

Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou
Faculté des sciences biologiques et agronomiques



Domaine : Sciences de la Nature et de la Vie (SNV)

Filière : Sciences Alimentaires

Master 1 : Sécurité Agroalimentaire et Assurance Qualité

Thème :

**Contribution à l'étude du modèle alimentaire de
consommation hors domicile
Cas de ville de Tizi-Ouzou.**

Realisé par :

- CHIKHI HAFSA FAHIMA
- CHACHOUR ZAHRA

Membres du jury :

Mr. SIFER KAMAL Encadreur

Mr. HACHIMI SI-TAYEB Président

Mr. OUNNACI REZKI Examineur

2020 - 2021

Remerciements :

Nous tenons à remercier nos familles qui nous ont soutenues et encouragés, ainsi que notre promoteur Mr SIFER KAMEL de nous avoir encadrés et guidés tout au long de notre travail.

Nous adressons notre sincère remerciement à :

✚ Monsieur HACHIMI SI-TAYEB le président

✚ Monsieur OUNNACI REZKI l'examineur

Résumé :

Le développement de l'activité salariée et l'urbanisation croissante des populations, le secteur de la restauration hors domicile a connu un essor et devenu un phénomène moderne.

Des lieux de vie loin des lieux de travail provoque un manque de temps consacré aux repas et d'attachement aux loisirs est incluse dans le développement de ce phénomène.

La consommation hors domicile est plus observée dans les pays développés et s'intègre de plus en plus dans les pays en voie de développements.

La restauration hors domicile en Algérie est en plein développement économique et sociale qui est remarqué dans les changements des pratiques et du comportement alimentaire des consommateurs Algériens.

Tout individu a des besoins alimentaires qui dépendent de son sexe, son âge, son mode de vie, et son activité physique. Une bonne alimentation résulte surtout dans la régularité des repas équilibrés par rapport aux dégâts causés par des repas déséquilibrés.

Les mots clés : La restauration hors domicile, modèle de consommation, pratique alimentaire.

Liste des abréviations :

RHD : Restauration hors domicile

RHF : Restauration hors foyer

MCA : Modèle de consommation alimentaire

MAN : Modèle agro-nutritionnel

FAO : Food and Agriculture Organisation of the United Nations(Organisation des nations unies pour l'alimentation et l'agriculture).

ONS : Office National des Statistiques.

CNIS : Conseil National de l'Information Statistique.

OMS : Organisation Mondiale de la Santé

IFPRI: The International Food Policy Research Institute.

Kcal : Kilocalorie

KFC : Kentucky Fried Chicken

CSP : Catégorie SocioProfessionnelle

EBC :EuropeanBrewry Convention

RCM : Restauration Commerciale

RCL : Restauration Collective

Liste des graphes :

Graphe 1 : Fréquence de prises de repas.

Liste des tableaux :

Tableau 1 : Répartition du budget et temps.

Liste des schémas :

Schéma n°1 : la structure du secteur de la restauration hors domicile

Schéma n°2 : Notion de modèle de consommation alimentaire

Sommaire

Introduction

Chapitre I : Les notions utilisées pour comprendre la consommation alimentaire

1. Généralité
 - 1.1 Définition de certaines notions :
 - 1.2 Les types de restauration hors domicile
 - 1.3 Le modèle de consommation alimentaire
 - 1.4 La notion de sécurité agroalimentaire

Chapitre II : Le modèle de consommation en Algérie et les facteurs influençant son évolution.

1. Le modèle de consommation en Algérie
2. Le modèle de consommation en Algérie
3. Lois de la consommation alimentaire dans une société en consommation croissante
4. La maison reste le lieu privilégié du repas
5. Facteurs à l'origine à l'évaluation du modèle de consommation alimentaire
6. Les modèles socioculturels
7. La place de la restauration rapide
8. L'évolution de la restauration hors domicile

Chapitre III : Les méthodes de recueil d'informations et communication des hypothèses

1. Les méthodes de recueil d'informations
2. Les changements socio-économiques
3. Résultat statistiques
4. Les 9 principaux éléments négligés de la sécurité alimentaire dans la restauration
5. Les principaux risques alimentaires qui menacent la santé
6. La crise d'eau qui menace l'Algérie
7. La crise sanitaire Covid-19 qui a frappé l'Algérie
8. La consommation des Algériens au début de l'alerte du Covid-19
9. Service de livraison qui facilite la vie quotidienne
10. La loi 0903 du 25 février 2009 relative à la protection du consommateur

Conclusion

Bibliographie

Introduction :

Selon OUSLIMANI OUZNA : « La consommation alimentaire est un sujet qui évolue dans le temps et qui est dépendant de différents facteurs économiques et sociaux. Par ailleurs on constate que la fonction alimentaire est satisfaite de manière de plus en plus directe et globale. La restauration à domicile qui implique l'achat d'aliment, leurs préparations et leurs services décline, tan dis que la restauration hors domicile progresse. »

La restauration hors foyer est un phénomène socio-économique qui a amplement développé au fil du temps, particulièrement dans les pays développés, ainsi elle occupe une place de plus en plus importante dans la chaîne agro-alimentaire.

Ce développement est caractérisé par les changements sociologiques qui ont marqué ces pays, tels que :

- L'évolution de modèle de consommation ;
- L'urbanisation et le développement économique ;
- Le développement de l'activité professionnelle des femmes ;
- Les changements sociologiques qui sont caractérisées par le développement de salariat ;
- L'allongement des trajets entre le domicile et le lieu de travail.

Ce nouveau comportement a été étudié à travers des recherches, ainsi grâce au domaine de la statistique des résultats ont été trouver et nous montrent le développement de la consommation hors domicile dans les pays développés.

Selon O.Ouzna : « Aujourd'hui la restauration hors domicile aux Etats – Unis représente 50% des dépenses alimentaires totales des ménages, en France 27%, en Grande Bretagne 28%. »

Pour le bon fonctionnement du corps et pour être en bonne santé, nous avons besoin d'une certaine proportion de glucides, de lipides, de protéines, de vitamines et minéraux.

La nourriture des restaurants rapide est souvent très riche en mauvaises source nutritionnelle mais pas assez pour les bonnes sources. Généralement ce type d'alimentation est trop riche en : gras, sucre et en sel ainsi qu'en produits chimique industriels. Mais aussi pauvre en : fibre végétales et en vitamines.

Les repas offerts par la restauration rapide sont connus par leur déséquilibre nutritionnel. Ces conséquences se traduisent par un mal-être. Les effets les plus graves se manifestent à court terme et à long terme (maladies cardiovasculaires, surpoids,...).

