



SESSION DE FORMATION AU PROFIT DES MEMBRES DU RAFEP

RÔLE DE LA TRANSFORMATION DES PRODUITS DE LA PÊCHE DANS LA CRÉATION DE VALEUR ET LE DÉVELOPPEMENT DES REVENUS DES COMMUNAUTÉS DE PÊCHE

YOUSSEF BOUAZZAOUI

Professeur à l'ISPM

Consultant en MSSA

22 FÉVRIER 2019

CONCEPT DE LA CHAÎNE DE VALEUR

- L'entreprise cherche à obtenir un avantage concurrentiel et se donne pour mission de créer de la valeur pour ses clients
- la chaîne de valeur est un outil d'analyse stratégique permettant d'identifier les différentes activités clés créatrices de valeur pour le client et génératrices de marge pour l'entreprise.

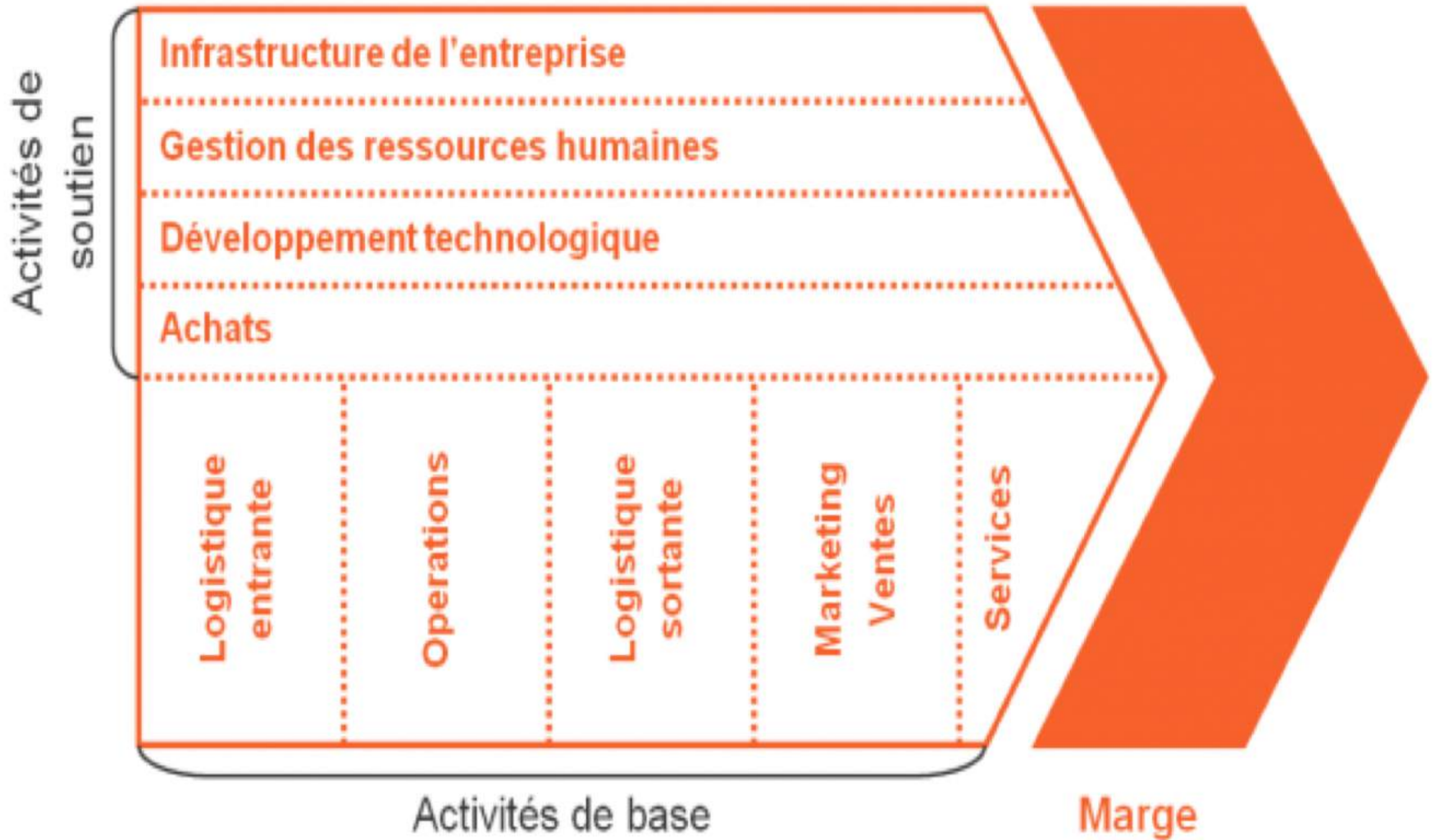
CONCEPT DE LA CHAÎNE DE VALEUR

- La notion de CV a été Mise au point par Michael Porter, professeur à l'Université d'Harvard,
- la CV repose sur l'enchaînement, la succession d'activités étape par étape, jusqu'au produit final.
- Chaque étape permet d'y ajouter de la valeur et donc de contribuer à l'avantage concurrentiel de l'organisation.

