ■ Actionnariat

Équatorial coca-cola bottling company ECCBC est considéré comme un actionnaire de référence.

« ECCBC » a été en 1997 avec la participation de cobega et the coca-cola company. Il est spécialisé dans l'embouteillage et la distribution des boissons gazeuses en Afrique.

NABC réalise 68.17% du chiffre d'affaires d'ECCBC.

### ■ Départements et services de la CBGN

#### ● Direction de l'usine :

Elle se trouve à la tête de l'organisation dans la mesure où elle s'occupe des missions suivantes :

- déterminer les objectifs.
- réaliser les meilleurs résultats et performances.
- encourager l'esprit entrepris.
- motiver l'ensemble du personnel

#### ● Service maintenance :

Il est chargé de la conservation en bon état de tout le matériel dont dispose l'usine et de l'application possible des technologies nouvelles dans son domaine.

#### ● Service contrôle de qualité :

Dans un environnement économique marqué par le démantèlement des systèmes de protection traditionnel, la qualité des produits et des services est devenue pour les entreprises l'outil incontournable de coopérativité et de conquête des marchés. Dans ce sens, la CBGN s'est engagée à instaurer la démarche qualité afin de :

- Satisfaire la clientèle en garantissant une bonne qualité de produits.
- Diminuer les coûts de non-qualité : pour accroître la compétitivité et établir des priorités pour les actions correctives.
- Développer et faire de l'environnement un avantage concurrentiel.

---

## Compagnie des Boissons Gazeuses du Nord

---

Dans l'intention de renforcer son image de marque, la CBGN s'est engagée dans un processus de certification :

- Certification HACCP (certifiée)
- Certification phase 1 coca-cola (certifiée)
- Certification ISO 14001 VS 1996
- Certification phase 2 de coca-cola (octobre)
- Certification ISO 9001 VS 2000 (fin décembre)
- Certification OHSAS 18001 VS 1999

● Service comptabilité et finance :

Sa fonction réside dans :

- La réalisation de l'équilibre financier de l'entreprise
- Enregistrement des opérations comptables de la société
- Le règlement des opérations effectuées en espèces

● Service achat :

Il s'occupe des tâches suivantes :

- contrôles permanents des entrées/sorties magasins
- gestion de l'état des stocks concernant aussi la MP

● Services des ressources humaines :

Il occupe une grande importance au sein de l'organisation CBGN, il est chargé de toutes les fonctions administratives de l'ensemble du personnel de l'usine (voir l'organigramme de la CBGN).

● Les relations avec les autres services :

- direction générale : c'est elle qui définit le budget et la politique à suivre
- service commercial : il s'occupe des achats des nouveaux matériels et des pièces de rechange des machines.
- service personnel : il assure la formation du personnel par stage de formation concernant les nouvelles techniques de maintenance.
- sécurité : information du personnel sur les mesures et consignes de sécurité

## *The Coca-Cola Company*

### **Compagnie des Boissons Gazeuses du Nord**

---

- maintenance : la maintenance doit assurer la fiabilité de la machine (éviter les fuites de graisses, de gaz, ... sur les produits) pour assurer la qualité des produits.
- service production : il planifie les arrêts de l'installation.

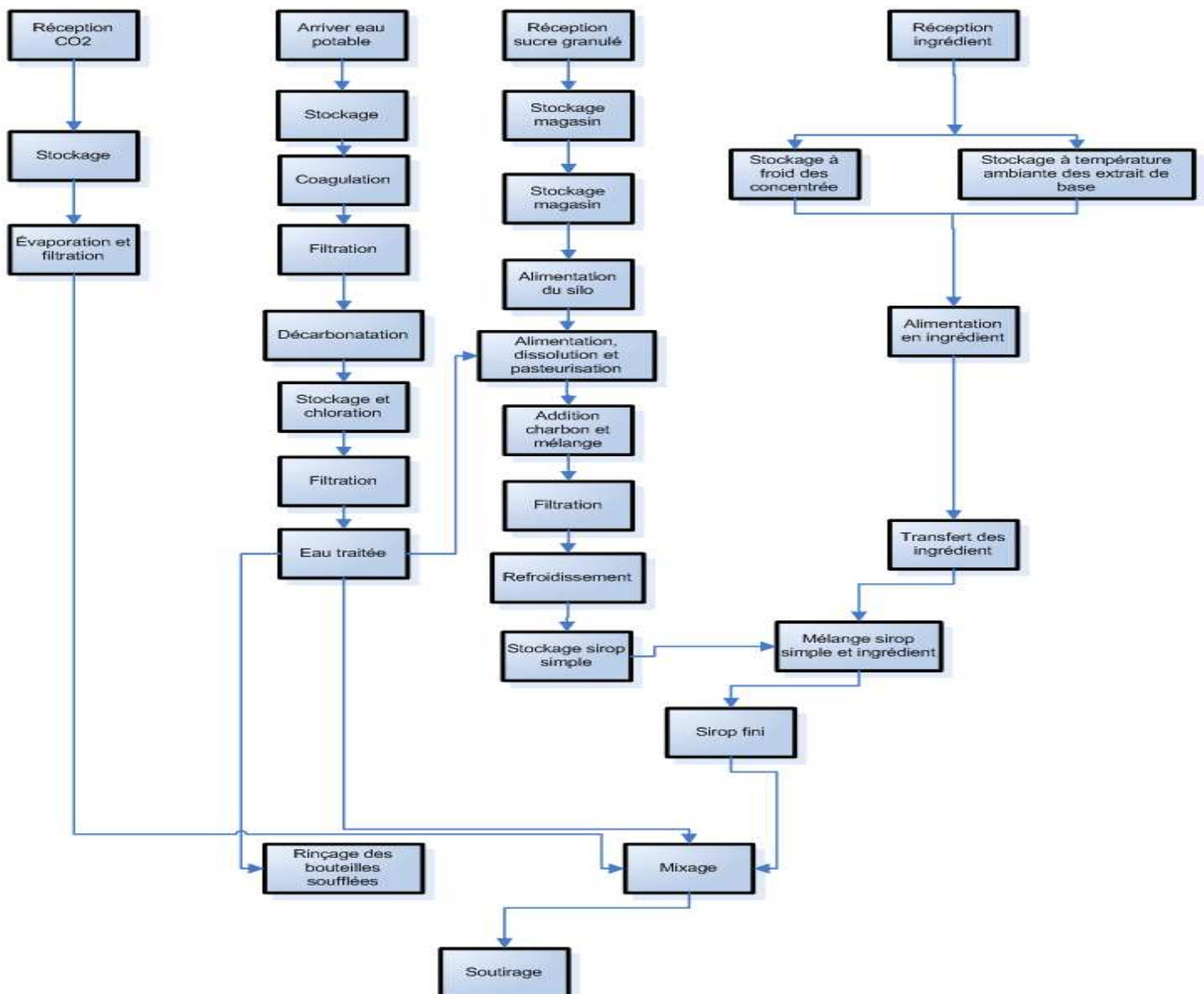
Ainsi la Compagnie des Boissons Gazeuses du Nord est une structure bien organisée sur tous les niveaux.

