

CAS PRODAS

PROPOSITION DE CORRECTION

Le cas soumis à notre réflexion porte sur la PRODAS. PRODAS est une entreprise privée industrielle spécialisée dans le domaine de la volaille et de la production d'eau minérale sous la marque LA GROTTTE.

Ayant pour finalité la recherche de profit, l'entreprise est classée dans la catégorie des moyennes entreprises car elle compte environ plus de 100 employés.

Elle adopte aujourd'hui une forme juridique SARL même si elle a démarré avec le statut d'un GIE. La société comme champ d'action géographique la sous-région et évolue dans le secteur secondaire.

La question qui se pose alors est comment PRODAS parviendra t - elle à faire face à cette rude concurrence dominée par SEDIMA qui occupe actuellement la position de leader ?

Notre travail sera axé sur la réponse chronologique aux différentes questions épluchées faisant ainsi l'objet de notre étude.

1-) Faisons le diagnostic de PRODAS

Diagnostic interne		Diagnostic externe	
FORCES	FAIBLESSES	OPPORTINUTES	MENACES
-un Gérant ambitieux -des techniciens très qualifiés -conditionnement de ses produits de bonne qualité - une gamme très large de produits - aliments granulés qui assurent une -meilleure maîtrise des quantités d'aliments consommés -respect des normes de qualité et hygiène -source très abondante -une eau de très bonne qualité et d'un gout irréprochable	-rarement de la publicité - absence de stratégie de communication -faiblesse des marges bénéficiaires. - stratégie de distribution est loin d'être efficace - faible notoriété de la grotte	-secteur avicole à forte valeur ajoutée - fidélité des clients - suivi à la lettre chacune des exigences sanitaires. -l'élevage secteur prioritaires du PSE -rééquilibrer une balance commerciale dégradée par les importations - arrêté interministérielle numéro 7717 du 24 novembre 2005 portant interdiction des importations de poulets importés.	-une rude concurrence avec la présence de SEDIMA, les Grands Moulins de Dakar, NMA Sanders -une trop grande dépendance -lèvé des interdictions des importations de viande de volaille en maïs importé -les pressions récurrentes de partenaires de l'Etat sénégalais

2-) Identifier les problèmes de management auxquels l'organisation est confrontée

PRODAS est confrontée à plusieurs difficultés dont :

- Absence notable de publicité
- absence de stratégie de communication
- marges bénéficiaires très faibles.
- stratégie de distribution est loin d'être efficace
- faible notoriété de la grotte

3-) Relevons le ou les options stratégiques retenues par l'organisation et citons au moins deux avantages et deux inconvénients

Nous avons retenu deux options stratégiques à savoir

- La diversification avec les métiers avicole et de production d'eau minérale
- Intégration totale c'est-à-dire en amont et en aval (production d'aliments, de poussins, d'œufs, poulets...)

	AVANTAGES	INCONVENIENTS
DIVERSIFICATION CONCENTRIQUE	<ul style="list-style-type: none"> ▪ permet de répartir les risques de marché (baisse de la consommation, apparition d'un produit substituable...) sur plusieurs produits. ▪ Elle permet d'exploiter un avantage compétitif sur plusieurs produits ▪ Elle permet d'exploiter des synergies lorsque les métiers sont liés dans la relation client...) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cette stratégie peut brouiller l'image et l'identité de l'entreprise aussi bien en interne pour ses salariés que pour ses clients. ▪ Plusieurs métiers impliquent plusieurs stratégies et donc des investissements démultipliés et isolés.
INTEGRATION TOTALE	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elle permet une meilleure maîtrise du processus de production puisque l'ensemble de la chaîne est sous le contrôle direct de l'entreprise. ▪ Elle assure la sécurisation des approvisionnements et l'indépendance à l'égard des fournisseurs. ▪ Elle autorise un meilleur contrôle de la 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ L'entreprise est plus complexe et plus coûteuse à gérer du fait des nombreuses étapes intégrées du processus de production (ce que l'on appelle « les coûts de coordination »).

	<p>relation avec les clients (prix pratiqués, positionnement des produits, garanties, SAV...).</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Elle permet l'absorption de la marge des fournisseurs et des distributeurs. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Risque d'avoir une organisation de la production peu réactive et peu flexible. ▪ Lourdeur des investissements à assurer tout au long du processus de production.
--	--	---

4-) Proposons les solutions permettant de résoudre les difficultés de l'organisation

-PRODAS doit mettre très rapidement une stratégie de communication et s'investir dans une campagne pour faire connaître son produit

- mettre en place une stratégie de distribution intensive surtout pour son produit la GROTTTE

- se concentrer sur les métiers porteurs pour augmenter leur marge bénéficiaire

En définitive, il apparaît au terme de notre étude que l'entreprise PRODAS a beaucoup évolué depuis sa création et parvient à se maintenir malgré la rude concurrence que reflète le secteur avicole.

Cependant pour accroître ses parts de marchés et augmenter considérablement ses profits PRODAS doit sans délai mettre une politique commerciale centrée surtout sur les deux variables du mix marketing à savoir la publicité et la distribution.

Nous pensons en fin que l'entreprise a intérêt à mettre en œuvre des démarches mercatiques pour garantir sa pérennité et mieux revoir ses métiers allant dans le sens de la spécialisation.