OBJECTIFS DE LA CHAÎNE DE VALEUR

1. Comprendre comment chaque maillon **crée** ou **fait perdre** de la valeur
2. Allouer les ressources et concentrer les efforts sur les activités charnières pour rendre l'entreprise plus compétitive sur son marché.

MODÈLE GÉNÉRIQUE DE LA CV



MODÈLE GÉNÉRIQUE DE LA CV

- La marge correspond à la différence entre la valeur donnée au produit ou au service et les coûts liés à sa création jusqu'à sa mise sur le marché.

ACTIVITÉS DE BASE

- Appelées aussi fonctions primaires
- Agissent directement sur la valeur ajoutée

ACTIVITÉS DE BASE

1. La logistique d'approvisionnement (logistique entrante): processus d'acquisition des ressources (sélection de mp, la manutention, la gestion des stocks, les transports)
2. Les opérations transforment la mp en pf: les machines, l'assemblage, le conditionnement, les contrôles, la maintenance

ACTIVITÉS DE BASE

3. La logistique sortante : préparation des commandes, transport, livraison, distribution au client final
4. Le marketing et les ventes : tarification, promotion, communication, publicité, vente et gestion des canaux de distribution
5. Les services permettent de maintenir la valeur du produit : l'installation, la formation à l'utilisation, l'entretien, la réparation et la gestion des pièces détachées de rechange

ACTIVITÉS DE SOUTIEN

- Appelées aussi fonction support
- Contribuent indirectement à l'ajout de la valeur au produit

ACTIVITÉS DE SOUTIEN

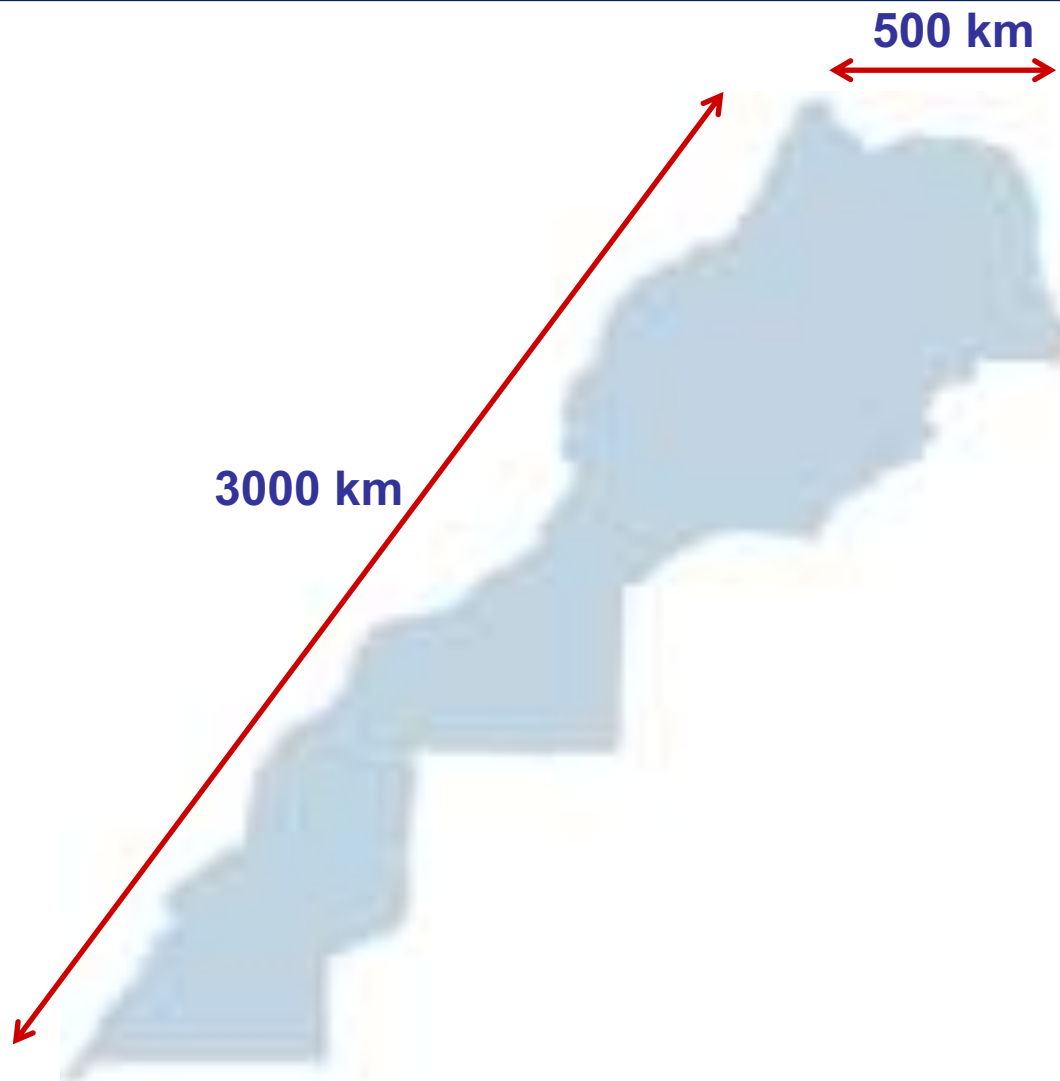
1. **L'infrastructure de l'entreprise** : la direction générale, la direction administrative et financière, la direction des affaires juridiques, le contrôle de la qualité et la planification
2. **Les ressources humaines** qui agissent sur toutes les activités de base : le recrutement, la formation et la gestion des compétences, les mécanismes de primes et d'évolutions