Il s'agit d'une entreprise qui produit une des marques les plus connues à l'échelle mondiale c'est pour cela que la CBGN doit suivre un certain nombre de normes de qualité, de stockage, de livraison et de production.

**Présentation et organisation de la chaine de production**

■ Fonctionnement de la chaine de production

Schéma synoptique de la fabrication des boissons gazeuses





---

**Compagnie des Boissons Gazeuses du Nord**

---

■ Les phases de production, de contrôle et de réalisation

● Traitement d'eau

Le traitement d'eau a pour objectif de :

- avoir la bonne qualité d'eau à tout moment.
- l'élimination des substances colloïdes et les matières en suspension pouvant être présentes dans l'eau de ville.
- l'élimination de toute coloration, odeurs et goûts indésirables.
- la réduction de l'alcalinité.
- désinfection de l'eau.

Les composants du traitement d'eau :

- Bassins : ils sont inspectés une fois par an après leur vidange complète.
- Les filtres à sable : ces filtres servent d'obstacles la matière en suspension. La société dispose de trois filtres à sable devant être entretenus, à tour de rôle, chaque fois qu'il est nécessaire pour deux opérations :
  - Le lavage a contre courant
  - Le contrôle de l'état interne après 5 ans
- Les filtres à charbon : ces filtres permettent d'éliminer le chlore et tout goût anormal, toutes les particules provenant du 2<sup>ème</sup> bassin de stockage par le charbon.

La société dispose de 2 filtres à charbon qui doivent être entretenu régulièrement et à tour de rôle par l'intermédiaire de trois opérations :

- Le lavage a contre courant
- Contrôle de l'Etat interne
- La stérilisation à la vapeur

-Le décarbonateur : la CBGN dispose d'un seul décarbonateur nécessitant un entretien régulier et qui se concentre en deux opérations principales

- La régénération
- Le contrôle de l'état interne : contrôle de la résine.

---

## Compagnie des Boissons Gazeuses du Nord

---

- Les filtres polisseurs : ce filtre sert de bloquer toute particule de charbon, ou de tartre qui peut s'échapper du filtre à charbon.

- La société dispose de 2 filtres polisseurs qui nécessitent les deux opérations d'entretien suivantes :
- La stérilisation.
- Le contrôle de l'état interne.

- Les adoucisseurs : la station de traitement d'eau contient deux adoucisseurs qui servent à la réduction de la dureté de l'eau de lavage des emballages. L'eau entre dans l'adoucisseur et passe à travers une résine qui capte les cations  $\text{Ca}^{2+}$  et  $\text{Mg}^{2+}$  pour lutter contre la transformation du calcaire.

### • La siroperie

#### Préparation du sirop simple

##### **Dissolution du sucre**

Le mélange de l'eau et du sucre qui se fait en continu, soumis à une température de 80 degré dans un CONTIMOL (poste de dissolution continue du sucre) à circuit fermé afin de favoriser la dissolution complète du sucre. Après, le mélange est pasteurisé à une température de 85 degré.

##### **Ajout du charbon actif**

Dans une cuve, on ajoute le charbon actif sous forme de poudre au sirop simple afin d'éliminer les impuretés, les cendres, les particules odorantes et sa clarification.

##### **Filtration**

Après une durée de 1h à 2h du sirop simple dans la cuve de réaction, il subit une filtration dans une autre cuve, par une pâte filtrante en célite, dont le rôle est d'éliminer le charbon et les matières en suspension.

Une deuxième filtration du sirop simple se fait dans un filtre à poche pour éliminer les résidus de charbon qui pourraient subsister.

### **Refroidissement du sirop simple**

Le sirop simple obtenu filtré subit, un refroidissement dans un échangeur thermique afin de diminuer sa température de 85 degré à 20 degré.

Enfin le sirop simple obtenu est stocké dans une cuve dans un intervalle de temps compris entre 1h et 24h.

### Préparation du sirop fini

Le sirop simple est mélangé avec un concentré (si en parle de liquide), ou un extrait de base (si en parle de poudre), selon la boisson gazeuse désirée, c'est le sirop fini.

N.B : la quantité du concentré ajouté au sirop simple dépend du degré de brix (le pourcentage en poids de saccharose) de ce dernier.

### **Chaudière**

La chaudière est un échangeur ou un ensemble d'échangeurs conçus pour transformer l'eau en vapeur, la délivrer à une pression et à une chaleur déterminée en utilisant l'énergie de combustion comme source de chaleur.

La chaudière doit son existence à la propriété physique exceptionnelle de l'eau :

- Capacité thermique
- Chaleur massique
- Chaleur de vaporisation

On peut définir aussi la chaudière comme un réservoir contenant un fluide caloporteur et aussi muni d'un système de chauffage. Son but est de produire et transférer l'énergie thermique à un fluide caloporteur et d'utiliser cette énergie en action mécanique.

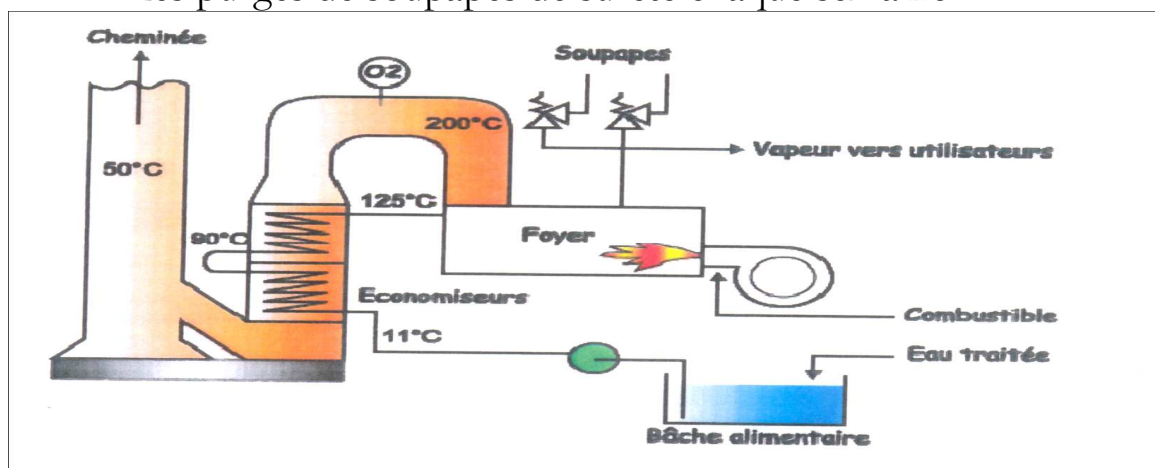
Fluide caloporteur : est un fluide chargé de transporter la chaleur entre deux ou plusieurs sources de température.