Selon O.Ouzna : « D'après une étude suédoise, un régime alimentaire fast-food tenu dans tous les repas pendant un mois peut se révéler dévastateur pour le foie, et de façon plus inattendue, permettrait de produire du "bon cholestérol »

Aussi : « La restauration rapide satisfait un autre besoin essentiel de notre société moderne, c'est-à-dire les plats servis très rapidement, la possibilité d'emporter sa nourriture, correspond aux attentes d'une clientèle suractivée et pressée. »

Les problématiques :

- Quelle est la place qu'occupe la restauration hors domicile en Algérie?
- Quelles sont les particularités socio-économiques qui ont le plus d'incidences sur le développement de la restauration hors domicile ?
- Ce nouveau comportement présente-t-il un risque ou des effets sur la santé des consommateurs ?
- Quelles sont les changements que la Covid-19 a causés dans le comportement des consommateurs dans la consommation hors domicile ?

A partir de ces problématiques, nous déduisons les hypothèses suivantes :

- La restauration hors domicile connaît une large fréquentation de la population de différentes catégories.
- Le comportement des consommateurs est influencé par plusieurs caractéristiques socio-économiques, comme : l'urbanisation, le développement du travail féminin, l'éloignement du lieu de travail et même lieu d'étude, génération du salariat.

- Des effets qui menacent la santé du consommateur est présente due au manque d'hygiène.
- Des changements dus à la Covid-19, les consommateurs sont prêt pour se faire livrer à domicile.

Notre mémoire bibliographique est composé de trois chapitres qui se résument comme suit :

- ✓ **Chapitre I** : Introduit une généralité sur les notions qui permettent de comprendre la consommation alimentaire.
- ✓ **Chapitre II** : Résumera le concept du modèle de consommation en Algérie et les facteurs qui influencent son évolution au sein de la population.
- ✓ **Chapitre III** : Présentera les différentes méthodes de recueils d'informations sur l'alimentation et les pratiques alimentaires des ménages.

Chapitre I

**Notions utilisées pour comprendre la consommation
alimentaire**

1. Généralités

1.1. Définition de certaines notions

1.1.1 La restauration hors domicile (RHD)

Est un secteur économique englobant les modes de restauration se faisant en dehors du domicile. Ainsi sont concernés la restauration commerciale c'est-à-dire : cafétéria, fast-food, restaurant, sandwicherie, ainsi que la restauration collective comprenant les cantines, restaurant d'entreprise, s'ajoutent le snacking en libre service : boitier repas lunch box, sandwichs emballés et salades préparées prêts à l'emploi.

1.1.2 Restaurant

Est un placement de commerce où l'on offre des plats préparés généralement par un chef cuisinier et des boissons à consommer sur place en échange d'un paiement. Cet établissement comporte une diversité des types de cuisines locaux ainsi qu'étrangères, il présente un confort pour les clients. Parmi les restaurations qui existent : restauration gastronomique, restauration rapide.

1.1.3 Cafétéria

Lieu public de restauration où l'on sert du café et des boissons non alcoolisées, dont le concept est le libre-service c'est-à-dire que le consommateur se sert lui-même à l'aide de plateaux individuels. On les retrouve dans les entreprises, établissements, infrastructures culturelles. Les cafétérias peuvent être ouvertes au grand public ou bien privées à la personne.

1.1.4 Fast-food

Est un mode de restauration qui sert des plats rapides ou à emporter afin de faire gagner du temps aux consommateurs. Ce concept a été créé pour les travailleurs pour qu'ils puissent manger rapidement au travail. On y trouve des sandwichs, hamburger accompagné de frites, des pizzas, hot-dog et des boissons.

1.1.5 Cantine

Est un service subventionné où les personnes mangent et boivent en collectivité, la différence entre les cantines et les restaurants est que l'offre de nourriture en cantine est gratuit.

1.1.6 Les ménages

Dans le secteur économique et selon l'INSSEE définit un ménage comme l'ensemble des occupants d'un même logement, considéré comme résidence principale, sans que ces

personnes soient nécessairement unies par des liens de parenté, et peut être composé d'une seule personne.

1.1.7 Le consommateur

Est un individu qui achète, ou qui a la capacité d'acheter des biens et services offerts en vente dans le but de satisfaire des besoins, des souhaits, des désirs à titre personnel ou pour son ménage.

1.2 Les types de restauration hors domicile

1.2.1 La restauration collective (RCL) :

Elle représente environ 25% des revenus de la RHD, soit près de 4 milliard de repas servis par an (11 million de repas par jour), après la restauration commerciale mais au même volume de repas.

1.2.2 La restauration commerciale (RCM) :

Elle regroupe tous les établissements ayant pour but de gagner de l'argent au travers des prestations fournies aux clients. C'est un secteur en évolution permanente, la capacité d'adaptation est indispensable. Elle permet à chaque établissement de répondre aux attentes multiples d'une clientèle ayant des besoins spécifiques et une soif constante de nouveauté.

1.2.3. Les trois grands modèles de consommation en restauration commerciale :

On distingue trois types de repas selon les habitudes alimentaires des consommateurs :

- Le repas de nutrition : Le consommateur cherche avant tout à couvrir ses besoins physiologiques, c'est le repas pris rapidement à la pose déjeuné de midi d'une durée de 30 à 45 minutes maximum. Ce type de repas représente 59% des repas servis en restauration commerciale.
- Le repas d'affaire : Ce type ne représente plus que 1% des repas servis en restauration commerciale. Il se passe essentiellement dans les établissements les plus prestigieux.
- Le repas de loisir : Il représente 40% des repas servis en restauration commerciale, ce sont les repas pris pendant les sorties privées, entre amis ou en famille.