ACTIVITÉS DE SOUTIEN

3. **Le développement de la technologie** indispensable à la conception et au développement des produits et à la capacité d'innovation de l'entreprise : la recherche & le développement, le choix des technologies, le système d'information, les processus entreprise
4. **Les achats** : les achats de matières premières, la négociation des contrats avec les fournisseurs, la location des locaux

**ANALYSE DE LA CHAÎNE DE
VALEUR DE LA FILIÈRE DE PÊCHE
CAS DU MAROC**

REVUE DU SECTEUR DE PÊCHE AU MAROC

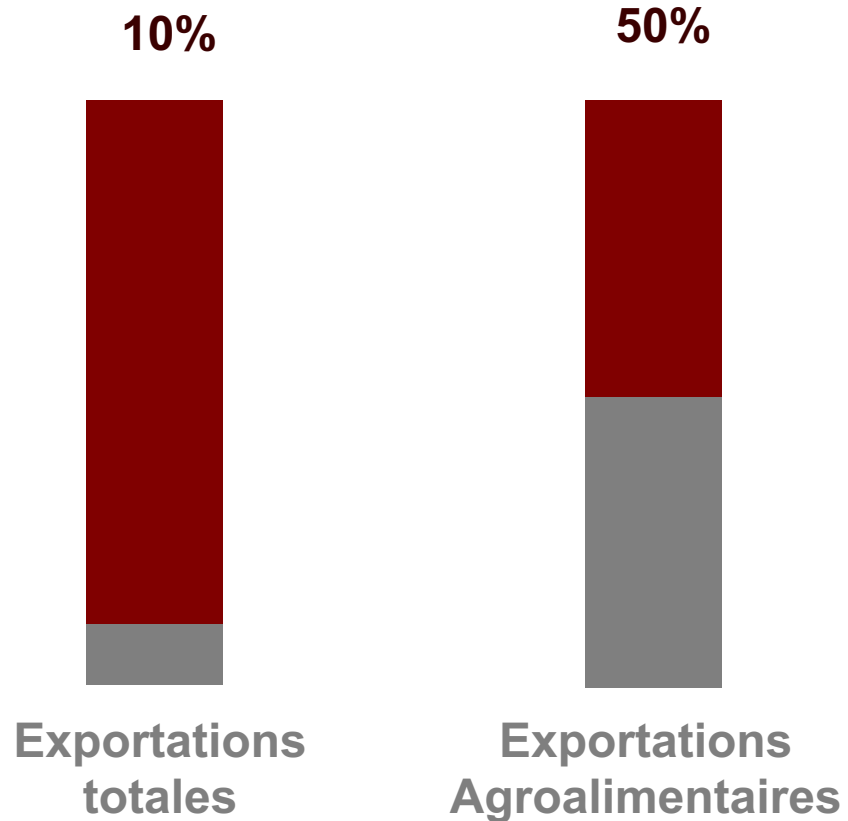
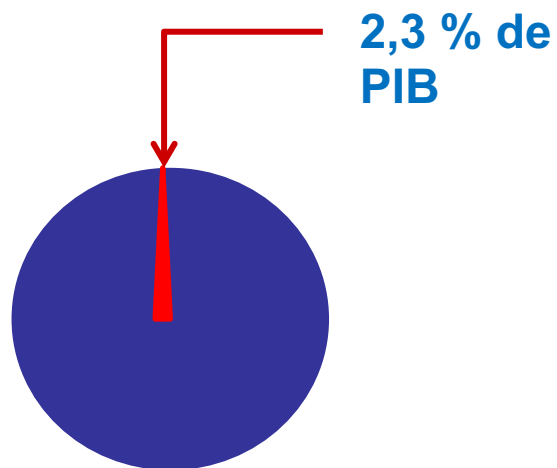


REVUE DU SECTEUR DE PÊCHE AU MAROC



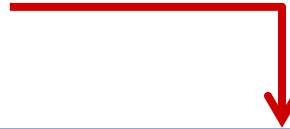
ZEE = 1,1 km²

REVUE DU SECTEUR DE PÊCHE AU MAROC



REVUE DU SECTEUR DE PÊCHE AU MAROC

Indicateurs sociaux



- **150000 emplois directs**
- **450000 emplois indirects**
- **10% de la population vit du secteur**