Bruleur : est un injecteur résistant à de haute température, son but est d'assurer la combustion.

## Démarrage de la chaudière

Pour démarrer la chaudière, l'ouvrier ou le responsable doit suivre certaines étapes :

- Contrôler le circuit d'eau adoucie vers la chaudière
- Contrôler le niveau d'eau (bac+chaudière)
- Démarrer le réchauffeur de fuel (60 degrés et 80)
- Démarrer le réchauffeur de la chaudière (120degrés)
- Vérifier l'automatisme de la pompe d'eau
- Vérifier l'alarme
- Démarrer le bruleur
- Contrôler la flamme
- Contrôler la fumée
- Assurer l'arrêt automatique 7.5 bars
- Les purges du voyeur chaque 4 h
- Les purges de sortie d'eau chaude chaque 30 min
- Les purges de soupapes de sureté chaque semaine



Processus de production

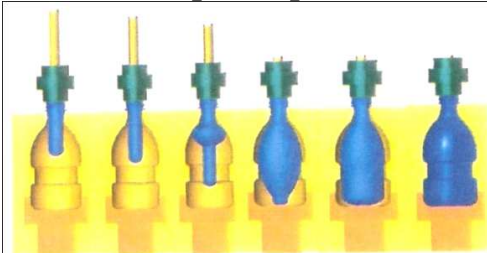
■ Production de bouteilles en PET

Une bouteille en plastique est un emballage destiné à contenir, protéger et transporter des liquides. Le plastique offre une très grande commodité d'élaboration (fabrication de la bouteille dans l'usine d'embouteillage, pas de transport de bouteilles vides comme pour le verre) et son poids, jusqu'à 10 fois plus faible que le verre, réduisent énormément le rejet de CO<sub>2</sub> dans le transport des liquides.

La chaîne de production des bouteilles en plastique (PET) contient plusieurs machines par lesquelles les bouteilles passent.

Les bouteilles sont en premier sous forme des préformes c'est-à-dire un tube de forme réduite fabriqué en PET (polyéthylène téréphtalate) ; CBGN achète ses préformes de la société CMB plastique Maroc.

Les préformes passent par l'élévateur de préformes et entrent en chaîne dans un four pour un formage à chaud (moulage par soufflage ou souffleuse) cette opération consiste à faire fondre la préforme par la chaleur du four (radiateurs à infrarouge), ensuite la préforme devenu fluide entre dans un moule et soufflée par l'air à forte pression pour donner à la bouteille sa forme finale. Une fois le plastique refroidi et durci le moule s'ouvre et la pièce est éjectée.



Phase de soufflage de la préforme

Chaque bouteille éjectée passe ensuite par la rinceuse qui nettoie les bouteilles en PET avec l'eau + javel (cette machine contient 24 tuyau c'est-à-dire qu'elle peut laver 24 bouteilles en même temps). la chaîne continue et donne les bouteilles à la soutireuse qui est une machine permettant de remplir les bouteilles par le liquide mélangé dans le mixeur et composé du CO<sub>2</sub> + sirop final.

## *The Coca-Cola Company*

### Compagnie des Boissons Gazeuses du Nord

Cette soutireuse est programmée afin de remplir exactement et de la même manière toutes les bouteilles (elle contient 48 robinets de remplissage de limonade et elle peut remplir 6000 bouteilles/ heure).

Ensuite, les bouteilles entre dans la capsuleuse afin de bouchonner les bouteilles. (La capsuleuse contient 8 têtes c'est-à-dire qu'elle bouchonne 8 bouteilles en même temps).

Toujours en chaine, les bouteilles passent l'une après l'autre pour être comptabilisées par un appareil appelé (heuft) et pour prendre la date de production et la date d'expiration.

#### ■ Production de bouteilles en verre

Les boissons gazeuses dans une bouteille en verre se produisent de la manière suivante :

Les bouteilles en verre vides sont transportées par la décaisseuse (une machine permettant de vider les caisses) et sont transportées à la laveuse bouteilles pour être lavé et stérilisé.



La laveuse bouteille est une machine qui sert à nettoyer et rendre stériles les bouteilles, les fûts avant le soutirage d'une boisson. Dans cette laveuse, les bouteilles passent par différents bassins :

- Un bassin de soude
- Un bassin d'eau bouillante
- Un bassin d'eau froide

---

**Compagnie des Boissons Gazeuses du Nord**

---



Le lavage s'effectue selon les étapes suivantes :

- La pré inspection :

Est une opération primordiale pour l'élimination des bouteilles non conformes, ébréchées ou étrangères par un opérateur.

- Le pré lavage :

C'est une étape préparatoire de lavage, il est assuré par une eau adoucie à la température ambiante, permettant par la suite l'élimination des adhérents aux parois pour ne pas contaminer les autres bains de lavage.

- Le lavage à la soude caustique :

S'effectue à une température de 70 degré combiné à un additif « le triphosphate de sodium » dont le rôle est d'empêcher la formation de la mousse provenant de NaOH.

- Le pré rinçage :

Est une opération de rinçage des bouteilles afin d'éliminer les traces du détergent, se fait dans trois bains contenant une eau adoucie chaude, tiède et froide pour éviter le choc thermique qui entraînera la casse des bouteilles juste à l'étape du rinçage final.

- Le rinçage final :

Est réalisé par l'eau adoucie chlorée (1 ppm à 3 ppm) pour éliminer les résidus caustiques et de refroidir les bouteilles jusqu'à température ambiante.

---

## Compagnie des Boissons Gazeuses du Nord

---

Après le lavage, les bouteilles sont contrôlées visuellement par les mireurs afin d'éliminer les bouteilles males lavées, étrangères et ou ébréchées et passent par l'inspection électronique qui s'effectue avant le soutirage, dans le but d'éliminer les bouteilles contenant des corps étrangers, du liquide ou présentant un goulot abîmé au fond de la bouteille.

Le sirop fini, l'eau traité refroidi et le CO<sub>2</sub> sont à ce moment là dans le mixeur qui mélange ses différents composants afin d'obtenir la boisson gazeuse (cette étape s'appelle la carbonation et refroidissement).

Après on passe pour le remplissage des bouteilles par une soutireuse, ces bouteilles seront bouchées sans aucune intervention du conducteur de la machine.

Les bouteilles soutirées et fermées sont contrôlées visuellement par des mireurs bien formés pour éliminer toute bouteille mal remplie, contenant un corps étranger ou mal bouchée.

N.B : la boucheuse contient des têtes numérotées pour faciliter le contrôle en cas d'anomalie.

Après l'inspection visuelle, les bouteilles remplies portant un code sur le bouchon ou la capsule « date, heure et lieu de production, ainsi que la date de péremption », ensuite elles passent vers une étiqueteuse pour l'étiquetage.