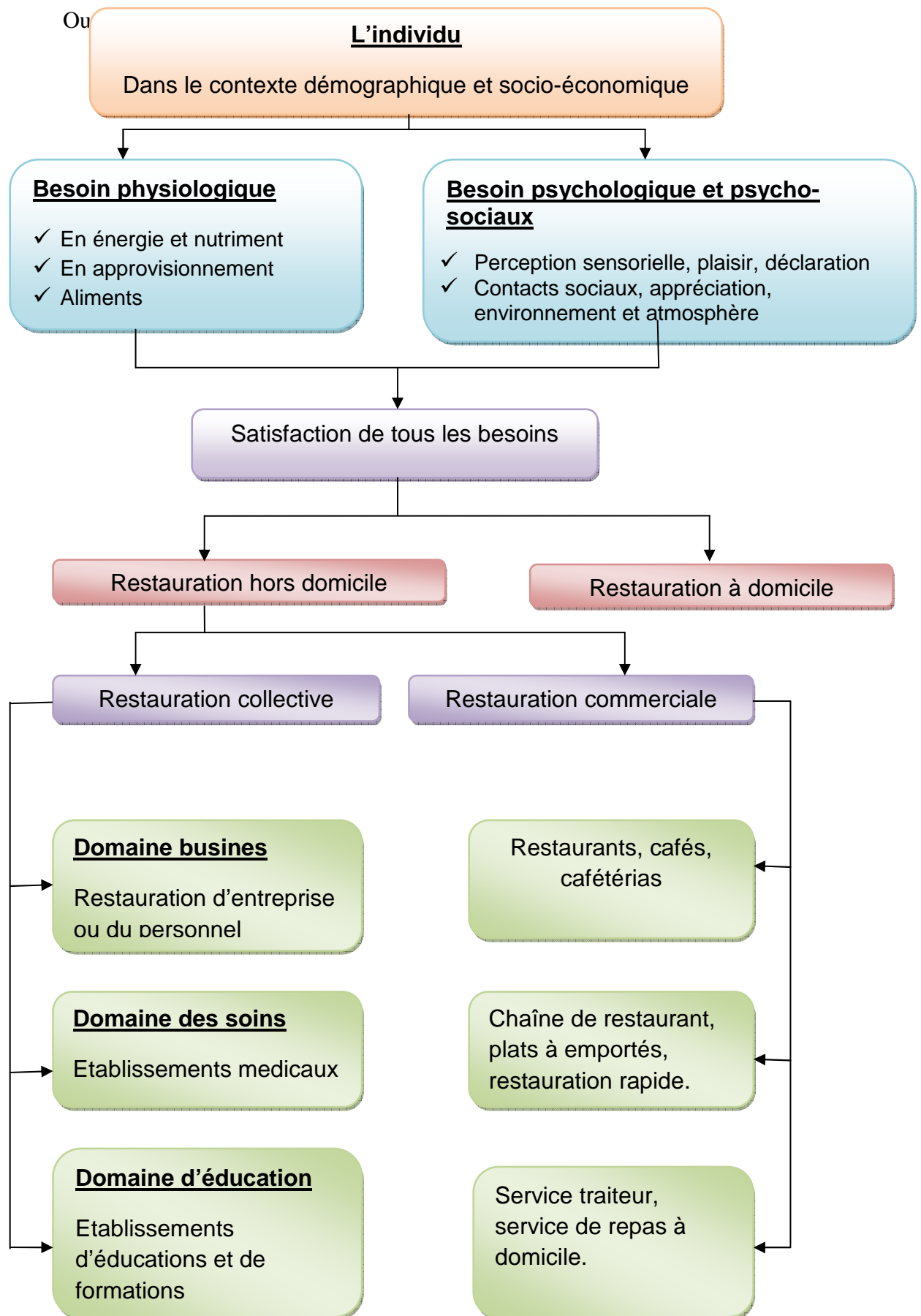
1.2.4. Les différentes catégories de la restauration commerciale :

Pour s'adapter aux demandes et besoins des consommateurs on trouve de nos jours une multitude d'enseignes ou de formules de restauration. Chacune est adaptée au public visé, en fonction du temps dont il dispose, du type de repas qu'il souhaite faire et du budget qu'il est prêt à y consacrer. Nous pouvons ainsi citer :

- Restauration traditionnelle : du plus simple restaurant au restaurant gastronomique.
- Restauration rapide : restauration simple présentés dans des emballages jetables.
Le client peut consommer sur place ou emporter les plats.
- Restauration à thème : restaurants basés sur un concept précis (crêperie, viandes, poisson ...)
- Restauration ethnique qui propose dans un cadre personnalisé au pays, des spécialités typiques d'un pays (ex : italien, chinois, mexicain)
- Restauration de type Ferme Auberge ou Gîte: qui mettent à l'honneur des préparations de produits du terroir.
- Restauration de type Vente à emporter dont les plats sont proposés en vente directe (food truck...)
- Il existe environ 8000 restaurants traditionnels, 18 000 entreprises de restauration rapide (dont 7000 fast-food à Alger même).



2. **Schéma n°1** : La structure du secteur de la restauration hors domicile OUSLIMANI

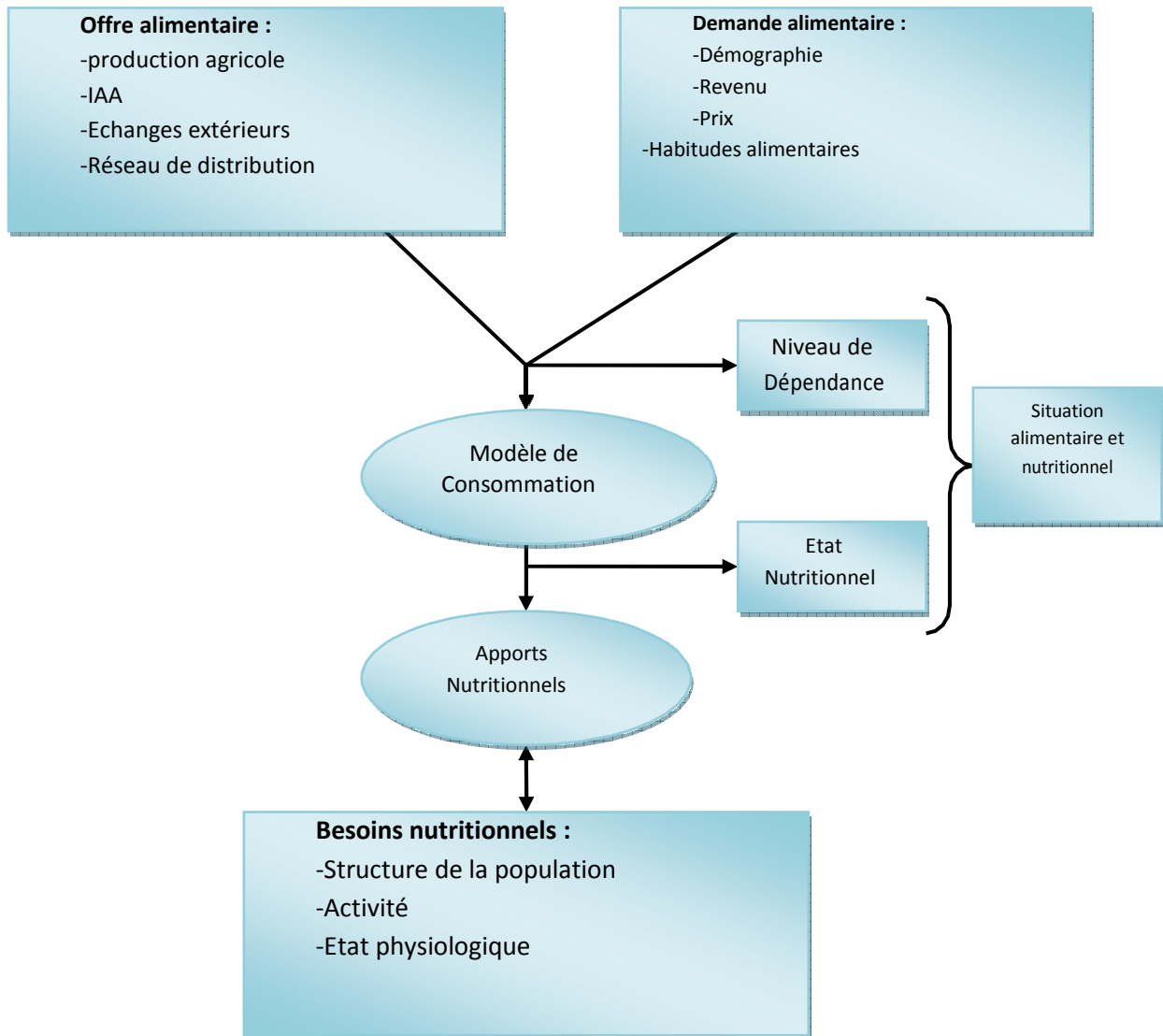


1.3. Le modèle de consommation alimentaire :

Le modèle de consommation alimentaire (MCA) ou 'le style alimentaire' est un concept amélioré grâce au secteur de l'économie de l'alimentation, se rapporte pour un groupe social déterminé à la façon dont les individus s'organisent pour consommer. Il intègre donc la structure de la ration alimentaire. Autrement dit les produits consommés, les pratiques alimentaires, à savoir les pratiques d'acquisition des produits de transformation et de préparation culinaire, de prise de repas et les représentations et valeurs associées aux produits et aux pratiques (Nicola Bricas, 1998). Ainsi le style alimentaire se diversifie d'une culture à une autre et au sein de la même société.