REVUE DU SECTEUR DE PÊCHE AU MAROC

Ressource diversifiée



**Petits
pélagiques**



**Grands
pélagiques**



Céphalopodes



Poissons blancs



Crustacés



Algues

REVUE DU SECTEUR DE PÊCHE AU MAROC

Trois segments de la filière



Pêche artisanale
14225 barques



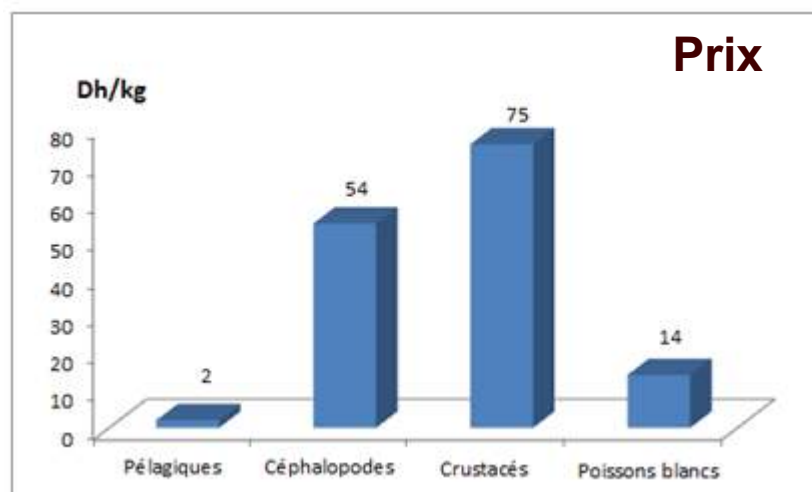
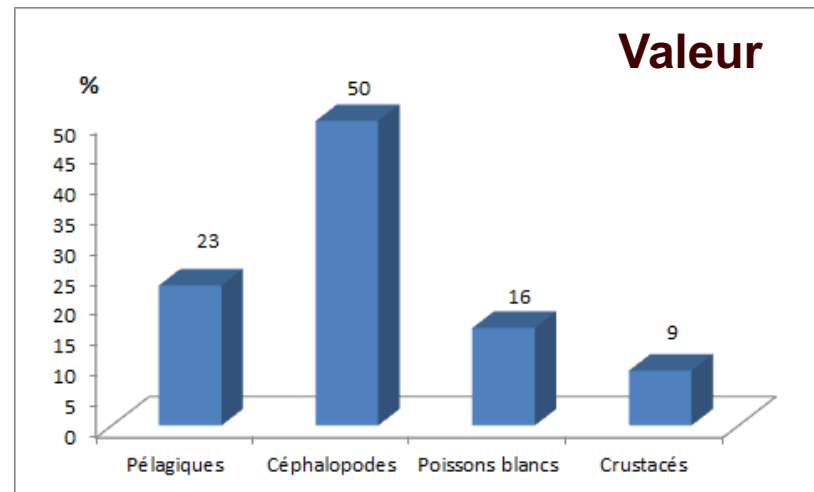
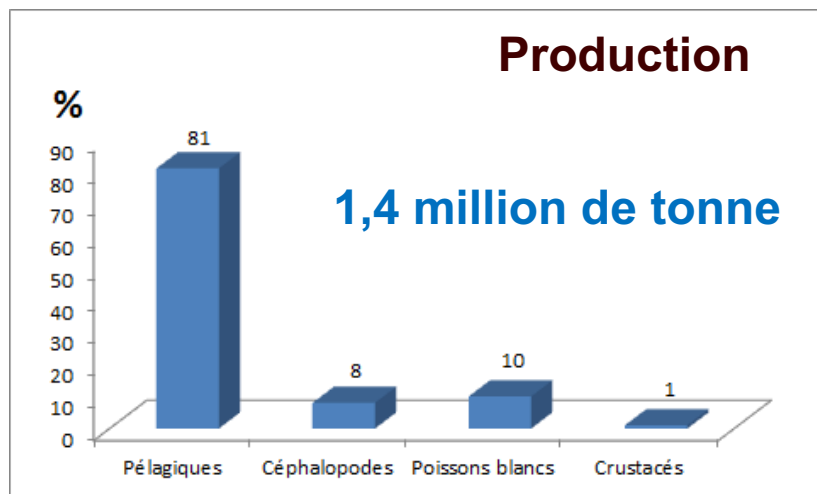
Pêche Côtière
1835 Navires côtiers