Et enfin l'encaissage et le stockage qui est l'étape finale de la mise en caisse des bouteilles pleines et leur stockage.

### ■ Qualité de travail et de production

Le contrôle est une étape fondamentale au cours de tout le processus de production des différentes boissons, afin de préserver la santé du consommateur face aux risques que peuvent engendrer certains produits industriels, autres qu'agro-alimentaires et pharmaceutiques.

Le contrôle au sein de la CBGN est effectué par le laboratoire de l'entreprise qui s'occupe de plusieurs fonctions :



---

## Compagnie des Boissons Gazeuses du Nord

---

### ● La hauteur de remplissage

Ce contrôle est effectué par un calibre de vérification de hauteur qui doit être fait au début et au cours d'une période d'embouteillage et à chaque incident de soutirage.

### ● Contrôle du bouchage

Ce contrôle doit être effectué au début de chaque période d'embouteillage et après chaque réglage de la capsuleuse à l'aide d'un calibre <go> ou <no go>.

- Si le bouchon couronne passe à travers le calibre <no go>, cela veut dire que le sertissage est trop serré.
- Si le bouchon couronne ne passe pas à travers le calibre <go>, cela veut dire que le sertissage est trop faible, ce qui entraînera une fuite de liquide par suite une mauvaise saturation de CO<sub>2</sub>.

### ● Contrôle du capsulage : meure de torque :

Cette opération consiste à mesurer l'ouverture et ou la fermeture de la bouteille.

### ● Mesure du BRIX par densimètre électronique :

C'est la méthode à suivre pour mesurer le brix de la boisson gazeuse ou les sirops en utilisant un densimètre électronique.

Le degré du brix = un gramme de la matière sèche dans 100 grammes de la solution.

On prélève dans un bécher une quantité suffisante pour la dégazifier afin de ne pas gêner la cellule de mesure (cette opération dure 3 min), après on utilise une seringue pour injecter le produit dans la cellule de mesure du densimètre électronique (dena), après la stabilisation de la mesure, on note la valeur du brix affiché et on stop la production s'il y a une défaillance.

### ● Mesure du volume de gaz carbonique dans la boisson gazeuse :

Ce test a pour but de déterminer le volume de gaz carbonique dissous dans une boisson gazeuse conditionnée dans des bouteilles en verre et ou -PET- de toutes tailles.

## *The Coca-Cola Company*

### **Compagnie des Boissons Gazeuses du Nord**

---

- Pour déterminer le CO<sub>2</sub> on utilise un appareil appelé (zham) contenant un manomètre étalonné et jugé conforme, ceci pour déterminer la pression en psi, puis on détermine la température dans la bouteille contrôlée, et à la fin on se réfère à un tableau (chart) pour déterminer le volume co<sub>2</sub> final dans cette bouteille.

- Inversion du brix de la boisson

Le but de ce test est de déterminer le brix réel de la boisson par inversion.

- Débris de verre

Ce test consiste la recherche des débris de verre dans les produits finis lors des explosions des bouteilles en verre au niveau des soutireuses.

## La main d'œuvre de la chaîne de production

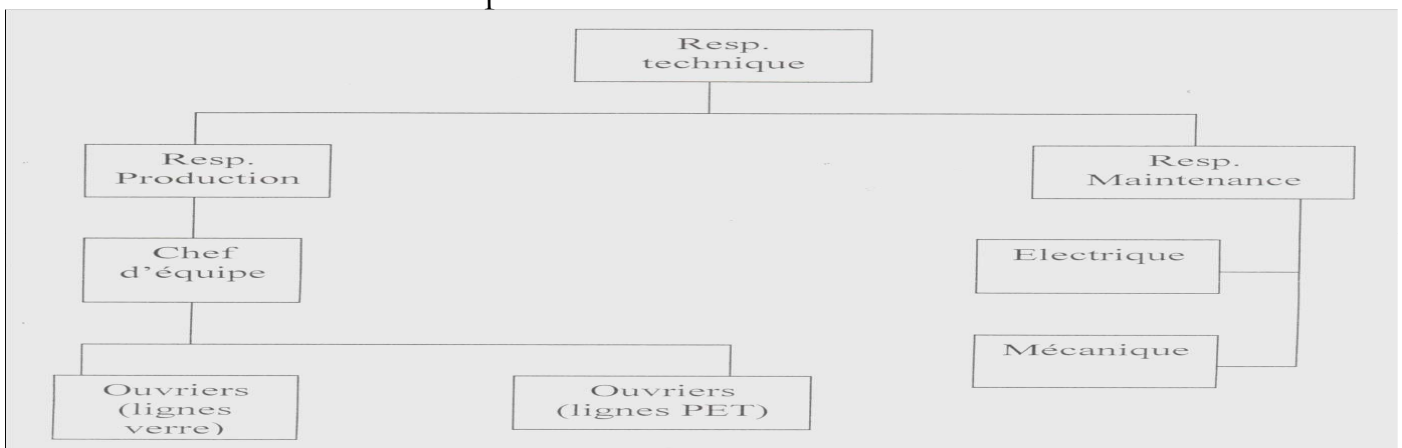
La main d'œuvre se définit comme étant l'ensemble des ouvriers qui participe à l'activité par la fabrication et la construction dans une société, une entreprise ou d'une région et qui contribuent au développement économique.

A la CBGN, la main d'œuvre est constituée principalement d'hommes avec un pourcentage de 94% alors que les femmes occupent seulement 6% de l'effectif. La plupart des ouvriers sont jeunes et leur âge ne dépassent pas 35 ans ce qui signifie que l'entreprise cherche des personnes qui ont une grande force de travail dans le but d'avoir à la fois une grande productivité ainsi qu'une haute qualité. En ce qui concerne la qualification des ouvriers on a constaté selon des statistiques que certains ouvriers sont des bacheliers, des bac+2 et des techniciens spécialisés avec un cursus au sein d'ISTA. Et un grand nombre des ouvriers ont des expériences dans d'autres entreprises. On trouve aussi 150 personnes (permanents) avec un contrat à durée indéterminée. 2 personnes temporaires avec un contrat à durée déterminée et 65 personnes intérimaires.

La hiérarchie de l'entreprise se compose de 3 parties :

- Les cadres (responsables de services)
- Les agents de maîtrise
- Les ouvriers
- 

La hiérarchie de la chaîne de production est la suivante :



## Position concurrentielle

Au niveau international, Coca-Cola est sans doute le numéro un des ventes de boissons gazeuses, jus, et prêt à boire le café et le thé, le numéro deux boissons pour sportifs, et numéro trois de l'eau embouteillée.

Il est évident que l'avantage concurrentiel de Coca-Cola va durer malgré le changement des goûts. Cependant ce groupe restera en éternelle concurrence avec la fameuse compagnie des boissons gazeuses Pepsi.

