



Filières agro-alimentaires et stratégies d'acteurs

Objectif

Dans une économie qui se mondialise et qui s'ouvre à la concurrence, la gestion performante des entreprises et le fonctionnement des filières agro-alimentaires deviennent un enjeu stratégique. Dans les pays développés, l'introduction d'innovations récentes ainsi que l'émergence de nouveaux risques alimentaires posent des questions à tous les acteurs du système alimentaire. Dans les pays du Sud et de l'Est, le processus de libéralisation économique, qui cherche à améliorer les performances des filières agro-alimentaires, se heurte à de multiples contraintes. Cette formation vise à la fois un apprentissage des outils théoriques, et l'acquisition d'une expérience professionnelle (stages individuels et collectifs) permettant au stagiaire d'être opérationnel dès la fin de la formation.

L'option 1 analyse le fonctionnement des filières et les stratégies des entreprises, pour comprendre leurs performances. L'option 2 permet de maîtriser les outils de gestion des entreprises. Les deux options permettent d'apprendre à travailler en équipe pluridisciplinaire et de faire l'interface entre les aspects techniques et socio-économiques. Les objectifs des deux options s'articulent de la manière suivante :

Option 1 : Entreprises, filières et marchés agro-alimentaires

- **Des savoirs** : analyser le système agro-alimentaire et les différentes filières, le secteur des industries de transformation, l'environnement des entreprises.
- **Des savoir-faire** : élaborer un diagnostic stratégique d'une filière agro-alimentaire et proposer des projets stratégiques pour l'ensemble des acteurs.

Option 2 : Management agro-alimentaire

- **Des savoirs** : analyser le système agro-alimentaire, le secteur des industries de transformation ; l'environnement des entreprises.
- **Des savoir-faire** : élaborer un diagnostic stratégique et mettre en place les projets stratégiques, aussi bien pour l'ensemble de l'entreprise que pour ses différentes fonctions : finance, marketing, gestion de l'information, développement international...

Programme

Prérequis

- Mise à niveau en économie : rappel des notions fondamentales en micro-économie et gestion, macro-économie et statistique
- Mise à niveau en informatique : initiation à l'utilisation des logiciels de bureautique courants et d'internet.
- Initiation à la recherche documentaire.

Séquence 1 (options 1 et 2) : Analyse des systèmes alimentaires (octobre)

Acquisition des outils conceptuels et méthodes (théorie des systèmes, analyse concurrentielle, économie industrielle) pour bien comprendre :

- le réseau des acteurs : production, distribution, restauration ...
- les comportements alimentaires du consommateur,
- la dynamique internationale des systèmes alimentaires.

Organisation

La formation est organisée par l'IAMM. Le cursus est organisé en séquences comprenant :

- Six modules (oct. à mars) 48 crédits
- Un projet individuel 12 crédits
- Un projet de stage et stage 15 crédits
- Mémoire et soutenance 45 crédits

Un stage en milieu professionnel est obligatoire à partir de juin.

En fonction des places disponibles, les modules de janvier à mars peuvent être suivis en tant que formation courte.

Admission

Cette formation est ouverte à des participants souhaitant se spécialiser en économie agro-alimentaire, pour travailler dans des administrations publiques, des entreprises ou des organisations professionnelles.

Le niveau d'admission est le diplôme d'ingénieur ou équivalent. Pour les formations en sciences économiques, le niveau requis est Bac+4. Des équivalences peuvent être envisagées pour des candidats ayant plusieurs années d'expérience professionnelle.

Les frais de scolarité s'élèvent à 6 860 euros pour l'ensemble du Master, hors frais de voyage et de séjour.

La sélection des candidats se fait sur dossier, la date limite de réception des dossiers de candidature est le 15 Mai. Le nombre de places est de 15 par année.

Diplôme

Master of Science du CIHEAM-IAMM.

Bourses

Il existe des possibilités d'obtention de bourses ; les demandes doivent être faites avec le dossier de candidature.