Le modèle agro-nutritionnel (MAN) est une représentation des disponibilités alimentaires moyennes par habitant, calculée sur la base des bilans alimentaires et de la classification agro-nutritionnel des aliments (Malassis et Gersi, 1992).

Schéma n°2 : Notion de modèle de consommation alimentaire OUSLIMANI OUZNA



1.4 Notion de sécurité alimentaire :

La sécurité alimentaire consiste à assurer à toute personne et à tout moment un accès physique et économique aux denrées alimentaires dont elle a besoin (FAO, 1993). L'accès pour tous et en tout temps à une alimentation suffisante pour une vie active et en bonne santé (REUTLINGER, 1985 ; Banque mondiale, 1986).

- Parmi les composantes essentielles de la sécurité alimentaire :

La disponibilité alimentaire : Est la disponibilité d'aliments en quantité suffisante et en qualité appropriée dont l'approvisionnement est assurée par la production nationale ou importation. Au niveau national, ces disponibilités représentent la somme de la production utilisable pour l'alimentation et du solde des échanges (importation-exportation), et au niveau local les disponibilités correspondent aux stocks d'autoconsommation et à l'offre commerciale et non commerciale.

La stabilité alimentaire : Les ménages doivent avoir un accès régulier à la nourriture, ce dernier est certainement menacé par des problèmes venant de la crise économique liée à la production locale ou internationale, peut être aussi affecté par les variations des prix sur le marché due aux insuffisance d'infrastructure, de transport ou de stockage.

L'accès aux disponibilités : Concerne l'accès à la nourriture, aux moyens de productions ainsi qu'aux moyens d'échanges qui doivent être tous stable et reproductive.

La sécurité alimentaire présente un souci mondial dont les effets ne sont pas limités qu'à des régions spécifiques, c'est alors que la question à ce sujet a été posée dans les endroits où la malnutrition et la famine présente un risque.



Chapitre II

**Le modèle de consommation en Algérie et les
facteurs influençant son évolution**

1. Le modèle de consommation en algérie :

Selon Nora Zair, le modèle alimentaire en Algérie : état des lieux et perspectives d'évaluation , qui a été fait le fait le 27.07.2021

« Le modèle de consommation il se trouve au confluent de la culture du pays dont l'identité et les valeurs de la société et des individus qui la composent , de sa situation économique , de la politique publique de l'état , des revenus des ménages et de l'état sanitaire de la population ».

1.1. Qu'en est-il de l'Algérie ?

Il n'y a pas si longtemps, l'Algérie s'alimentait des produits agricoles cultivés dans nos terroirs, avec un régime alimentaire à base dur (couscous, chakhchoukha , kasra) , agrémentés de légumes, peu de viandes et de fruits locaux. C'est le modèle de la pyramide méditerranéenne.

Malheureusement, ce modèle ancré dans la tradition alimentaire des Algériens commence à périr et a tendance à disparaître principalement dans les zones urbaines pour laisser place à des pratiques alimentaires, relevant de ce qu'on appelle l'occidentalisation de l'alimentation, et dominées par le fast-food et la consommation à grande échelle des produits transformés, riches en céréales raffinées, en graisses animales, en sucres, en viandes transformées... mais pauvres en légumineuses, en céréales complètes et en fruits et légumes.

Chikhi, M. Padilla. L'alimentation en Algérie. Quelles formes de modernité New Medit, CIHEAM-IAMB, 2014, 13 (3), pp.50-58. hal-02163637.

2. Lois de la consommation alimentaire dans une société en consommation alimentaire croissante :

Les lois sociales de la consommation alimentaire en fonction du revenu peuvent être regroupées en trois catégories :

1. De la consommation énergétique ;
2. Des substitutions ;
3. De la dépense.

La caractéristique est que dans une économie alimentaire dont la croissance énergétique est inachevée, le phénomène de saturation n'est atteint que pour les catégories sociales disposant des revenus les plus élevés ; la consommation est

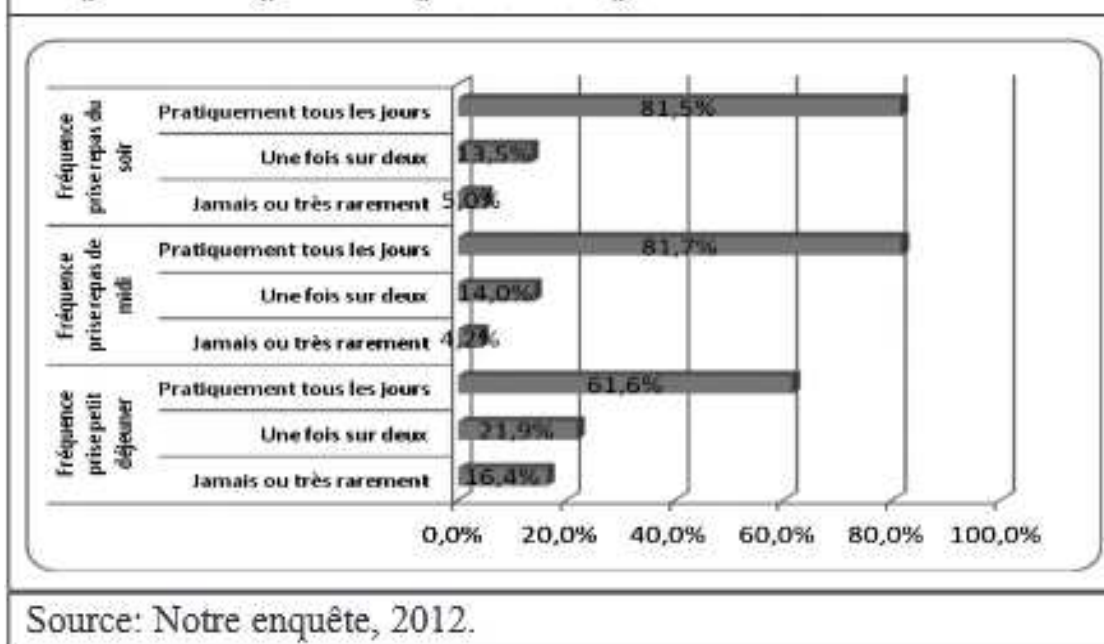
La caractéristique est que dans une économie alimentaire dont la croissance énergétique est inachevée le phénomène de saturation n'est atteint que pour les catégories sociales disposant des revenus les plus élevés ; la consommation est fortement hétérogène.