### ■ Concurrence entre Pepsi et Coca-Cola

#### ● Présentation du groupe Pepsi:

Pepsi Co Inc. se trouve dans plus de 160 pays, **il est considéré** parmi les entreprises de grande consommation les plus connues du monde. Avec le temps, son essor ne fait que s'amplifier, sa notoriété s'étendre et son image s'épanouir.

Ce succès trouve son explication dans sa volonté, aussi simple qu'ambitieuse, d'être la meilleure dans ce domaine

C'est dans ce raisonnement que, chaque jour, les 140 000 collaborateurs concourent veillent à honorer les besoins des clients fidèles aux quatre secteurs d'activité de ce groupe, chacun sur son marché et à son poste.

#### ● Forces et faiblesses de Pepsi :

Forces	faiblesses
Un bon positionnement sur le marché du cola	Une faible notoriété par rapport à son principal concurrent Coca Cola
La diversification pratiquée en dehors du marché du soda (produits apéritifs, thé glacé, jus de fruits) .elle permet d'obtenir un chiffre d'affaires important	Le Cola et l'obésité des jeunes.
Des grands Stars (Beckam, Messi...) qui ont tourné des spots pour Pepsi	Hégémonie de Coke : la marque a donné son nom à un segment. Coke est la référence, Pepsi est arrivé après.
Pepsi réalise chaque année environ 50% de ses ventes light grâce au lancement annuel	

## *The Coca-Cola Company*

### Compagnie des Boissons Gazeuses du Nord

d'une nouveauté dans sa gamme light	
Sa convention avec la chaîne Pizza Hut qui vend seulement du Pepsi et pas d'autres marques	
Pepsi domine le marché du monde Arabe grâce au recours à des stars de la musique arabe dans ses publicités	

#### ● Comparaison des stratégies globales

Pepsi vise une diversification des produits de l'autre côté. Coca Cola essaye de se concentrer sur son produit phare. Ainsi, Pepsi parvient à tirer profit de sa concurrence avec Coca Cola dans le sens où elle doit proposer des alternatives à la marque leader, et donc cibler d'autres publics que les inconditionnels du Coca Cola. La stratégie de Coca Cola vise à être communicative pour être connu par tout le monde. Coca Cola se concentre aussi sur la qualité de ses produits. Il s'agit plutôt ici d'une stratégie de concentration sur le produit principal, dont on a vise essentiellement à augmenter le volume de ventes. Cependant, la prévention et la volonté de protection de la santé peuvent constituer une grande menace pour Cola Cola.

=> Dans cette perspective, nous pouvons dire que Coca Cola et Pepsi ont une stratégie différente. En effet en ce qui concerne la marque Coca Cola nous sommes sur une stratégie de spécialisation alors que Pepsi est placé au contraire sur une stratégie de diversification. Nous pouvons également affirmer que les faiblesses de l'un constitueront les forces de l'autre et que ces deux stratégies sont très efficaces, leurs résultants viennent confirmer cela. Et en dernier lieu il reste à dire que les deux groupes possèdent une notoriété spontanée importante et une image de marque incontestée.

#### ● Les cibles :

Personne ne peut nier que la concurrence la plus féroce dans le marché des boissons gazeuses non alcoolisées est celle entre Pepsi et Coca-Cola. Les

## *The Coca-Cola Company*

### **Compagnie des Boissons Gazeuses du Nord**

---

cibles de chacune des deux groupes sont complètement différentes. il suffit de regarder leurs slogans et campagnes publicitaires pour connaître facilement ces cibles.

#### **Pour coca :**

Coca s'adresse à tout le monde et non pas à une personne en particulier :

- Restaurants (McDonald's...)
- Épiceries
- Machines distributrices
- Hôtels
- Dépanneurs
- ...

#### **Pour Pepsi**

Pepsi vise en particulier les jeunes qui veulent changer les traditions de leurs parents. Ces jeunes sont aussi très particulièrement attirés par les campagnes de publicités surtout que de grands leaders d'opinion ont tourné des spots pour la compagnie.

## Politique GRH

Coca Cola vise à partager avec ses salariés les mêmes valeurs qui sont l'intégrité, le respect, le sens du service et de la qualité ainsi que la volonté de réussir ensemble, le tout dans un cadre de convivialité.

Au-delà de ces valeurs partagées s'ajoutent la passion pour les produits de Coca Cola et la fierté d'appartenir à cette dernière. D'abord en tant qu'entreprise, puis en tant que marque.

L'âge moyen dans l'entreprise est de 36 ans et environ 40% des salariés ont moins de 30 ans.

Coca Cola essaye d'avoir une bonne représentativité de la population marocaine, que ce soit en terme d'équilibre Homme – Femmes ou en terme de cultures. Les dirigeants essaient d'ouvrir au maximum les sources de recrutement en diffusant les offres dans la plupart des villes du royaume.

La passion pour les produits Coca Cola et la fierté d'appartenir à l'entreprise limite le turnover qui est très faible, l'entreprise essaye de responsabiliser ses salariés en prenant en main leur carrière.

L'encadrement a un rôle moteur dans le développement et la motivation des employés. Coca Cola a adapté son processus d'évaluation dans ce sens en mesurant la capacité à développer les compétences, à maintenir l'enthousiasme et à donner un cap sur tous les projets.

## Etude Marketing : Analyse Stratégique et Matricielle

La stratégie de Coca Cola consiste essentiellement à accroître son capital. Coca-Cola entreprend ainsi une grande manœuvre stratégique, à l'échelle planétaire.

La compagnie s'appuie sur une présence forte dans le royaume, en effet, le Maroc constitue un laboratoire où la firme vise à développer sa stratégie et élargir sa politique de diversification. Les résultats de cette année, une croissance de 7%, viennent encourager cette décision.

L'an dernier, l'entreprise a annoncé avoir l'intention d'investir un milliard et demi de dollars en Afrique. Le Maroc touchera sous doute une part considérable.

### ■ Analyse SWOT

#### ● Analyse interne :

##### ● **Les forces :**

- Coca Cola est connu à l'échelle internationale. Sans aucun doute, aucune entreprise de boissons gazeuses ne compare le statut social de la popularité de Coca cola. Le but de cette marque est de forger une culture de vie, une tradition, basée sur un esprit de victoire, d'optimisme, et comme en témoignent les publicités, de bonheur. C'est la promesse de Coca Cola envers les consommateurs.
- Coca Cola est l'une des firmes multinationale qui se positionne en force dans notre société de consommation. Elle possède un passé riche, son logo en est la preuve, celui-ci n'ayant pratiquement pas changé et ayant gardé ses couleurs, à savoir le rouge et le blanc.



