



REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET
POPULAIRE
الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
Ministère de l'Enseignement Supérieure et de la Recherche
Scientifique
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ecole Nationale Supérieure Agronomique

Département : Economie Rurale

Spécialité : Management des Entreprises Agro-Alimentaires

المدرسة الوطنية العليا للفلاحة

القسم: الاقتصاد الريفي

التخصص: تسيير المؤسسات الزراعية الغذائية

*Mémoire De Fin d'Etudes
Pour L'Obtention Du Diplôme de Master*

THEME :

**Les Technologies Numériques au
service de la Gestion des Entreprises
Agro-Alimentaires: Applications,
Services, Profits.**

Présenté par : NETIFA Salah Eddine

Soutenu publiquement le : 17/11/2022

Devant le jury composé de :

Président : **Mr. DJEBBARA Madjid** Maitre-Assistant classe A, ENSA d'Alger

Promoteur : **Mr. KIHAL Omar** Maitre de conférences classe A, ENSA d'Alger

Co-Promoteur : **Mr. MOUHOUCHE Ali** Maitre de conférences classe A, ENSA d'Alger

Examineur : **Mme. HAMADOU-BOUCHAFAA Bahia** Maitre de conférences classe A, ENP d'Alger

Promotion : 2019/2022

TABLE DES MATIERES

LA LISTE DES TABLEAUX

LA LISTE DES FIGURES

LA LISTE DES ABREVIATIONS

INTRODUCTION GENERALE.....1

CHAPITRE 1 : LE DEVELOPPEMENT DES TECHNOLOGIES NUMERIQUE.....5

Introduction du chapitre 1.....5

Section 1 : le concept de la technologie numérique5

I. Définitions et terminologie5

a- Terminologie de technologies entre le NTIC, TIC et le numérique 5

b- Définitions et concepts 6

II. Historique de la technologie numérique12

Section 2 : L'évolution des technologies numériques entre le web1.0, web2.0 et le web3.014

I. Le web1.0 : modèle de la nouvelle économie commencer par l'E-commerce14

II. Le web2.0 : l'entreprise dans la bulle d'internet.....16

a- Les principes de web2.0 17

b- Les applications numériques pour le web2.0 18

c- L'entreprise en mode 2.0 et le e-entreprise 19

III. Le web3.0 le futur des données sémantiques22

a- Les propriétés du Web 3.0 22

Conclusion du chapitre 0124

CHAPITRE 2 : LES TECHNOLOGIES NUMERIQUES AU SERVICE DE LA GESTION (MANAGEMENT) ET L'ECONOMIE.....25

Introduction du chapitre 2.....25

Section 1 : Définition et articulation théorique des concepts sur l'e-management.....25

I. Définitions et terminologie25

a- Terminologie : entre la gestion et le management 25

b- Définitions et concepts 25

II. Entre le management classique et le management digital (e-management)27

a- Du management au management de l'entreprise étendue: 27

b- Du management de l'entreprise étendue à l'e-management 30

Section 2 : Les applications des technologies numériques dans différentes disciplines managériales.....31

I. Disciplines du Management et de la Gestion31

II. Les applications numériques et leurs services et profits dans différentes disciplines du management33

a- Dans le marketing et le commerce 33

b- Organisation et communication dans les ressources humaines 47

b- Dans la finance et la comptabilité 54

c- Dans l'approvisionnement et la logistique ou « supply chain » 58

Conclusion du chapitre 0262

CHAPITRE 3 : LES TECHNOLOGIES NUMERIQUES DANS LA GESTION DES ENTREPRISES AGROALIMENTAIRES EN ALGERIE63

Introduction du chapitre 03.....63

Section 1 : Etat des lieux : Le secteur agro-alimentaire en Algérie63

Introduction63

- Classement de secteur IAA dans la nomenclature 64

I. L'activité économique de secteur IAA64

a- Le nombre d'industries enregistrées au niveau du CNRC 64

b- Evolution du chiffre d'affaires 65

c- Evolution de la valeur ajoutée 66

d- La répartition des IAA par secteur d'activité 66

e- La répartition régionale des IAA 67

f- Répartition des IAA par wilaya 68

II. Impact socio-économique de secteur IAA68

III. L'analyse SWOT de la sphère agroalimentaire69

a- Définition de l'analyse SWOT 69

b- Le diagnostic interne 69

c- Le diagnostic externe 69

d- Analyse de la matrice de secteur agroalimentaire Algérienne 70

Section 2 : Etude empirique: L'impact des technologies numériques (TIC) sur la performance managériale des grandes entreprises de secteur agroalimentaire en Algérie72