3. La maison reste le lieu privilégié du repas :

Les consommateurs algériens privilégient la maison pour le petit-déjeuner (81,4%) et le repas du soir (85,7%). Comme en Occident, le lieu de prise du déjeuner est lié à l'organisation de la journée de travail, aussi 24,3% des répondants prennent le déjeuner au restaurant et 27,2% au fast-food. Le hors foyer est encore peu pratiqué en dehors de cette plage horaire puisque seulement 10,7% d'entre eux prennent le petit déjeuner à la cafétéria, 5,3% préfèrent le restaurant pour le dîner et 5% le fast-food.

Les hommes ayant moins de 25 ans habitant dans les zones rurales préfèrent prendre leur petit déjeuner hors foyer (au café). Les hommes de moins de 25 ans issus du milieu rural prennent leurs repas de midi hors foyer. Près de 10% des hommes qui ont moins de 25 ans issus du milieu urbain préfèrent prendre leur repas de la soirée hors foyer. Pour le reste, pratiquement tous les individus, toutes catégories confondues, optent pour la prise des repas à la maison. Les femmes vont davantage au fast-food (26% d'entre elles) que les hommes (17%); ceux-ci préfèrent manger à la maison (58%) et davantage que les femmes (47%).

Graph 6 - *Fréquence de prises des repas.*



Graph01 : fréquence de prises des repas en l'enquête 2012 par Mr K.CHIKHI

4. Facteurs à l'origine de l'évolution du mode de consommation alimentaire :

Les approches économiques classiques de la consommation alimentaire considèrent généralement que le revenu et le prix sont les facteurs déterminants essentiels de la différenciation et de l'évolution de la consommation. Sur cette base les économistes élaborent des modèles simplifiés de prévision à partir d'hypothèses de comportement. Ces modèles sont utilisés par les planificateurs les responsables politiques pour élaborer des stratégies et organiser, lorsqu'il y a lieu, les interventions de l'État. De ce fait l'économie alimentaire classique a plus une vocation à conseiller les politiques au plan macro-économique même si elle étudie le comportement micro-économique des individus ou des ménages.

4.1 Sur le plan quantitatif :

- a. **Croissance démographique rapide** : la population totale en Algérie a été multipliée par 4 entre 1960 et 2020. A l'indépendance, elle était de 10.8 millions d'habitants, elle passe en 2020 à 43.3 millions.

- b. **Ressources financières et dépenses des ménages :** l'accroissement de l'emploi a considérablement augmenté les revenus des ménages au cours des cinquante dernières années. L'amélioration des conditions économiques des Algériens après l'indépendance a eu un impact positif sur leur niveau de vie au vu de la hausse des revenus et par-delà, la quantité des produits alimentaires consommés. Le montant annuel perçu par les ménages est passé de 15,5 milliards de dinars en 1969 à 181 milliards de dinars en 1988, et s'élevait à 11 381,5 milliards de dinars en 2018. Les dépenses alimentaires sont en tête de liste des dépenses des ménages algériens, selon la dernière enquête effectuée par l'ONS en 2011 sur les dépenses de consommation et le niveau de vie des ménages algériens.
- c. **Hausse des importations :** Les importations alimentaires représentaient en 2020 près de 30 % du total des importations, ce qui démontre que cette dépendance alimentaire considérable à l'étranger devient une donnée structurelle dans le modèle algérien. Selon les informations fournies par le CNIS et récoltées sur le site des douanes, la majorité de ces importations sont constituées des céréales qui représentent plus ou moins quatre milliards de dollars par an, par le lait et ses dérivés (1 milliard de dollars), talonnés par l'importation du sucre (800 millions de dollars).

4.2 Sur le plan qualitatif :

Depuis 1962, la consommation des algériens a beaucoup progressé quantitativement, au niveau de la ration alimentaire, mais reste qualitativement insuffisante et déséquilibrée.

La ration alimentaire est la quantité des aliments qu'une personne doit consommer par jour afin de subvenir aux besoins de son corps. Elle correspond à l'ensemble des repas et des collations d'une journée. Elle est calculée par ration alimentaire moyenne, exprimée en calories.

- **Evolution de la ration alimentaire en Algérie :** la ration alimentaire consommée par un Algérien est passé de 1723 calories en 1962 à 2944 en 1990. Elle s'élève aujourd'hui à 3343 calories, ce qui signifie qu'elle dépasse largement les besoins énergétiques recommandés par l'OMS (2700 calories). L'Algérie est donc classée dans la catégorie des pays à faible niveau de faim (classement IFPRI).

- **Principaux produits consommés** : Les céréales et le lait occupent une place dominante dans le modèle de consommation des Algériens. Ils constituent avec leurs dérivés l'épine dorsale du système alimentaire ; auxquels il faut ajouter l'huile, le sucre, la pomme de terre, l'oignon, la tomate et l'ail, le tout représente les produits stratégiques qui continuent à être soutenus par l'État. Les produits céréaliers occupent le premier rang (39,22 %), suivis des produits laitiers (20,6%), le sucre et sucreries (10%) et les huiles et corps gras (10%). Les céréales assurent 59 % des apports en calories de la ration et 70% des protéines. Ce qui relève évidemment du déséquilibre.

5. Les modèles socioculturels :

L'alimentation ne remplit pas qu'une fonction biologique de réponse aux besoins nutritionnels mais constitue l'un des supports importants de la construction et de la reconnaissance de l'identité individuelle et collective.

L'agrégation des individus en groupe de commensalité, unité de consommation, groupe familial, réseaux sociaux, lignage, ethnie, etc. procède d'un modèle socioculturel propre à chaque société. De même, l'agrégation des aliments en plats, l'allocation de plats à certains repas, l'agencement de ceux-ci, la détermination des produits comestibles et non comestibles, les interdits et recommandations alimentaires procèdent également d'un modèle socioculturel.

Ce modèle s'impose à l'individu en déterminant des règles de conduite pour son alimentation. Mais ces règles déterminent aussi une marge de manœuvre ou de liberté pour les individus. De plus, en fonction de nouvelles contraintes de vie ou sous l'effet d'autres modèles, les individus peuvent être amenés transgresser les règles, à les contourner, à les réinterpréter ou à en créer de nouvelles. Le modèle socioculturel est donc aussi construit par les individus.

6. La place de la restauration rapide :

La modernité alimentaire s'accompagne souvent d'un accroissement de la restauration hors foyer, en réponse à la rareté du temps dans un environnement concurrentiel. Selon Atkins et Bowler (2001), l'accent est mis de plus en plus sur des solutions de repas rapides dues au mode de vie urbain des consommateurs tournés sur le travail hors foyer.

