# I. Introduction :

Ce chapitre nous permettra d’avoir une vue générale sur l’entreprise ENIEM comme organisme d’accueil ainsi les objectifs de notre application.

# II. ENIEM :

## II.1. Situation géographique :

L’ENIEM (Entreprise Nationale des Industries de l’Electroménager), est une entreprise publique économique de droit algérien (EPE).Son siège social se situe à la wilaya de TIZI OUZOU, les unités de productions : froid, cuisson et climatisation sont implantées à la zone industrielle AISSAT IDIR de Oued AISSI, distance de 10Km de la ville de TIZI OUZOU, la filiale sanitaire est installée à MILIANA, wilaya de AIN DEFLA et la filiale lampe à MOHAMMADIA, wilaya de MASCARA.

## II.2. Historique :

L’entreprise nationale des industries de l’électroménager ENIEM est issue de la restructuration organique de la SONELEC (société nationale de fabrication et montage du matériel électrique et électronique).

Elle a été créé en vertu du décret N°83-19 du 02 janvier 1983. L’entreprise a été chargée de la production et la commercialisation des produits électroménagers et disposait à sa création de :

* Complexe d’appareils électroménagers (CAM) de Tizi-Ouzou, entré en production en

juin 1977.

* Unité lampes de Mohammedia(ULM), entrée en production en juin 1979.

Le statut de l’ENIEM est passé d’une entreprise publique et économique (EPE) à celui d’une société par actions (SPA). Ainsi elle est passée à l’autonomie le 08 octobre 1989 avec un capital social de 40.000.00 DA. Depuis 1996, l’entreprise est organisée en unités, et filialise l’unité lampes de Mohammedia.

L’ENIEM est la première entreprise de Maghreb à être certifiée ISO 9002 depuis le premier juillet 1998 par les experts de l’association française de l’assurance de la qualité

(AFAQ), puis gratifiée en 2003 de l’ISO 9001 <<version 2000>>.

A noter que les produits ENIEM sont 0% cfc (chlorofluoro carbones), et ce depuis 1997.

Le siège social de l’entreprise se situe au chef-lieu de la wilaya de Tizi-Ouzou.

## II.3. Organigramme de l’entreprise ENIEM :

**Conseil D’administration**

**FILAMP**

**EIMS**

**Direction marketing et communication**

**Qualité et environnement**

**Direction développement et partenariat**

**Juridique**

**Direction planification et contrôle de gestion**

**Direction finances et comptabilité**

**Direction ressources humaines**

**Administration**

**Unité cuisson**

**Unité climatisation**

**Unité commerciale**

**Unité prestation technique**

**Direction de l’exploitation**

**(CAM)**

**Unité froid**

**DERECTION GENERALE**

## II.4. Organigramme de l’unité commerciale :

**Direction unité commerciale**

**Département administration et ressources humaines**

**Département finances et comptabilité**

**Département marketing et exportation**

**Département service après-vente**

**Département gestion des stocks**

**Département Ventes locales**

**Service des marchés**

**Service vente**

**Service de gestion des dépôts**

**Secrétaire direction**

**Chargé d’études**

**Principal juridique**

**Chargé d’étude juridique**

**Auditeur**

**Contrôleur de gestion**

## II.5.Organisation générale :

**II.5.1. La direction générale :**

La direction générale est dirigée par un directeur générale assisté par un assistant qualité.

Elle oriente et supervise l’ensemble des unités de l’entreprise, cette direction est subdivisée comme suit :

* Direction marketing et communication.
* Direction planification et contrôle de gestion.
* Direction développement et partenariat.
* Direction finance et comptabilité.
* Direction ressources humaines.
* Direction de l’exploitation.

**II.5.2. Le complexe d’appareils ménager (CAM) :**

Le Complexe d’Appareils Ménagers (CAM), se situe au centre de la zone Industrielle « AISSET IDIR » d’OUED- AISSI à 10 Km du centre-ville de TIZI OUZOU, il est entré en production en 1977 et se compose des unités suivantes :

* **Trois unités de production :**
* **Unité froid :** Elle s’occupe essentiellement de la production des :

- Réfrigérateurs petit et grand format ;

- Congélateurs bahuts.

* **Unité cuisson :** Est chargée de la production et du développement des produits de cuisson à gaz, électrique ou mixte et tout produit de technologie similaire (cuisinières).

**Unité climatisation :** Elle produit trois types de climatiseurs :

* Climatiseur Split Système ;
* SS430 ;
* Mono bloc.
* **Une unité commerciale :** Elle gère le côté commercial de l’entreprise.
* **Une unité de prestation technique** : Elle fournit des prestations techniques et des services nécessaires aux unités de production.
* Unité lampe de Mohammadia (ULM) entrée en production en juin 1979.
* Unité produits sanitaires, installée à Méliana wilaya de Mascara.

.

**II.5.3. La direction commerciale :**

Elle est implantée dans la zone industrielle d’Oued AISSI (wilaya de Tizi-Ouzou).