Pêche Hauturière
344 Navires
congélateurs

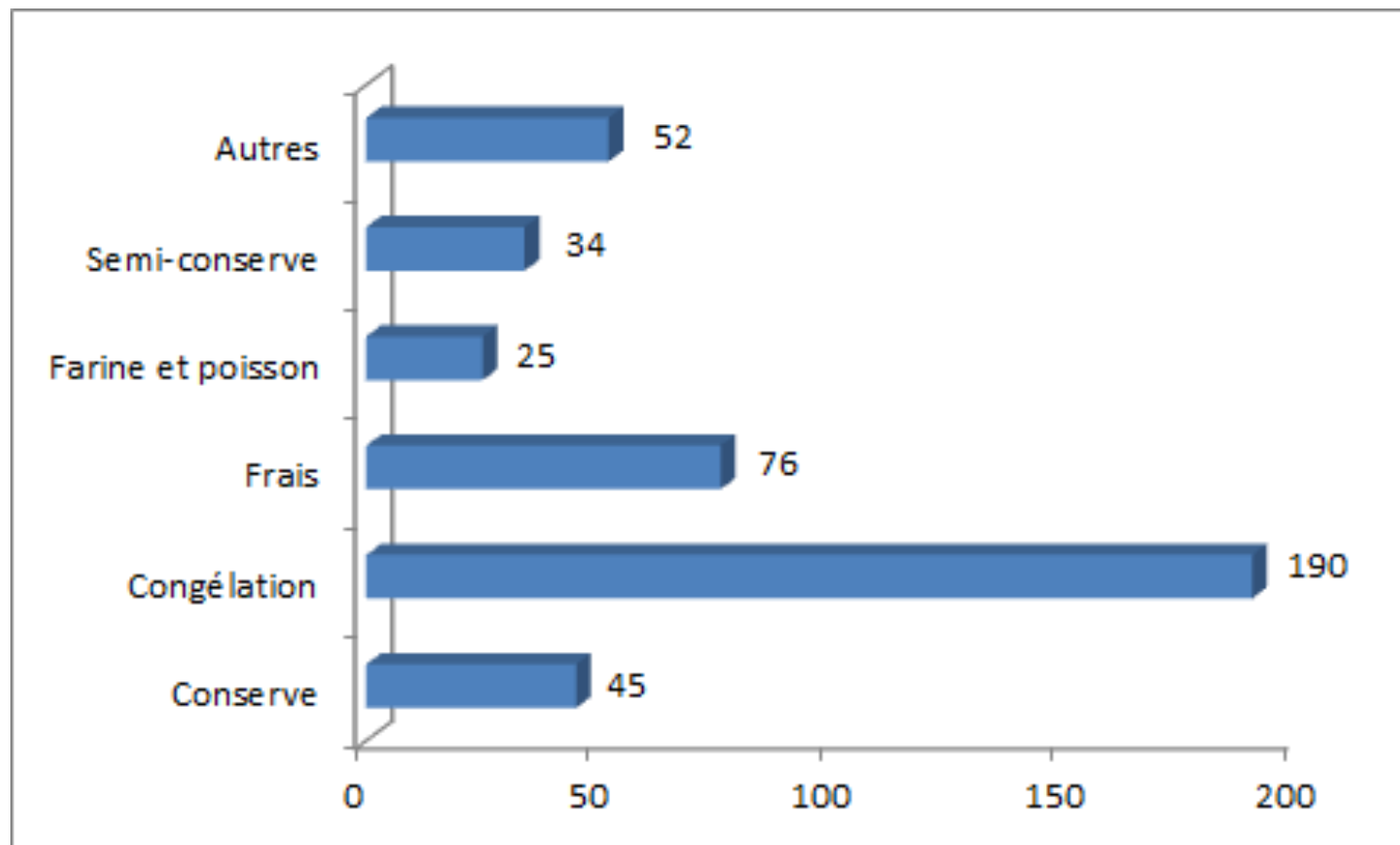
REVUE DU SECTEUR DE PÊCHE AU MAROC

Production/Valeur



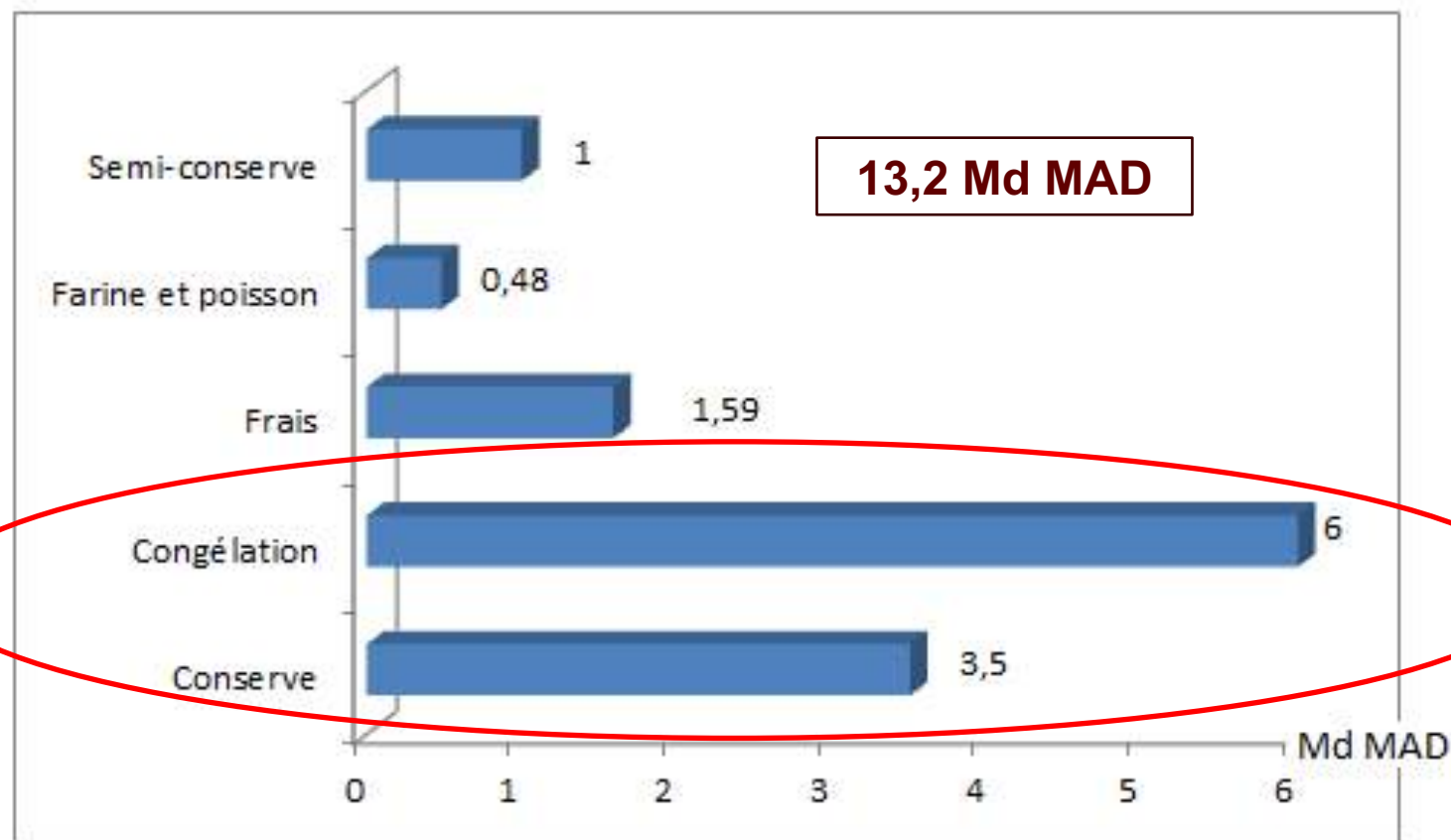
REVUE DU SECTEUR DE PÊCHE AU MAROC

Valorisation



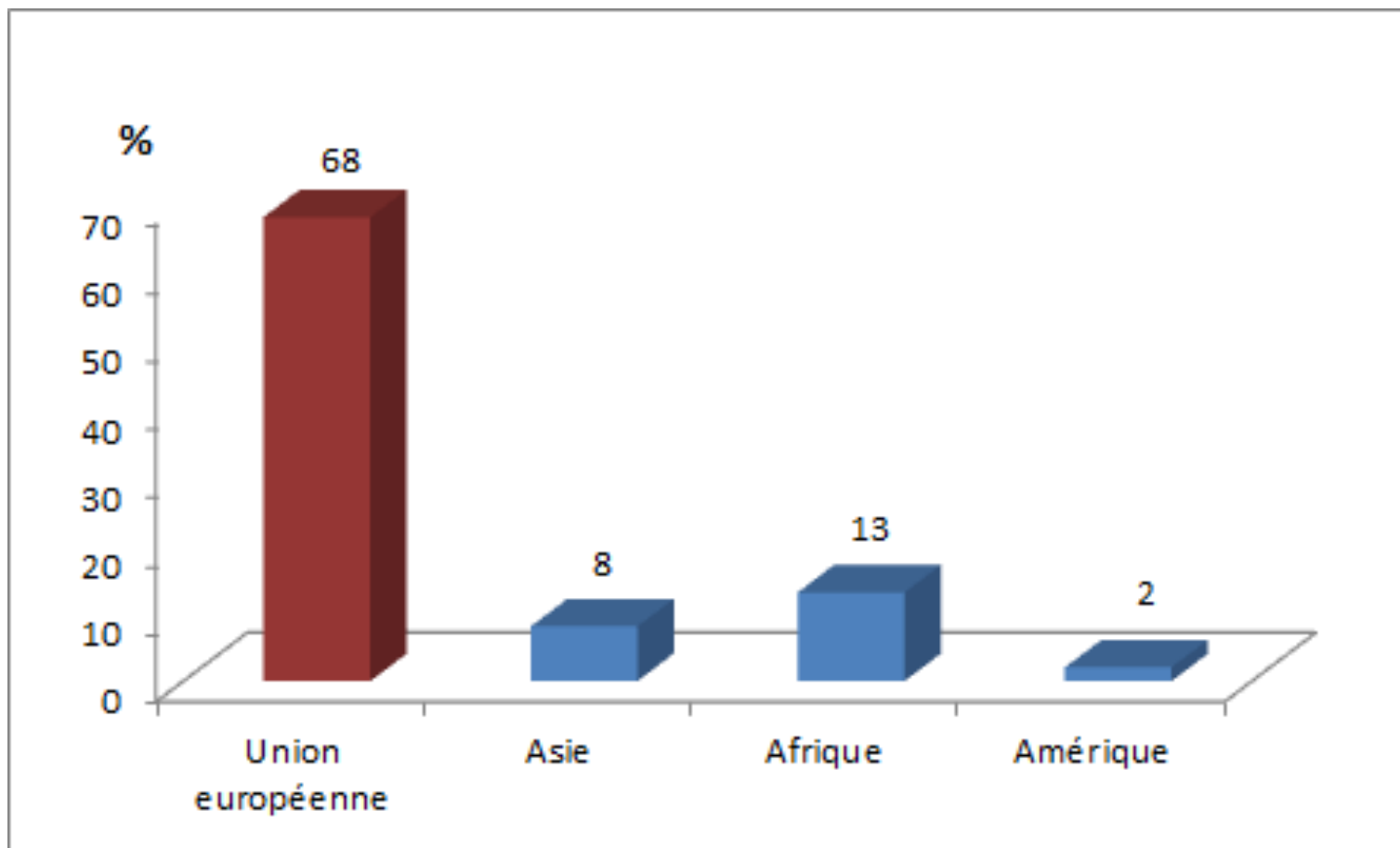
REVUE DU SECTEUR DE PÊCHE AU MAROC

CA à l'export



REVUE DU SECTEUR DE PÊCHE AU MAROC

Destinations



PLAN STRATEGIQUE



PLAN STRATEGIQUE

Objectifs à l'horizon 2020

- **Augmentation de la contribution au PIB à 21,9Md MAD**
- **Consommation de 16 kg/hab/an**
- **115000 emplois directs à terre**
- **Production de 1,66 millions de tonnes**
- **Gestion durable de la ressource**