Le temps disponible pour préparer des repas est ainsi limité. La cuisine a cessé d'être une activité de loisir, et devient plutôt une contrainte. Le fast-food prend le relais notamment en Algérie, et en particulier dans les zones urbaines. Traditionnellement, les algériens préfèrent prendre les repas à la maison, comme nous l'avons vu. Cependant, sous l'influence de la culture occidentale, un grand changement s'opère dans les habitudes alimentaires des familles urbaines.

Les fast-foods tels que McDonalds, Kentucky Fried Chic-ken (KFC), A&W, Burger King, Subway, etc. ..., n'ont pas de franchisés en Algérie. Seul le groupe Quick, qui est numéro 3 de la restauration hamburger en Europe et la 1^{ère} chaîne de restauration rapide d'origine européenne, compte 2 restaurants implantés à Alger. La restauration, y compris la restauration rapide, occupe aujourd'hui en Algérie la deuxième position des entreprises de services (18,8%), après le transport et entreposage (26,1%), dans la répartition des entités économiques par grands secteurs d'activités (ONS, 2012) et le plus grand nombre d'opérateurs de restauration est purement local. La restauration rapide gagne du terrain puisque, selon notre enquête, 57% des consommateurs fréquentent les snacks et la restauration rapide. On observe aussi que la pratique d'achat de plats tout prêts est répandue: 54,6% achètent des plats préparés pour la maison et 18% achètent même des plats préparés traditionnels pour les consommer à la maison. Ce qui signifie que le «fait maison» n'est plus toujours la règle pour les préparations traditionnelles.

| Tableau 1 - Répartition du budget temps. | | | | |
|--|-------------|-----------|--------------------|-------------------------------------|
| | | % observé | Moyenne en minutes | Moyenne pondérée de chaque activité |
| Temps physiologique | | | | |
| Petit déjeuner | <15 min | 87 | 15 | 16,40 |
| | 15 - 30 min | 10,6 | 22,5 | |
| | >30 min | 2,4 | 40 | |
| Repas de midi | <15 min | 20,1 | 15 | 23,27 |
| | 15 - 30 min | 66,9 | 22,5 | |
| | >30 min | 13 | 40 | |
| Repas du soir | <15 min | 25,7 | 15 | 25,50 |
| | 15 - 30 min | 46,1 | 22,5 | |
| | >30 min | 28,2 | 40 | |
| Collations | <15 min | 76,9 | 15 | 17,78 |
| | 15 - 30 min | 17,1 | 22,5 | |
| | >30 min | 6 | 40 | |
| Total (heures) | | | | 1h23 |
| Temps domestique | | | | |
| Préparation des repas à la maison | 1/2h - 1h | 54,5 | 45 | 56,38 |
| | > 1h | 45,5 | 70 | |
| Autres tâches domestiques | 1/2h - 1h | 26,9 | 45 | 118,66 |
| | 1h - 2h | 32,9 | 90 | |
| | 2h - 3h | 18,8 | 150 | |
| | 3h - 4h | 12,5 | 210 | |
| | > 4h | 9 | 250 | |
| Total (heures) | | | | 2h55 |
| Temps de travail prof. et de formation | | | | |
| Travail hors domicile | 4h - 5h | 28,8 | 270 | 377,0 |
| | 5h - 7h | 30,2 | 360 | |
| | 7h - 8h | 27,2 | 450 | |
| | > 8h | 13,9 | 490 | |
| Total (heures) | | | | 6h17 |
| Temps de loisirs (heures) | | | | 3h15 |
| Temps de sommeil et entretien personnel (heures) | | | | 10h |
| Source: Notre enquête, 2012. | | | | |

Tableau 01 : répartition du budget temps de l'enquête en 2012 par Mr K. CHIKHI

7. Les budgets alimentaires :

Toutefois la variation du budget alimentation hors foyer est encore plus forte selon l'âge, de 34.7% chez les moins de 30 ans à moins de 8% chez les 60-74 ans et 5% chez les plus de 75 ans, avec des dépenses de cantine quasi nulles dans ces dernières tranches d'âge. Ainsi l'alimentation hors foyer contredit frontalement l'hypothèse selon laquelle un nivellement par le bas des coefficients budgétaires pour l'alimentation et les boissons se traduirait par une homogénéisation des consommations alimentaires. Par ailleurs chaque fois que l'on ajoute ces dépenses, nettement plus élevées chez les plus riches et les plus jeunes, aux dépenses alimentaires à domicile, on masque le fait que les ouvriers consacrent toujours

une part nettement supérieure (4 points de pourcentage ou 24%) de leur budget à l'alimentation à domicile. L'ampleur bien supérieure des différences liées à l'âge peut cependant surprendre.

8. L'évolution de la restauration hors domicile :

La restauration hors domicile (RHD) est un phénomène socio-économique en plein essor dans les pays développés .Elle occupe une place de plus en plus importante dans la chaîne agro alimentaire de ces pays.

La consommation alimentaire hors foyer se développe également dans les pays en voie de développement, plus particulièrement dans les grandes villes qui ont connues une croissance rapide. Cependant le degré d'évolution et les formes de ce phénomène ne sont toujours pas les mêmes que ceux qui se sont répandus dans les pays développés.

Dans les pays en voie de développement ce degré est faible, en outre on peut désigner plusieurs formes de restauration : commerciale ou collective traditionnelle telle que les restaurants de quartiers, les réfectoires ; modernes comme les snacks, les pizzerias. On peut distinguer plusieurs formes d'organisation et de gestion, telle que la restauration à caractère familiale, chaînes hôtelières, les sociétés de gestion des restaurants collectifs.

Dans toutes les régions du monde, on observe une diffusion lente et progressive de la culture du goût «international » essentiellement la restauration américaine d'origine est très accessible (prix, goûts, formats), organisés en grandes chaînes, avec une relative adaptation de l'offre aux goûts et aux habitudes locaux.

Les Technologies d'information et de Communication facilitent et enrichissent l'expertise des clients des restaurants, tout en créant du lien et de l'exigence. La notion de «critique» gastronomique va ainsi considérablement évoluer les prochaines années.

L'ouverture au monde, les voyages, le progrès technologique facilitant l'accessibilité des offres de restauration qui par conséquent modifient en profondeur les modes de vie et les habitudes de consommation.

Et aussi encouragent l'apprentissage de nouvelles cuisines.





Chapitre III

**Méthodes de recueil d'informations et communication des
hypothèses**

1. Les méthodes de recueil de l'information :

Les enquêtes alimentaires sont des méthodes développées pour évaluer les apports alimentaires d'un individu, ou d'un groupe d'individus. L'évaluation des apports alimentaires est utilisée en épidémiologie et en pratique clinique, avec des objectifs un peu différents.

1.1. L'identification des produits consommés :

Qu'est ce que les gents mangent ? Est une question importante posée par les observateurs intéressés par l'alimentation d'une société. Deux types de méthodes sont utilisés pour l'identification des produits consommés, à savoir : des calculs statistiques d'un pays (Bilan de disponibilité alimentaire), et l'enquête auprès des consommateurs.