Ses activités consiste à :

* La distribution et l’exploitation des produits ENIEM.
* 05 dépôt de vente à Mascara et Ain DEFLA (Ouest) Tizi-Ouzou et HAMIZ (centre) et

Annaba (Est).

* La vente et le service après-vente (à travers ses moyens propres et un réseau d’agents agrées) plus de 2000 agents à travers le territoire national.

## II.6. Les produits :

Tous les produits ENIEM porte le label « ENIEM ».

|  |  |
| --- | --- |
| **Produits**  **FROID** | - Réfrigérateurs de petit modèle de capacité 160,240litres.  - Réfrigérateurs grand modèle 350S, 300D, 220 F et 290 C.  - Congélateurs bahut et conservateurs de 350litres, 380litres, 500litres et 520litres. |
| **Cuisinières à**  **gaz** | **-**Modèle 6000 à 4 feux.  - Modèle 6100 à 4 feux.  -Modèle 6400 luxe à 4 feux.  - Modèle 8200 à 5 feux. |
| **Climatiseurs** | - Types fenêtre de 9000 à 18000 BTU.  - Types Split système de 9000 à 18000 BTU.  - Types Split mural de 9000 à 24000 BTU.  - Des centres autonomes de climatisation |

**Tableau III.1:** les produits ENIEM.

A l’origine, ENIEM fabrique ses produits sous les marques et licences suivantes :

* **Réfrigérateurs PM** : Licence BOSCH (Allemagne), réfrigérateur GM : MITSUI et

TOSHIBA (Japon).

* **Cuisinières :** TECHNOGAZ (Italie).
* **Climatiseurs** : activités démarrées avec licence AIR WELL.
* **Machines à laver et chauffage eau** : sous contrats avec plusieurs marques.

## II.7. Le marché :

L’électroménager, en Algérie, est un secteur arrivé à maturité et par conséquent à croissance relativement faible notamment pour les produits blancs de base (réfrigérateurs, cuisinières). Le taux d’équipement des ménages est très élevé pour les équipements qui correspondent à un besoin partagé par l’ensemble des ménagés (les réfrigérateurs). Le taux d’équipement pour les appareils perçus comme indispensables (sèche-linge, machine à laver linge ou vaisselle) reste, cependant, encore faible.

La demande pour les produits ENIEM est estimée comme suit :

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Produits** | **Demande** | **Taux de**  **croissance** |
| **Réfrigérateurs** | Demande estimée à 520 000 unité/an. | **5٪** |
| **Cuisinières** | Demande estimée à 320 000 unité/an | **5٪** |
| **Climatiseurs** | Demande estimée à 250 000 unité/an. | **5٪** |

**Tableau III.2 : Estimation de la demande des produits ENIEM.**

La structure du chiffre d’affaires demeure dominée par la gamme des produits froids qui représente en moyenne 68٪ du C A.

ENIEM à quatre (04)) produits « phares » qui représentent 76٪ du chiffre d’affaires en 2010 :

|  |  |
| --- | --- |
| Réfrigérateur 350S PB | 23,3٪ |
| Cuisinière 6400 Luxe | 22,04٪ |
| Réfrigérateur 300D PB | 20,0٪ |
| Réfrigérateur 240 L PB | 10,7٪ |

**Tableau III.3 :** Produit ENIEM les plus dominants dans la structure du chiffre d’affaires.

## II.8. Déroulement de l’activité commerciale :

Le client passe sa demande du produit soit par courrier, par télégramme, par télex ou en personne qui sera réceptionné par agent désigné pour cette fonction, Un bon de commande est exigé pour tous les produits.

Après la réception de la commande, l’agent concerné établit un formulaire de réception de commande qui sera agrafé à la commande et transmis à la fonction contrôle crédit si le mode de règlement est à terme. Après visa de contrôle, le facturier vérifie la disponibilité du produit puis établi une facture BLF (bon de livraison) pour le client.

## II.9. Mission de l’entreprise ENIEM :

Dans le souci d’être parmi les géants de l’électroménager à travers le monde, l’ENIEM a engagé pour cela un certain nombre d’action qui lui permettra d’atteindre la perfection.

C’est ainsi qu’après la suppression des CFC en Avril 1997 et la certification de l’entreprise à l’Iso 9001/2008 QUALITE et ISO 14001/2004 ENVIRONNEMENT, qui en fait la première entreprise Algérienne à avoir obtenu ces labels et qui a relevé un autre défi qui porte sur l’amélioration du design de sa gamme de produits et la réduction de la consommation d’énergie.

Ainsi la politique de l’entreprise se manifeste par la ferme volonté de la direction générale à :

* Accroître la satisfaction des clients.
* Développer les compétences et la communication.
* Veiller à la réduction des coûts de non qualité par maîtrise de processus.
* Améliorer en contenu l’efficacité du système de management de la qualité.

## II.10. Les ambitions de l’entreprise :

ENIEM envisage à faire un grand pas pour s’intégrer dans la toile d’araignée en créant son propre site web dynamique, pour faciliter le contact et la communication avec ses clients et assurer un haut niveau de confiance et de service.