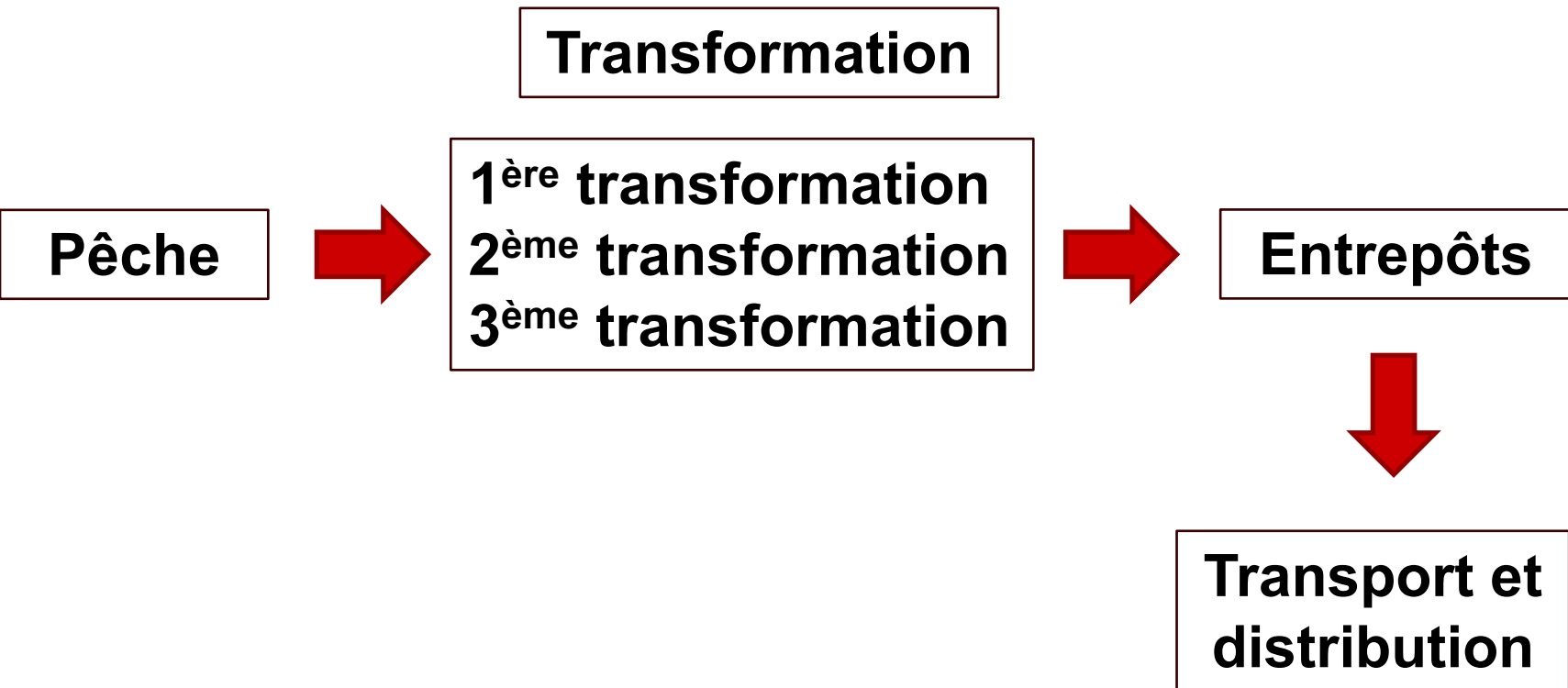
PLAN STRATEGIQUE

Trois axes stratégiques



DIAGNOSTIC DE LA FILIERE DE VPM

Structure de la filière



DIAGNOSTIC DE LA FILIERE DE VPM

Contraintes

Conserve

- Irrégularité de la mp
- Hétérogénéités (taille et qualité)
- Coûts de la main d'œuvre

DIAGNOSTIC DE LA FILIERE DE VPM

Contraintes

Semi-conserve

- **Raréfaction de la mp**
- **Etablissements sous équipés**
- **Organisation artisanale**

DIAGNOSTIC DE LA FILIERE DE VPM

Contraintes

Congélation

- **Raréfaction de la ressource**
- **Forte dépendance aux marchés classiques**

DIAGNOSTIC DE LA FILIERE DE VPM

Contraintes

Conditionnement frais

- **Coût du transport**
- **Organisation logistique/périssabilité**

DIAGNOSTIC DE LA FILIERE DE VPM

Contraintes

Farine & Huile

- **Qualité du produit fini**
- **Outil de production peu performant**
- **Technologie polluante**

DIAGNOSTIC DE LA FILIERE DE VPM

Contraintes commune

FAIBLESSE DE L'INNOVATION



Rôle de la recherche

CSVPM, ISPM, Universités....