I. Méthodologie et présentation de la recherche72

a- Objectif de la recherche 72

b- Outil de recherche 72

c- La population de recherche et de l'échantillon..... 74

d- Les méthodes statistiques 77

II. Analyser et expliquer les données du terrain78

a- Mesurer les variables 78

b- La fiabilité du questionnaire 78

c- Etude de la corrélation entre les variables 79

d- Analyse d'hypothèses 80

III. Conclusion de la recherche87

Conclusion du chapitre 03	88
CONCLUSION GENERALE.....	!89
REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES	90
LES ANNEXES	97
RESUME	108

ملخص:

تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أو التكنولوجيا الرقمية، بوصفها أداة لتجهيز المعلومات الرقمية وتعميمها، تساعد على تحسين التنسيق بين مختلف وحدات الإدارة، وتبين دراسات عديدة أن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يبسر تحويل المعلومات وتداولها، وأن بفضل أدواتها واستخدامها لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في أي وقت وفي كل مكان يمكن للشركة الوصول إلى المعلومات والتعامل مع التغيرات في المنافسة المرتبطة بالبيئة.

وتتيح هذه التكنولوجيا لشركة الأغذية الزراعية أن تتمتع بقدر أكبر من المرونة الإدارية وتيسر تنفيذ المهام. من المهم أن تعتمد الشركات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لضمان بقائها وإدارة المشاريع الجديدة على نحو أفضل مع التقليل إلى أدنى حد من مقاومة التغييرات الجديدة في الشركات؛ فهم كيفية تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على التغيير الإداري. لقد حاولنا دراسة ووصف العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أو التقنيات الرقمية والأداء الإداري للشركات في قطاع الأغذية الزراعية في الجزائر.

كلمات مفتاحية:

الرقمية, تكنولوجيا, تكنولوجيا المعلومات والاتصالات, التسيير (الإدارة), ويب, الغذائية-الزراعية, الشركة, تطبيقات, الانترنت, التسويق, التجارة الالكترونية, قطاع.

Résumé :

Les Technologies de l'information et de la communication, en tant qu'outil de traitement et de circulation de l'information numérisée, participent à la mise en place d'une meilleure coordination entre les différentes unités de la gestion, contribuent ainsi à faciliter le changement managérial ; Plusieurs études montrent que l'usage des TIC facilite la transformation, la circulation de l'information et que grâce à ses outils, c'est à tout moment et partout que l'entreprise peut accéder aux informations et faire face aux mutations de la concurrence liée à l'environnement.

Ces technologies permettent à l'entreprise agro-alimentaire d'avoir une plus grande flexibilité managériale et facilitent l'exécution des tâches. Il est important pour les entreprises d'adopter des TIC pour assurer leurs survis et de mieux gérer les nouveaux projets tout en minimisant les résistances aux nouveaux changements dans les entreprises ; Pour comprendre comment les technologies de l'information et de la communication agissent sur le changement managérial. Nous avons essayé d'étudier et décrire la relation entre les technologies de l'information et de la communication (TIC) ou bien Les technologies numériques et la performance managériale des entreprises du secteur agroalimentaire en Algérie.

Mots clés :

Numérique, Technologie, TIC, Management, Web, Agro-Alimentaire, Entreprise, Applications, Internet, Marketing, E-commerce, Secteur.

Abstract :

Information and Communication Technologies or Digital Technologies, as a tool for the processing and circulation of digitised information, help to establish better coordination between the various management units, Several studies show that the use of ICTs facilitates the transformation and circulation of information and that, thanks to its tools, the use of ICT It is at any time and everywhere that the company can access information and cope with changes in competition linked to the environment.

These technologies allow the agri-food company to have greater managerial flexibility and facilitate the execution of tasks. It is important for companies to adopt ICTs to ensure their survival and to better manage new projects while minimizing resistance to new changes in companies; To understand how information and communication technologies affect managerial change. We have tried to study and describe the relationship between information and communication technologies (ICT) or digital technologies and the managerial performance of companies in the agri-food sector in Algeria.

Keywords:

Digital, Technology, ICT, Management, Web, Agro-Food, Business, Applications, Internet, Marketing, E-commerce, Sector.