1.1.1. Bilan de disponibilité alimentaire :

L'organisation de nations unis pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) donne une importance au sujet des bilans alimentaires et de son développement, ce dernier donne une idée globale sur la composition de l'approvisionnement alimentaire à l'échelle nationale pendant une période donnée.

La disponibilité alimentaire est le calcul de l'offre alimentaire du pays et importé exprimé en kilocalorie (Kcal) par personne et par jour disponible sur une période donnée. Elles sont obtenues par différence entre la somme de la production alimentaire nationale et les importations alimentaires et la somme des exploitations alimentaires, de l'alimentation du bétail, des aliments utilisés sous forme de semences, des pertes et autres utilisations et des variations de stocks en début et fin d'année alimentaires par habitant sont ensuite obtenues en divisant les disponibilités alimentaires nationales par la population totale. Les données concernant les disponibilités alimentaires par habitant peuvent être exprimées en quantités ainsi qu'en calories, protéines et lipides (TRA NT, 1 994). Les calories sont obtenues grâce aux tables nutritionnelles de la FAO, en convertissant les quantités comestibles et disponibles pour l'alimentation humaine. La FAO calcule la disponibilité sur une période de référence de 3 ans (FAO 2003).

1.1.2. Les différents types de mesure par enquête auprès des consommateurs :

Présentation des différents moyens de mesure de l'importance relative des quantités de produits consommés par le biais d'enquêtes auprès des consommateurs.

a. Mesure directe de quantité :

Ces mesures sont effectuées par une enquête par pesé sur un échantillon de population, consiste à peser systématiquement les aliments destinés à la préparation culinaire ou donnés à la consommation direct cela durant une ou plusieurs journées complètes, les données sur le nombre de personne à qui sont destinés ces aliments sont simultanément enregistrés.

Due aux variations saisonnières de la consommation rencontrée dans l'année, ces mesures seront alors répétées plusieurs fois.

b. Mesure de dépenses :

Obtenu par une enquête budget-consommation (EBC), elle conçoit la consommation alimentaire par le biais des dépenses fait par les ménages pour leur alimentation. Cette enquête rassemble les dépenses alimentaire et non alimentaire (logement, loisir, santé, éducation ...).

c. Mesure des fréquences :

Ce type de mesure estime l'importance aux produits relative à la consommation, on effectue un passage quotidien sur un échantillon de famille ou d'individu sur plusieurs jour ainsi répétée dans l'année, les aliments utilisés pour la préparation des plats cuisinés, ou destiné à la consommation direct sont enregistrés. Les familles ou individu interrogés nous fournissent des informations précieuses sur les variations de la consommation selon les facteurs économiques, culturels et sociale.

1.2. L'identification des pratiques alimentaires :

La pratique alimentaire désigne une pratique sociale c'est-à-dire une façon de faire ou de s'alimenter soit individuellement ou collectivement socialement transmise qui peut être d'origine culturelle, religieuse, idéologique. On distingue : les pratiques d'approvisionnement, de transformation et de préparation des aliments et la prise de repas.

1.2.1. Les pratiques d'approvisionnement :

L'approvisionnement est l'action de rassembler tous les aliments ou les provisions nécessaires au quotidien, ainsi cette pratique concerne la manière dont les consommateurs s'arrangent pour acquérir les aliments qu'ils utilisent.

Parmi les informations intéressantes à retenir : les parts relatives de l'approvisionnement marchands ou non marchands, l'organisation de la gestion de l'approvisionnement au sein d'une famille, lieux d'approvisionnement. L'identification de ces pratiques nous permet de mieux comprendre le comportement du consommateur en sachant comment il effectue les choix vis-à-vis de telle ou telle structure.

1.2.2. Les pratiques de transformations et préparations de repas:

Transformation dans ce contexte veut dire l'acte technique qui a pour but de modifier la qualité d'une denrée pour la rendre plus consommable pour extraire la partie utile, pour la stabiliser ou pour lui donner une forme et une consistance spécifique. La préparation est plutôt l'opération de mélange ou de combinaison de produits destinés à la cuisson pour obtenir des plats.

1.2.3. Les pratiques de prise de repas :

La manière dont les ménages s'organisent pour prendre leur repas quotidien présente des conséquences sur la répartition des aliments entre les individus, sur le choix des produits

et plats préparés ainsi que le rythme des achats et des activités culinaires (les heures de repas déterminent la fréquentation du marché).

1.3. L'identification des représentations alimentaires :

Obtenu par le biais d'interview en tête-à-tête ou avec un groupe d'individu, la qualité des informations acquies dépendront de la sensibilité et l'expérience de l'observateur, qu'il soit capable de mettre les interlocuteurs en confiance.

1.4. L'identification des caractéristiques des consommateurs :

Les informations sur l'alimentation des ménages et les caractéristiques des ces derniers sont deux éléments importants à connaître, et leur croisement nous laisse identifier les facteurs de différenciations et l'évolution de la consommation.

On distingue :

- a) Caractéristiques sociologiques
- b) Caractéristiques des individus et groupes de consommation, nous citons :
 - La taille du groupe de consommation ainsi que composition
 - L'âge du responsable du groupe de consommation
 - L'ancienneté du groupe de consommation
 - L'origine ethnique du membre du groupe de consommation
 - L'itinéraire du membre du groupe de consommation
 - Le niveau d'instruction
 - La religion
 - Le niveau de vie
 - Le quartier de résidence.

1.5. L'identification de l'évolution de la disponibilité alimentaire :

Dans le milieu urbain concernant la disponibilité alimentaire, les informations recueillis portent sur plusieurs points :

- La répartition géographique de la disponibilité alimentaire
- La temporalité de la disponibilité alimentaire
- Les prix des aliments
- Les conditions de vente

2. Les changements sociologiques :

Le développement de la restauration hors domicile, surtout dans les pays développés reste caractérisé par les changements sociologie qui ont marqué ces pays.

2.1.L'urbanisation:

L'urbanisation et la pluriactivité souvent pratiquée par nécessité pour avoir un niveau de vie décent expliquent la constitution de familles nucléaires dans lesquelles le nombre d'enfants ne cesse de diminuer .en conséquence la taille des ménages régresse rapidement.

D'autre par les grands phénomènes liés à l'urbanisation tels que l'augmentation de la population citadine, qui est composée parfois des ménages dans lesquelles les deux partenaires ont une activité professionnelle et des temps de trajet plus ou moins différents choisissent des plats servis. Parmi les autres phénomènes, il y a aussi l'augmentation des infrastructures scolaires, universitaire, sanitaire... équipées de cantine pour la restauration.

2.2.Le développement du travail féminin:

Le développement de l'activité professionnelle féminine et l'allongement des trajets entre le domicile et le travail conditionnent la forte croissance enregistrée par le secteur de la restauration hors foyer (RHF).

La forte proportion des femmes actives constitue une tendance majeure dans le développement des plats vendus prêts, car ces femmes actives ont de temps pour préparer les repas.

En France 75% des femmes de 25 à 40 ans travaillent. Ainsi, la part du budget des repas à l'extérieur est de 22% pour les ménages quand la femme travaille, contre 11% quand elle ne travaille pas.

