

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE
SCIENTIFIQUE

Ecole National Supérieure Agronomique

المدرسة الوطنية العليا للفلاحة

Département : Economie Rurale

القسم: الاقتصاد الريفي

Spécialité : Management des Entreprises
agroalimentaires

التخصص : تسيير المؤسسات الزراعية الغذائية

Mémoire De Fin D'études

Pour L'obtention Du Diplôme Master

THEME

**Le commerce électronique des produits agroalimentaires en
Algérie : cas de la restauration hors domicile.**

Présenté par : YAHIAOUI Naziha

Soutenu le 07/07/2020

Devant le jury composé de :

Mémoire dirigé par :

Mme NECHAR Manal

Maitre de conférences classe B, ENSA

M.MOUHOUCHE Ali

Maitre de conférences classe A, ENSA

Président :

M.KACI Ahcène

Maitre de conférences classe A, ENSA

Examineurs :

Mme : AKLI Samia

Maitre de conférences classe B, ENSA

Promotion : 2015/2020

Sommaire :

DEDICACE.....	2
REMERCIEMENT.....	3
LISTE DES FIGURES.....	4
LISTE DES TABLEAUX.....	5
LISTE DES ABREVIATIONS.....	7
SOMMAIRE.....	8
INTRODUCTION GENERALE.....	9
Chapitre 01 : internet et le e-commerce	13
Introduction du chapitre.....	14
Section 1 : les concepts majeurs.....	15
Section 2 : sécurité, système de paiement et vie privée.....	23
Conclusion du chapitre.....	28
Chapitre 02 : consommation alimentaire/agroalimentaire et le e-commerce.....	29
Introduction du chapitre.....	30
Section 1 : le e-commerce et la consommation alimentaire.....	31
Section 2 : le commerce électronique et la restauration hors domicile.....	37
Conclusion du chapitre.....	44
Chapitre 03 : internet et e-commerce en Algérie.....	45
Introduction du chapitre.....	46
Section 1 : le développement des TIC et du e-commerce en Algérie.....	47
Section 2 : le commerce électronique de l'alimentaire en Algérie.....	54
Conclusion du chapitre.....	57
Chapitre 4 : présentation de l'entreprise Yassir Food.....	58
Introduction du chapitre.....	59
Section 1 : Présentation générale de l'entreprise.....	60
Section 2 : analyse SWOT et les 5 forces de porter.....	68
Conclusion du chapitre.....	71
Chapitre 05 : Enquête et analyse.....	72
Introduction du chapitre.....	73
Section 1 : méthodologie, échantillonnage et questionnaire pour l'enquête auprès des consommateurs Algérien.....	74
Section 2 : présentation et analyse des résultats de l'enquête.....	80
Conclusion du chapitre.....	112
CONCLUSION GENERALE.....	113
REFERENCES.....	116
ANNEXES.....	119
TABLE DES MATIERE.....	129
RESUME.....	132

Résumé :

Le progrès des Technologies de l'information et de la communication dans le monde, favorise le recours des consommateurs à des nouveaux modes de consommation afin de faciliter leurs vies quotidiennes.

En effet, le e-commerce connaît une expansion partout dans le monde, il est considéré comme une autre façon de consommer et de gérer ses ressources.

Ce nouveau mode de consommation impacte tous les secteurs y compris celui de l'alimentaire et de la restauration hors domicile dans tous les pays, et on peut dire que ce genre de commerce a changé les habitudes des consommateurs des biens alimentaires.

De plus, La pratique du e-commerce est largement diffusée dans la population Algérienne. Si les produits culturels, l'habillement sont aujourd'hui fréquemment achetés en ligne, les achats alimentaires sur Internet demeurent une niche malgré une augmentation significative ces dernières années.

Dans cette recherche, on a essayé de comprendre l'état du e-commerce des produits agroalimentaires en Algérie, de mettre le point sur les avantages, les freins et le rôle du e-paiement à l'achat de ces produits et d'analyser le comportement du consommateur Algérien vis-à-vis du commerce en ligne des produits issus de la restauration hors domicile.

Mots clés : E-commerce, Restauration hors domicile, Algérie, TIC, produits agroalimentaire, e-paiement, consommateur Algérien.

Summary:

The progress of information and communication technology (ICT) promote the use of consumers to new mode of consumption in order to facilitate their daily life.

Indeed, e-commerce knows an expansion all over the world, it is considered as another way of consuming and managing its resources.

This new mode of consumption has an impact on all sectors including food and out-of-home catering in all countries, and we can say that this kind of commerce has changed the habits of consumers of food products.

In addition, the practice of e-commerce is widely disseminated among the Algerian population. While cultural products and clothing are frequently purchased online today, food purchases on the Internet remain a niche despite a significant increase in recent years.

In this research, we tried to understand the state of e-commerce of Agri-food products in Algeria, to focus on the advantages, the brakes and the role of e-payment for the purchase of these products and to analyse the behaviour of the Algerian consumer concerning the online trade in products from out-of-home catering.

Key words: e-commerce, Out-home-catering, Algeria, ICT, Agri-food products, e-payment, Algerian consumer.

ملخص:

يساهم تطور تكنولوجيا الاعلام والاتصال في العالم اللجوء الى طرق جديدة للاستهلاك وذلك لتسهيل الحياة اليومية للمستهلك وبالتالي تتوسع التجارة الالكترونية في جميع انحاء العالم، وتعتبر طريقة أخرى لاستهلاك مواردها وإدارتها. هذا النمط الجديد من الاستهلاك له تأثير على جميع القطاعات بما في ذلك الغذاء والمطاعم خارج المنزل في جميع البلدان، ويمكن القول إن هذا النوع من التجارة قد غير عادات مستهلكي المنتجات الغذائية.

بالإضافة إلى ذلك، تنتشر ممارسة التجارة الإلكترونية على نطاق واسع بين السكان الجزائريين. بينما يتم شراء المنتجات والملابس بشكل متكرر عبر الإنترنت. اليوم، لا تزال مشتريات الطعام على الإنترنت متخصصة على الرغم من الزيادة الكبيرة في السنوات الأخيرة.

حاولنا في هذه الدراسة فهم حالة التجارة الإلكترونية لمنتجات الأغذية الزراعية في الجزائر، والتركيز على المزايا والمعوقات، ودور الدفع الإلكتروني لشراء هذه المنتجات وتحليل سلوك المستهلك الجزائري تجاه التجارة عبر الإنترنت فيما يخص مأكولات المطاعم.

الكلمات المفتاحية: التجارة الالكترونية-مأكولات المطاعم-الجزائر-المنتجات الغذائية-تكنولوجيا الاعلام والاتصال-منتجات الأغذية الزراعية-الدفع الالكتروني-المستهلك الجزائري.