



REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE
SCIENTIFIQUE

المدرسة الوطنية العليا للزراعة للبحرءء- الجزائر-

ECOLE NATIONALE SUPERIEURE AGRONOMIQUE EL-HARRACH – ALGER

Département : Économie Rurale

القسم : الأقتصاد الريفي

Spécialité : Management des entreprises agro-alimentaire

التخصص : تسيير الشركات الغذائية

Mémoire De Master

Pour L'obtention Du Diplôme de Master

THÈME

**La crise sanitaire a-t-elle changé les tendances de la consommation des
produits agroalimentaires ? cas des ménages de la daïra de
« Draa El Mizan ».**

Présenté par : ZOUBIRI Sofiane

Soutenu publiquement : 19 / 12 / 2024

Devant le jury composé de :

Président : M. KACI Ahcène

Professeur, ENSA, ALGER

Promotrice : M^{me} ARAB Zahira

Maître de conférences classe B, ENSA, ALGER

Co-Promotrice : M^{me} AITAMOKHTAR Smicha

Maître de conférences classe B, ENSSEA, KOLEA

Examinatrice : M^{me} NECHAR Manel

Maître de conférences classe A, ENSA, ALGER

Examinatrice : M^{me} KATMIR Houria

Maître de conférences classe B, ENSA, ALGER

Promotion : 2019 /2024

Table des matières

Dédicace

Remerciement

Résumé

Abstract

Liste des abréviations

Liste des tableaux

Liste des figures

Introduction générale 1

Chapitre01 : Comportement du consommateur et Covid-19

Introduction..... 6

Section 01 : Le Comportement du consommateur..... 7

1-1- Définition 7

1-2- Les principaux facteurs influençant le comportement du consommateur..... 9

1-2-1- Les facteurs Sociaux 9

1-2-2- Facteurs psychologiques 10

1-2-4- Facteurs culturels 11

1-2-5- Les Facteurs environnementaux..... 11

1-2-6- Les facteurs économiques 12

1-2-7- Autres facteurs 14

Section 02 : Covid-19 et le comportement du consommateur..... 15

2-1- Comportement des consommateurs en période de crise 15

2-2- L'impact de la pandémie de COVID-19 sur le comportement des consommateurs..... 16

2-3- Le comportement du consommateur pendant et après la pandémie en Algérie..... 18

Conclusion 21

Table des matières

Chapitre 02 : Évolution des prix des produits agroalimentaire en Algérie et dans le monde.	
Introduction.....	22
Section 01 : Cadre conceptuel de l'inflation.....	23
1-1- Définition de l'inflation.....	23
1-2- Les déterminants de l'inflation.....	24
1-3- Mesure de l'inflation.....	26
1-3-1- L'Indice des prix à la consommation.....	26
1-3-2- L'Indice Paasche.....	28
1-3-2-1- Calcul de l'indice Paasche.....	28
1-3-2-2- Avantage de l'Indice Paasche.....	29
1-3-2-3- Limitations et Critique.....	29
1-2-3-4- Comparaison de l'indice de Paasche avec les autres indices.....	30
Section 02 : Évolution des prix alimentaires en Algérie et au monde.....	31
1-Évolution de l'indice des prix alimentaires en Algérie et dans le monde durant la période (2010- 2024).....	31
1-1- Période de volatilité (2010-2014).....	32
1-2- Période de stabilité relative (2015-2019).....	33
1-3- Crise sanitaire et flambée des prix (2020-2022).....	33
2-Évolution du taux d'inflation au niveau mondial et en Algérie.....	35
3-Evolution de l'indice des prix des produits alimentaires dans la Wilaya de Tizi Ouzou.....	38
L'augmentation des prix des produits alimentaires a des effets directs sur le comportement des consommateurs.....	40
Conclusion.....	41
<hr/>	
Chapitre 03 : Analyse empirique du profil des consommateurs du Draa El Mizan à l'issue de la crise COVID-19	
Introduction.....	42
Section 01 : Présentation du questionnaire et de la zone d'étude.....	43
1-Méthodologie.....	43
1-1- Objectif de l'étude.....	43
1-2- Aperçu sur la zone d'étude.....	43