Pour bien nourrir cette tache elle a mis en œuvre plusieurs moyens :

* **Instauration d’un climat de confiance :** en affichant les informations élémentaires concernant l’entreprise (la présentation, les conditions générales de ventes, le mode de sécurisation des paiements mis en œuvre sur le site…)
* **Facilité de prise en contact avec l’entreprise :** en utilisant les formulaires et les consultations gratuites.
* **Actualisation du site :** Afin de mettre au courant le client d’éventuelles nouvelles productions.
* **Marketing :** Il vise à tirer les avantages de connectivités des relations en réseaux développés sur la toile entre les internautes, à diffuser, promouvoir un produit, un service, une marque ou un individu. Un phénomène de marketing réussi conduit les internautes à agir en tant que porte-parole de la marque de leur propre gré.
* **Le référencement :** consiste à indexer un site auprès des annuaires et des moteurs de recherches pour augmenter la visibilité.
* **Publicité en ligne :** La publicité est un moyen de communication, elle vise le public auquel s’adresse l’entreprise et elle a pour but d’augmenter le niveau d’information de ce public concernant l’entreprise et ses solutions. Son utilité ne s’arrête pas là, elle peut changer aussi les opinions du public ainsi renforcer leurs motivations et enfin les amener à acheter sa solution.

# III. La problématique :

Malgré l’existence de plusieurs annexes a l’échelle nationale, il n’est pas a la portée de tout le monde de se déplacer pour effectuer les achats dans cette entreprise .Ajouter au problème de déplacement l’éloignement géographique joue un rôle important dans la réduction de la clientèle, et cela est dû à l’ignorance et le manque d’informations concernent les produits, les nouveaux modèles, les prix, les promotions…etc.

En outre, la procédure d’achat reste difficile et épuisante à savoir ;se déplacer ,voir tous les modèles des produits, passer d’un service a un autre pour remplir la commande, la soumettre puis effectuer le payement par espèce ou par chèque, pour ensuite recevoir la facture et passer au magasin de stock pour la restitution de la marchandise.

L’apparition de plusieurs concurrents dans le marché électroménager implique la nécessité d’augmenter les moyens publicitaires et d’adopter de nouvelles technologies pour garder la place de l’entreprise dans ce marché.

La communication entreprise-client n’est pas optimale.

# IV. Solution proposé :

Réalisation d’une application Web qui aura pour objectif de rapprocher l’ENIEM de ses clients pour une meilleure qualité de service.

# V. Les objectifs de notre application :

Notre principal objectif du site à réaliser et de répondre aux souhaits de l’entreprise consistant à faciliter son activité de vente et s’elle d’achat pour la clientèle. Pour cela, notre système devrait assurer les points suivants :

* Permettre à des visiteurs anonymes de consulter un catalogue en ligne de tous les produits de l’entreprise avec des images et des descriptions, les prix ...etc., à tout moment et de n’importe quel endroit.
* Tout au long de sa navigation dans le catalogue, le client pourra commander les produits qu’il désire acheter avec la quantité voulue sans interrompre sa navigation, en les mettant dans un panier d’achats virtuel.
* Visualiser le contenu de son panier à tout moment et cela sans remettre en cause sa navigation, il pourra le modifier et valider en passant sa commande.
* Offrir aux clients une aisance d’accès aux informations et transactions souhaitées tel que : donner des suggestions, passer des commandes en lignes…etc.
* Facilité la tâche de l’administrateur du site quant à la mise à jour de la base de données.

# VI. Conclusion :

Ce chapitre nous a permis de décrire l’organisme d’accueil et aussi d’avoir une idée générale sur ses activités ainsi que son organisation.

Pour le chapitre qui suit, nous allons le consacrer pour l’analyse et la conception de notre application.

[I. Introduction : 39](#_Toc334396351)

[II. ENIEM : 39](#_Toc334396352)

[II.1. Situation géographique : 39](#_Toc334396353)

[II.2. Historique : 39](#_Toc334396354)

[II.3. Organigramme de l’entreprise ENIEM : 40](#_Toc334396355)

[II.4. Organigramme de l’unité commerciale : 41](#_Toc334396356)

[II.5.Organisation générale : 42](#_Toc334396357)

[II.5.1. La direction générale : 42](#_Toc334396358)

[II.5.2. Le complexe d’appareils ménager (CAM) : 42](#_Toc334396359)

[II.5.3. La direction commerciale : 43](#_Toc334396360)

[II.6. Les produits : 43](#_Toc334396361)

[II.7. Le marché : 44](#_Toc334396362)

[II.8. Déroulement de l’activité commerciale : 45](#_Toc334396363)

[II.9. Mission de l’entreprise ENIEM : 45](#_Toc334396364)

[II.10. Les ambitions de l’entreprise : 46](#_Toc334396365)

[III. La problématique : 46](#_Toc334396366)

[IV. Solution proposé : 47](#_Toc334396367)

[V. Les objectifs de notre application : 47](#_Toc334396368)

[VI. Conclusion : 47](#_Toc334396369)