## *The Coca-Cola Company*

### Compagnie des Boissons Gazeuses du Nord

- Une autre force qui est très importante est la fidélité des clients. 80% de leurs profits proviennent de 20% de leurs clients fidèles. Il semble même que certaines personnes boivent cette boisson religieusement comme certaines personnes boivent de l'eau et le lait. Avec Cola Coca qui a la capacité de vendre leurs produits partout dans le monde, les clients continueront d'acheter les produits de Coca Cola en permanence.
- L'argent est une force de l'entreprise. Les bénéfices que gagne Coca Cola sont sensiblement colossaux que les autres compagnies qui s'exercent dans le même domaine. Cet argent a permis à la firme de développer ses performances en vue d'améliorer la commercialisation des produits et attirer les clients.

#### ● **Faiblesses :**

- Le fait que Coca Cola soit si bien intégré dans notre société constitue un danger pour l'entreprise. En effet, celle-ci a tendance à appliquer une politique conservatrice. L'actuel PDG de Coca Cola Company a refusé de racheter certaines sociétés, telles que « Red Bull » ou « South Beach Beverage Company », qui auraient pu faire évoluer leur image de marque. Cela laisse aussi l'opportunité aux concurrents de le faire à leur place.
- Le bouche à oreille est probablement une force et une faiblesse de chaque entreprise, bien que beaucoup de gens ont des opinions favorables à l'égard de Coca Cola d'autres non et sont même contre les produits de Coca-Cola. Le bouche à oreille est malheureusement difficile à contrôler.
- Une autre faiblesse est qu'il est connu qu'un produit populaire comme le Coca cola n'est pas très bénéfique pour le corps et la santé. Cette nouvelle orientation sur le poids et la santé pourrait être un problème pour les produits qui sont étiquetés nuisibles à la santé.

## *The Coca-Cola Company*

### **Compagnie des Boissons Gazeuses du Nord**

---

- Un autre aspect qui pourrait être considéré comme une faiblesse est l'attention constante consacrée aux produits principaux : Coca Cola, Coca Cola light, Fanta et Sprite. mais cette société a environ 400 types de boissons différentes. Ces boissons ne sont pas sans doute de mauvais goût, mais sont plutôt le résultat de profil bas ou non de la publicité existante.

#### ● **Analyse externe.**

##### ● **Opportunités :**

- La reconnaissance de la marque est le facteur important affectant la position concurrentielle de Coca Cola, elle est connue par plus de 90% de la population mondiale actuelle et a la possibilité de creuser l'écart avec ses concurrents.
- Création d'une filiale « Coca Cola Entreprise » en 1986 pour mieux gérer les dettes accumulées en vendant des parties d'opérations d'embouteillage à cette dernière.
- Coca Cola a en sa disposition plusieurs marques à succès qu'il devrait continuer à exploiter et à poursuivre et peut se permettre, grâce à ses revenus colossaux, d'annoncer et de faire de la publicité à ses produits phares et secondaires.
- Coca Cola a l'opportunité de racheter ses concurrents, une opportunité rare dans le monde des affaires, mais grâce à sa puissance, Coca Cola a déjà racheté un nombre incalculable de marques de boissons, même si ces opérations sont excessivement coûteuses, à long terme il en résulte un très grand profit, ce qui va lui permettre de ne plus s'inquiéter de la "concurrence".

## *The Coca-Cola Company*

### **Compagnie des Boissons Gazeuses du Nord**

---

#### ● **Les Menaces :**

- Coca Cola doit faire face à de nombreuses menaces à cause de son leadership sur le marché, car l'attitude changeante de ce dernier pourrait avoir un effet négatif sur l'entreprise, et au vue des changements perpétuels des habitudes alimentaires y compris les boissons des consommateurs, cela pourrait affecter directement le chiffre d'affaires de Coca Cola.
- Le changement des comportements du consommateur qui ne recherche plus le goût unique du Coca Cola et le manque de diversification de l'entreprise fait qu'elle est en danger, car son principal concurrent "Pepsi Co" a diversifié son domaine d'activité au fil des années pour s'adapter aux besoins des consommateurs. Il faut noter néanmoins que l'entreprise "Coca Cola" remédie actuellement à ce problème en se lançant sur le marché de l'eau et le marché des boissons énergétiques.
- Coca Cola devra faire attention aux personnes qui veulent lui porter préjudice, car en tant que marque connue mondialement, elle sera la cible de plusieurs poursuites judiciaires qui auront comme objet le côté néfaste du produit sur la santé, ce qui menacera l'image de marque de l'entreprise et donc le succès des ventes.

*The Coca-Cola Company*

**Compagnie des Boissons Gazeuses du Nord**

Tableau récapitulatif de l'analyse par la matrice SWOT de « Coca cola Company »

	Points forts	Faiblesses
<b>Interne</b>	<p>Renommée internationale            Une bonne gestion financière.            Fidélisation de la clientèle            L'identité visuelle (Le logo)            Commerce international</p>	<p>Manque de popularité de Coca Cola par rapport à de nombreuses marques.            Manque d'innovation            Le bouche à oreille            La plupart des produits de Coca cola inconnus et rarement vu            Profil bas ou nul de la publicité.            Les questions de santé</p>
	Menaces	Opportunités
<b>Externe</b>	<p>Changement de la conscience et de l'attitude du consommateur en termes de santé et de goût.            Attitude changeante du marché.            Poursuites judiciaires.            Concurrence rude (Pepsi).</p>	<p>Nouvelles marques à promouvoir.            La publicité de tous ses produits.            Reconnaissance mondiale de la marque.            Leadership.</p>

● **Analyse Pestel :**

● **Critère politique et légal:**

Le gouvernement joue un rôle dans l'opération de circulation de ces produits de consommation générale en termes de réglementation. Il y a des amendes éventuelles fixées par le gouvernement sur les sociétés si elles ne répondent pas aux normes des lois.

Les facteurs qui pourraient causer des ennuis par rapport aux résultats financiers de *Coca Cola* :

- \*les modifications apportées aux lois et règlements, y compris les changements dans les normes comptables, aux exigences d'imposition, taux de l'impôt, les lois fiscales nouvelles
- \* les lois environnementales ou étrangères (juridictions internationales).
- \*la concurrence.
- \*Les conditions politiques sur les marchés internationaux; y compris les troubles civils, les changements de gouvernement et les restrictions sur la capacité de transfert des capitaux à travers les frontières.
- \* Leur capacité à pénétrer les marchés émergents et en développement, qui dépend également de conditions politiques et économiques, et dans quelle mesure ils sont capables d'acquérir ou de nouer des alliances commerciales stratégiques avec des embouteilleurs locaux et apporter des améliorations d'infrastructure nécessaires aux installations de production, réseaux de distribution, de vente de matériel et de la technologie.

● **Critères économique :**

Depuis l'année 2007 le gouvernement a officiellement déclaré que les États-Unis a été en récession. Toutefois, La Réserve fédérale a fait tout ce qu'elle peut pour aider l'économie à se redresser. Ils ont ainsi réduit le taux d'intérêt de dix fois. Le taux se situe maintenant à un plus bas en 40 ans de 2%. Abaisser les taux d'intérêt finira par exciter la demande des consommateurs dans l'économie. Les entreprises vont étendre et d'accroître l'utilisation de la dette en raison de faibles taux d'intérêts.