Table des matières

1-2-3-Choix de la zone	43
1-2-2-Situation géographique	43
1-2-3-Population.....	44
1-3- Questionnaire comme outil de collecte de données... ..	45
1-3-1- Méthode de collecte des données.....	45
1-3-2- Structure et préparation du questionnaire.....	45
1-3-2-1- Informations Générale	45
1-3-2-2- Dépenses Alimentaires et Mode d'Achat	46
1-3-2-3- Consommation Alimentaire.....	46
1-3-2-4- Prétest du questionnaire	46
1-3-3- Traitement et Analyse des Données	46
Section 2 : Analyse statistique exploratoire du profil des consommateurs résidents à la daïra de DRAA EL MIZAN	48
1-Échantillon de répondants.....	48
1-1- Analyse descriptive des informations générales de nos interviewés	48
1-1-1- Sexe	48
1-1-2- Age.....	49
1-1-3- Etat matrimonial	50
1-1-4- Taille du foyer	51
1-1-5- Niveau d'éducation	52
1-1-6- Situation professionnelle.....	52
1-1-7- Revenu... ..	54
2-1- L'analyse statistique des résultats de l'enquête	55
<u>2-1-1- Achat massifs et produits alimentaires achetés à l'annonce de la pandémie.....</u>	<u>55</u>
2-1-2- Fréquence et lieu d'achat durant les trois périodes avant, pendant et après la pandémie.	56
2-1-2-Mode d'achat en ligne.....	57
2-1-3-Le budget consacré durant les trois périodes avant, pendant et après la pandémie.....	59
2-1-5- Les pénuries	61

Table des matières

2-1-6- Les prix	65
2-1-7- Fréquence d'achat des denrées alimentaires de large consommation.....	67
• Produits laitiers	67
• Viande rouge.....	68
• Poulet	69
• Œufs.....	70
• Poisson.....	71
• Pain	72
• Céréales et Pâtes alimentaires.....	73
• Légumineuses	74
• Légumes et Fruits	75
2-1-8- Consommation alimentaire des denrées alimentaires de large consommation.....	76
• Produits laitiers	76
• Œufs.....	77
• La Viande rouge	78
• Poulet	79
• Poisson.....	80
• Céréales	81
• Pain	82
• Légumineuses	83
• Fruits et légumes.....	84
<hr/>	
Conclusion	85
Conclusion	86
Implication.....	87
Références bibliographiques	

Table des matières

Références bibliographiques.....88

Annexes

Annexe 1 : Questionnaire.....95

Annexe 2 : Statistique des produits agroalimentaires de la wilaya de TIZI OUZOU
.....111

Annexe 3 : tests statistique..... 112

Résumé

Cette étude explore l'effet de la pandémie de Covid-19 sur le comportement de consommation des denrées alimentaires chez les ménages de la daïra de Draa EL Mizan. Elle examine comment le comportement d'achat et de consommation ont évolué au cours de trois périodes, avant, pendant et après la pandémie.

Nous avons effectué une enquête en face à face avec un questionnaire auprès d'un échantillon de 221 individus. Des analyses statistiques descriptives et une analyse de correspondance multiple ont été faites. Nous avons conclu que le comportement d'achat traditionnel reste dominant, les pénuries alimentaires induites ont incité les ménages à stocker les produits alimentaires de base et à se procurer des denrées d'autres régions du pays et les habitudes de consommation ont été affectées d'une période à une autre. Cependant ces changements ne sont pas liés aux informations démographiques comme l'âge, le revenu, et le niveau d'éducation des ménages de Draa El Mizan.

Mots clés : Comportement du consommateur, Covid-19, Inflation, Produits alimentaires

Abstract

This study explores the effect of the Covid-19 pandemic on food consumption behavior among households in the Draa EL Mizan Daira. It examines how purchasing and consumption behavior evolved in three periods, before, during and after the pandemic.

We carried out a face-to-face questionnaire survey on a sample of 221 individuals. Descriptive statistical analyses and multiple correspondence analysis were performed. We concluded that traditional purchasing behavior remains dominant, induced food shortages have prompted households to stockpile staple foods and to procure items from other regions of the country, and consumption patterns have also been affected from one period to another. However, these changes are not related with demographic information such as age, income, and education level of households in Draa El Mizan.

Key words: Consumer behavior, Covid-19, Inflation, Food product

Résumé

ملخص

تستكشف هذه الدراسة تأثير جائحة كوفيد-19 على السلوك الغذائي للأسر في دائرة ذراع الميزان عبر ثلاث فترات زمنية: قبل الجائحة، أثناءها، وبعدها. شملت الدراسة عينة مكونة من 221 فرداً باستخدام استبيان وتحليلات إحصائية وصفية ومتعددة. أظهرت النتائج استمرار هيمنة السلوك الشرائي التقليدي، مع زيادة في تخزين المواد الغذائية خلال الأزمة وتغير في أنماط الاستهلاك. ومع ذلك، لم تكن هذه التغيرات مرتبطة بالعوامل الديموغرافية كالعمر، الدخل، ومستوى التعليم.

الكلمات المفتاحية: سلوك المستهلك، كوفيد-19، التضخم، المنتجات الغذائية.