Séquence 2 (option 1) : Analyse des filières et management des entreprises

• Analyse des filières agro-alimentaires (novembre)

Acquisition des approches et des outils méthodologiques permettant de maîtriser les différentes utilisations de l'approche filière, d'analyser le fonctionnement des filières et des marchés agro-alimentaires, particulièrement dans le contexte actuel de libéralisation économique.

• Management des entreprises agro-alimentaires (novembre)

Acquisition des concepts et méthodes nécessaires à la pratique de l'analyse stratégique appliquée à différents acteurs, dans différents contextes: entreprises, organisations de type associatif ou mutualiste, stratégies des firmes multinationales, stratégies de mise à niveau des entreprises agro-alimentaires des pays du Sud...

Séquence 2 bis (option 2) : Marketing et décisions commerciales (novembre, cours donné à Sup\$Agro)

Connaissance des principales fonctions du marketing, ses objectifs et ses méthodes, ses domaines d'intervention et de décisions. Approfondissement des notions de base du marketing stratégique : segmentation, positionnement, marketing mix. Etudes de cas exposant des situations dans des secteurs agro-alimentaires diversifiés.

Séquence 3 (option 1) : Marchés, politiques et négociations internationales (décembre)

Questions analytiques principales des choix publics, marchés internationaux et négociations collectives internationales. Analyses de cas et liaison entre les trois ordres de problèmes.

Séquence 3 bis (option 2) : Ingénierie financière (décembre, cours donné à SupAgro)

Analyse financière d'une entreprise et de ses performances, à travers un cas d'entreprise. Gestion du besoin en fonds de roulement et de la trésorerie. Maîtrise à moyen ou long terme des investissements. Financement des entreprises, clé de la pérennité des PME.

Séquence 4 (options 1 et 2) : Mondialisation et géostratégies agro-alimentaires (janvier)

Acquisition des connaissances, des approches et des outils d'analyse permettant de :

- Traiter les problèmes posés par le processus d'internationalisation, et ses implications sur les entreprises.
- Comprendre les dynamiques économiques régionales des différentes zones géographiques : particulièrement l'Union européenne, les pays en développement, la zone de libre échange euro-méditerranéenne, ...
- Apprécier le rôle des Institutions Internationales, et évaluer les enjeux des négociations internationales actuelles.

Séquence 5 (options 1 et 2) : Marketing et commerce international (février)

Le contenu pédagogique s'articule autour de deux grandes parties :

- Le marketing international.
- Les techniques du commerce international

Séquence 6 (option 1) : Management de la grande distribution et logistique des produits agricoles et agro-alimentaires (mars)

- Avoir une vision globale du secteur de la distribution, et comprendre les relations d'interdépendance qui lient les différents acteurs impliqués
- Comprendre le fonctionnement des différents circuits de commercialisation, et le rôle de chacun des partenaires
- Connaître les méthodes de la logistique moderne pour être capable de gérer les flux et les informations.

Séquence 6 bis (option 2) : Management stratégique (mars)

Acquisition des concepts et méthodes nécessaires à la pratique de l'analyse stratégique appliquée à différents acteurs, dans différents contextes : marchés ; entreprises; organisations de type associatif ou mutualiste ; institutions publiques.

Séquence 7 (options 1 et 2) : Préparation du dossier technique et du projet de stage (avril, mai)

- Préparation d'un dossier technique axé sur un thème en rapport avec le stage et
- Préparation d'un projet présentant les différents aspects du stage individuel.

Séquence 8 (options 1 et 2) : Stage individuel en situation professionnelle

Réalisation d'un stage individuel de 6 mois au sein d'une entreprise ou d'une institution du secteur agro-alimentaire. Ce stage est prolongé par la rédaction d'un mémoire et une soutenance pour l'obtention du diplôme.

Responsable : Abdelhamid Bencharif

Tél. : (33) (0)4 67.04.60.60

E-mail : bencharif@iamm.fr