*Coca-Cola* peut emprunter de l'argent pour investir dans d'autres produits puisque les taux d'intérêt sont bas. Il peut utiliser l'emprunt à la recherche de

---

## Compagnie des Boissons Gazeuses du Nord

---

nouveaux produits ou la technologie. Comme la recherche de nouveaux produits coûterait moins cher de la Société Coca-Cola va vendre ses produits à moindre prix et les gens vont dépenser comme ils le feraient obtenir des produits bon marché de Coca-cola.

### ● Critère social :

Beaucoup de citoyens des États-Unis essayent d'avoir une vie plus saine. Cela affecte la boisson non alcoolisée de l'industrie puisque beaucoup se tournent vers l'eau embouteillée et les colas en termes de boissons au lieu de bière et autres boissons alcoolisées. Actuellement la nécessité pour l'eau embouteillée et d'autres pratiques saines avec ces produits de consommation généralisés donne de l'importance pour une vie longue.

Les consommateurs des âgés entre 37 à 55ans sont également de plus en plus concernés par la nutrition de ces boissons entre autres les produits de Coca cola. Nombreux atteignent un âge plus avancé dans la vie, ils sont de plus en plus préoccupés par l'augmentation de leur longévité, donc ils essayent d'avoir une consommation de produits sains ainsi soigné leur corps.

### ● Critères technologiques :

L'efficacité de la publicité d'entreprise, de commercialisation et de promotion, la nouvelle technologie d'internet et de télévision qui utilisent des effets spéciaux pour la diffusion de ces produits par les médias. Coca cola essaye de faire des produits plus attrayants. Cette aide à la vente des produits. **Cette publicité rend le produit attractif.** Cette technologie est utilisée dans l'industrie pour vendre plus leurs produits.

La technologie devient de pointe, il y a eu introduction de nouvelles machines tout le temps. En raison de tous cela, de ce mécanisme de la production de la compagnie, Coca-Cola a considérablement augmenté par rapport à son implantation alors qu'il était-il y a quelques années territorialisé en Amérique

### ● La matrice BCG de Coca cola.

La gamme de produits proposés :

- Boissons rafraîchissantes

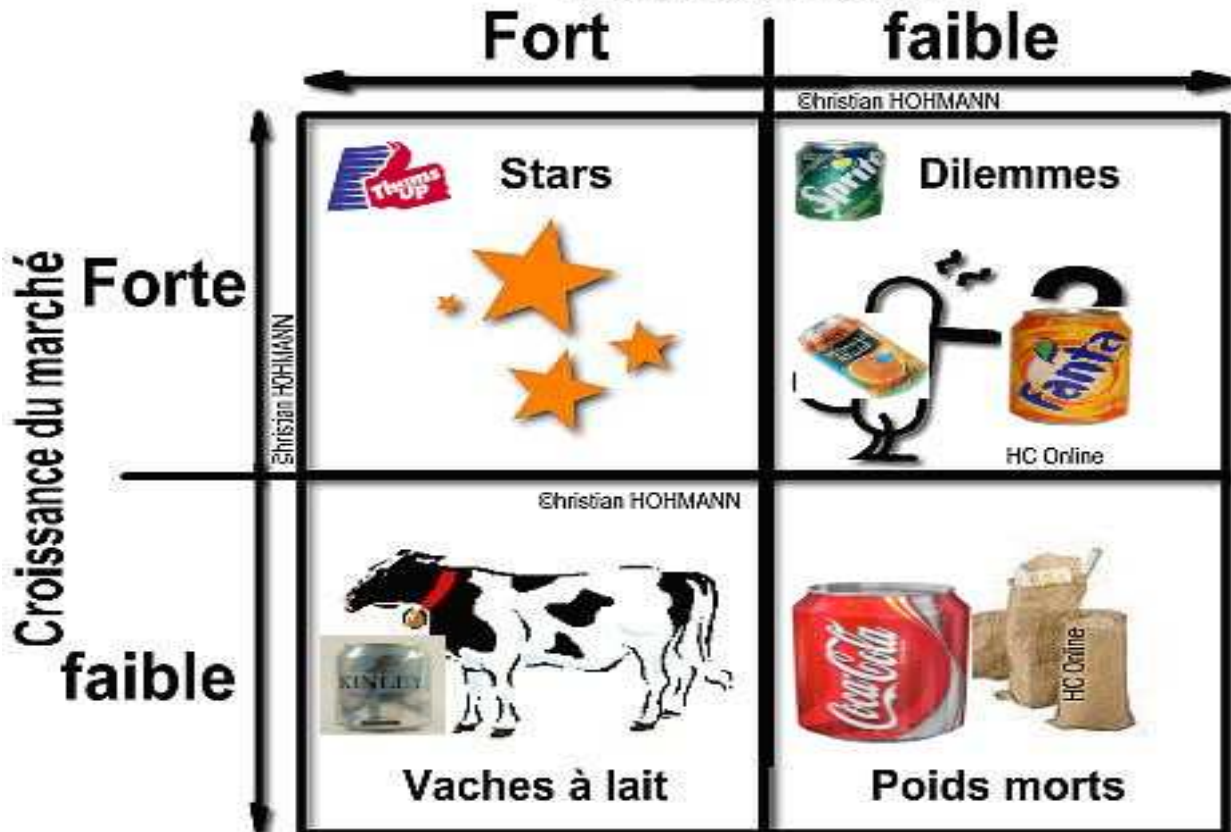
# The Coca-Cola Company

## Compagnie des Boissons Gazeuses du Nord

- Thés glacés
- Boissons sportives
- Boissons énergisantes
- Jus de fruits



### Positionnement concurrentiel Parts de marché



## La communication externe

La communication externe représente au sein de la CBGN l'un des principaux outils de l'organisation et l'échange des informations entre la compagnie et son environnement externe. Elle a pu donc mettre en œuvre et développer une véritable stratégie de communication ayant pour objectif principal d'améliorer son image et de renforcer sa notoriété en fonction du message qu'elle veut communiquer et du public cible (partenaires, fournisseurs, clients, employés...)

### ■ Sponsoring et partenariat

- Célébration de la Journée Mondiale 2007 de la Terre par Le Centre de l'Environnement et du Développement Régional de Meknès.
- Samedi 21 Avril 2007, la CBGN a été l'un des sponsors de la journée mondiale de la terre organisée par le centre de l'environnement et du développement régional de Meknès, sous le thème sélectionné par les Nations Unies « Changement Climatique et Impacts Ecologiques et Economiques » à l'université Al Akhawayn à Ifrane. La CBGN, représentée par son directeur général Mohamed Rguigue, a pu donc participer à la sensibilisation de la communauté aux enjeux des changements climatiques et à la recherche des solutions appropriées.
- La CBGN a créé une bourse d'étude permettant de financer pendant 2 ans les frais de scolarité d'un étudiant marocain en MBA dans une université américaine au Maroc.
- Elle a été le sponsor principal du « CAFTAN 2001 », une manifestation traditionnelle dans le milieu de la mode pour encourager les talents en mode et couture.
- La CBGN filiale de coca cola au Maroc oriente sa communication vers le lancement d'actions au profit des communautés : Elle s'est procuré



## *The Coca-Cola Company*

### **Compagnie des Boissons Gazeuses du Nord**

---

500 bouteilles auprès des artisans d'un village près de Tiznit qui renouvelaient les bouteilles de Coca cola et a contribué par conséquent à la promotion de leur activité.