CONCEPTS D'INNOVATION

Faire Mieux

Faire différemment

**MP différente
Autres procédés**

**Améliorer les performance
L'efficacité, la fiabilité, la
fonctionnalité.....**

Faire moins chers

**Automatisation
Changement du
design**

Faire plus vite

INNOVATION

**Réduire le cycle de
production, le nbre
d'OU, le stockage**

Faire ensemble

Faire Autre chose

**Fournir d'autres
biens ou services
Aller au-delà de
l'existant**

**Augmentation de
la synergie interne
Coopération avec
les tiers**

CONCEPTS D'INNOVATION

Liste infinie des types d'amélioration

Faire plus résistants, plus sûr, plus facile à entretenir, plus durable, plus léger, plus recyclable, plus conforme à la culture locale, plus motivant ou plus gai, ou même ne plus faire ou faire faire.....

INNOVATION ET VPM

Innovation liée à la présentation

Présentation

**Impulsion d'achat
des produits**

L'emballage doit être:

- **Cohérent avec l'image de la société**
- **Différenciation par rapport à la concurrence**
- **Dégager une valeur ajoutée**

INNOVATION ET VPM

Innovation liée à la présentation



Entières, cuites avec
barquettes standards



Décortiquées avec
MAP



Décortiquées avec
MAP + Présentation

188%

34%

284%

INNOVATION ET VPM

Gamme « heat and eat »



Prêts à l'emploi Réchauffage rapide au micro-onde



Plateau repas prêts à emploi après passage rapide au micro onde

INNOVATION ET VPM

Produits de grignotage



- Demande de produits de substitution des biscuits apéritifs et autres produits de grignotage à base de viande
- Produit permettant de combiner plaisir et santé

INNOVATION ET VPM

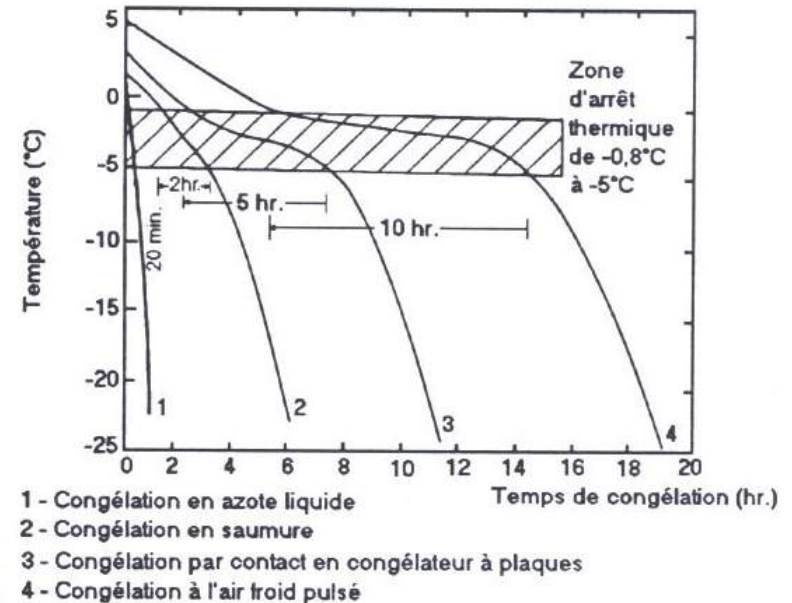
Emballage souple



Les emballages souples à base d'aluminium ont permis le développement de gammes faciles à transporter et à stocker

INNOVATION ET VPM

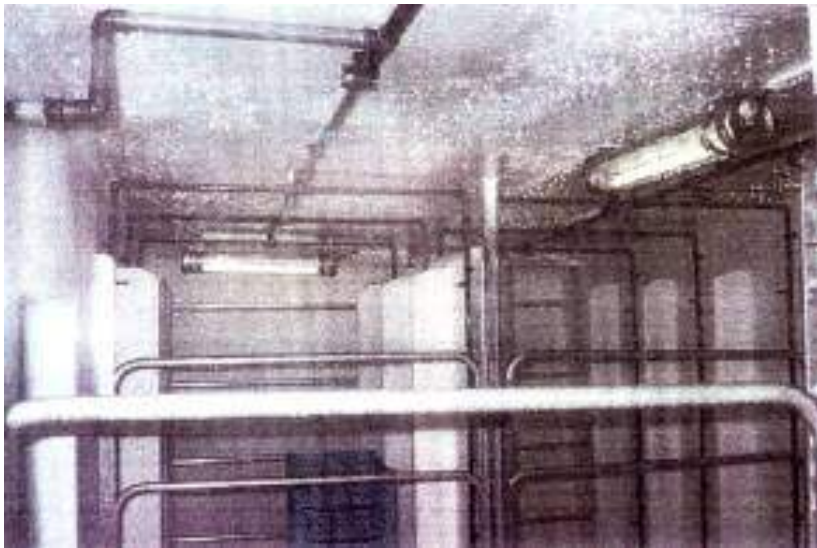
Techniques de conservation



Utilisation du froid cryogénique

INNOVATION ET VPM

Techniques de conservation



Brumisation - Système ciccocrus ©

INNOVATION ET VPM

Respect des habitudes alimentaires



Couscous aux fruits de mer en barquettes S/V

Merci pour votre attention