- Coca cola a contribué également par la CBGN au soutien du plan Maroc vert qui vise la promotion de l'agriculture au Maroc, elle a effectué un don d'une somme globale de 10M de DH pour la lutte contre la déforestation.
- la CBGN ou Coca cola Maroc en général mise également sur les activités sportives, et n'a donc pas choisie au hasard d'être le partenaire officiel de l'équipe nationale du football, ce dernier étant le sport le plus populaire au Maroc, elle pourra ainsi gagner la sympathie des Marocains et leur amour pour ce sport.

#### ■ Publicité et média

La politique de publicité de la CBGN est désormais plus claire : Le produit de Coca Cola doit être présent partout devant les yeux du consommateur notamment à travers les spots publicitaires, les affiches, les publicités sur les lieux de vente ...cela ne paraîtra plus étonnant sachant que le budget de communication est en moyenne de 200M DH selon la filiale Coca Cola au Maroc !

Tous ces efforts qui ont été menés de la part de la CBGN portent aujourd'hui leurs fruits en termes de notoriété de la marque déjà connue comme leader de son marché. Le sponsoring de certains événements et manifestations a permis de refléter l'image que Coca Cola s'intéresse et se préoccupe de son entourage tout en donnant davantage de visibilité à cette marque.

Cette politique de communication a eu également des résultats remarquables en termes de développement des ventes et de valorisation de ses produits en l'associant à certaines valeurs, cela s'est traduit concrètement par le fait que 50% des marocains consomment du coca cola au moins une fois par jour (d'après une étude).

---

**Compagnie des Boissons Gazeuses du Nord**

---

**■ Analyse critique de la revue de presse**

Une évaluation pertinente de la revue de presse nous permettra de mesurer la pertinence de la stratégie de communication mise en place par la CBGN.

En se basant principalement sur les articles publiés sur le net on pourra se forger une idée sur le type d'informations circulées sur la CBGN et concernant principalement : les actions de parrainage et de sponsoring menées par la compagnie

Son action : l'eau potable pour tous, sa participation à la lutte contre le cancer, journée de volontariat.), ses publicités (ouvre un coca cola, ouvre le bonheur.), le lancement de nouveau produit (le jus Pulpy dédié à sa marque Miami..).

La CBGN s'est servie de la revue de presse pour comprendre le discours public la concernant et de réagir promptement. Aujourd'hui, la consultation de la revue de presse est devenue une nécessité qui lui permettra de surveiller sa notoriété, et de réagir en temps réel.

L'exemple le plus évident qui pourra justifier le rôle et l'importance de mener ce genre de surveillance est bien celui des rumeurs disant que Coca Cola Maroc y compris la CBGN utilisait un colorant représentant un danger pour la santé du consommateur, Coca cola a nié ces fausses informations à travers une large couverture médiatique, la publication et la distribution d'un communiqué de presse afin de sauver l'image de la marque !

**Retour d'entretien avec Nabil Samira (Responsable du service management)**

Bonjour madame Nabil, tout d'abord mes camarades et moi-même tenons à vous remercier pour nous avoir accueilli dans votre service qui est le service management, et pour avoir été accueillante et à l'écoute vis-à-vis de nous tous. Pour commencer cette interview, nous aimerions savoir si comme les autres entreprises vous acceptez la formation de stage ?

Nabil Samira : merci à vous, votre volonté et coriacité me laissent sans voix (rire). Alors en guise de réponse à votre question : oui, nous accordons tout autant de formation de stages que les autres entreprises si ce n'est plus. Pour nous, encourager les débutants est le premier pas vers l'accomplissement et la pérennité de l'entreprise.

Saadia : merci madame Samira, pour enchaîner, trouvez-vous que vos employés sont motivés et satisfaits du climat interne qui règne ?

Nabil Samira : oui, sans aucun doute. Nous rémunérons plutôt bien, de plus l'atmosphère interne est conviviale, tout le monde connaît tout le monde, et puis nous accordons des pauses cafés et tout ce qui va avec à nos employés que nous considérons par la même occasion comme la valeur ajoutée la plus précieuse de notre entreprise.

Saadia : tout cela est bien beau madame, mais nous aimerions nous renseigner sur votre contribution aux actions associatives, associations estudiantines éventuellement.

Nabil Samira : nous contribuons au sponsoring des événements que nous estimons caritatifs en bonne et due forme, une fois qu'on se renseigne sur l'association en question on leur verse soit une aide en nature soit en bouteilles de limonades selon nos ressources .

Saadia : pardonnez notre indiscrétion, mais pouvez-vous nous dire le type de management que vous employez ?

---

**Compagnie des Boissons Gazeuses du Nord**

---

Nabil Samira : je ne suis pas sensé répondre à cette question (rire) , mais je vais tout de même vous donner un avant goût , notre management n'est ni participatif ni autocrate , devinez par vous-même.

Saadia : nous vous sommes très reconnaissants pour le temps que vous nous avez consacré, et nous comprenons parfaitement que vous ne puissiez pas non plus tout divulguer. Nous espérons vous revoir bientôt, mille mercis.

<b><u>Conclusion</u></b>
--------------------------

Ce rapport nous a beaucoup appris, tant au niveau professionnel qu'au niveau personnel. Cependant on a eu à convaincre le responsable de la société «CBGN » d'accepter qu'on fasse notre étude au sein de cette dernière ; et de nous procurer les documents nécessaires à cette étude de cas.

Au début, on a rencontré des difficultés notamment en l'élaboration du guide d'entretien, puis on a du rencontrer, le responsable du service management qui a répondu aux différentes questions proposées au guide d'entretien.

A l'aide de ces informations on a pu élaborer ce rapport en essayant de détailler le maximum possible notre étude.

On a ainsi constaté que la CBGN est une grande structure qui donne une grande importance à la qualité de leurs produits et c'est sous forme d'un contrôle de qualité continue qui commence de la matière première (sucre granulé, co2...), la chaîne de production et aussi le contrôle de qualité du produit fini.

*The Coca-Cola Company*

---

Compagnie des Boissons Gazeuses du Nord

---

[Bibliographie](#)

Documents de l'entreprise

[Webographie](#)

<http://www.cocacola.ma/>

<http://www.coca-cola-entreprise.fr/>