Les femmes produisent de 60 à 80 pour cent des aliments dans la plupart des pays en développement et sont responsables de la moitié de la production alimentaire mondiale. Pourtant ce n'est que tout récemment que leur rôle clé de productrices et pourvoyeuses de vivres et leur contribution vitale à la sécurité alimentaire du foyer ont reçu toute l'attention qu'ils méritent.

Les études de la FAO confirment que, s'il est vrai que les femmes sont à la base de la petite agriculture, de la main-d'œuvre agricole et de la subsistance familiale quotidienne, elles ont moins facilement accès que les hommes aux ressources telles que la terre et le crédit, et aux intrants et services qui renforcent la productivité.

2.2.1. Le besoin de revenu des femmes

La recherche en Afrique, en Asie et en Amérique latine a montré que les améliorations dans la sécurité alimentaire et la nutrition de la famille dépendent de l'accès des femmes au revenu et de leur rôle dans la prise de décisions familiales concernant les dépenses. En effet, les femmes tendent à dépenser, par rapport aux hommes, un pourcentage beaucoup plus élevé de leur revenu pour l'alimentation du ménage.

Le revenu des femmes provenant d'emplois agricoles ou extra-agricoles et d'autres activités rémunératrices est d'une importance fondamentale pour les ménages entièrement ou presque sans terre.

Le pouvoir d'achat des femmes leur permet non seulement de se procurer des vivres et d'autres produits de base pour elles-mêmes et leur famille, mais aussi de payer pour les intrants utilisés dans la production alimentaire. Puisque les cultures vivrières sont autoconsommées, les intrants relatifs doivent provenir de gains réalisés dans d'autres entreprises agricoles ou activités lucratives non agricoles.

C'est pourquoi, pour améliorer la production alimentaire de la famille, il faudra accorder une priorité bien plus grande à la participation accrue de la femme à la production commercialisable ainsi qu'à d'autres entreprises créatrices de revenus

2.3. Le développement général du salariat:

L'augmentation du nombre de salarié dans les entreprises et les services et la journée continue pratiquée dans ces mêmes entreprises ont contribué pour leur part au développement de la restauration hors domicile.

D'autre part, 62% des individus déclaraient en cas d'augmentation de leur budget d'alimentation, vouloir la consacrer à des sorties au restaurant ou à des réceptions en sens inverse en cas de diminution du pouvoir d'achat le poste restaurant est le premier à connaître des restrictions.

3. Résultats statistique :

Selon OUSLIMAN OUZNA :

1. le nombre des femmes et des hommes qui fréquentent la restauration hors foyer est presque le même, 51% des femmes et 49% des hommes.
2. la population la plus nombreuse qui fréquente la RHD est une population jeune de moins de 30 ans avec 46%. Alors que les personnes de plus de 50 ans ne représentent que 12% de notre échantillon.
3. les célibataires sont les plus nombreux à consommer hors domicile avec un taux de 58%.
4. Selon l'activité des individus, la RHD chez les salariés est plus élevée et représente trois quart (3/4) de l'échantillon et le quart (1/4) des individus représente les étudiants et les chômeurs.
5. L'éloignement du lieu de résidence n'est pas un indicateur et une variable qui ont une influence décisive et significative sur la fréquentation de la RHD, puisque le nombre de personnes qui résident à moins de 5Kms est plus important (29%) que celui des personnes qui habitent à plus de 20Kms (28%).

4. Les 9 principaux éléments négligés de la sécurité alimentaire dans la restauration :

A) Espace de stockage chaud/froid :

La température de froid idéale est de 5°C, au-delà de cette température dans l'espace de stockage froid augmente le risque de présence d'organismes pathogènes et de décomposition qui se développeront dans les aliments. C'est ainsi que l'aliment sera dangereux pour la santé du consommateur une fois la denrée incriminée.

B) Des bacs réfrigérants trop profonds :

Ce dispositif engendre un développement rapide des organismes pathogènes qui causent des maladies graves lors de sa consommation, ex : C. Perfringens.

C) Des thermomètres non calibrés :

Les thermomètres qui ne sont pas étalonnés peuvent nuire à la précision des lectures et aux erreurs au niveau des températures des denrées alimentaires. Certaines bactéries pathogènes peuvent s'y développer et causer des maladies voire mortelles, ceci peut se dérouler si l'aliment est conservé entre 5°C et 57°C pendant plus de 4 heures.

D) Manipulation inadaptée des produits alimentaires :

Même si la grande majorité des produits est très sûre grâce à des pratiques de culture appropriées et à une manipulation soignée par les transformateurs (y compris le lavage commercial avec des produits chimiques antimicrobiens approuvés), une manipulation inadaptée peut les rendre dangereux. Les experts recommandent de ne pas relaver des produits alimentaires frais qui ont été lavés de façon commerciale. S'ils ne sont pas pré-lavés, ils doivent être lavés et manipulés avec soin pour éviter de les contaminer.

E) Une mauvaise hygiène de la machine à glaçons :

Une mauvaise hygiène de la machine à glace peut entraîner des conditions insalubres qui pourraient être à l'origine de maladies. Les inspecteurs sanitaires citent souvent les machines à glaçons sales et c'est une raison courante à l'origine de surfaces en contact avec les aliments sales. La propreté des machines à glaçons est une cible fréquente d'échantillonnage pour les médias, qui mettent en lumière des problèmes et peuvent susciter l'indignation des consommateurs

F) Stockage et manipulation de garniture de cocktails :

Les garnitures présentent le risque de ne pas être manipulées de façon adaptée. Soyez conscient des caractéristiques des garnitures des bars et sachez s'il y a des aliments potentiellement dangereux (définis comme les aliments ayant une mesure d'activité de l'eau égale ou inférieure à 0,85, les aliments ayant un pH égal ou inférieur 4,6 à une température de 24 °C). Ces aliments ne doivent pas rester hors d'une température contrôlée pendant plus de 4 heures. Il faut les maintenir au chaud à 57 °C ou plus ou au froid à 4 °C ou moins.

G) Espaces de libre-service sale :

La contamination des surfaces est responsable d'une part non négligeable de toutes les maladies d'origine alimentaire, ex : bars à salades, stations de condiments, etc.

H) Un manque de mise à l'écart des allergènes :

Une manipulation inadaptée des aliments allergéniques peut être à l'origine de problèmes de santé

I) Une mauvaise hygiène des distributeurs de boissons :

Des distributeurs sales peuvent contaminer les boissons. Le fait de ne pas nettoyer les distributeurs de boissons sucrées, de thé et autres boissons est préoccupant : ne pas garantir leur propreté n'affecte pas seulement le goût des boissons, mais met en danger vos clients en abritant potentiellement *E. coli*, des levures et des moisissures, et peut entraîner une publicité négative.

5. Les principaux risques alimentaires qui menacent la santé :

On l'a vu, les éléments pouvant entraîner des risques alimentaires sont nombreux. Entre les virus, les bactéries, les moisissures, les toxines, les parasites et les résidus chimiques, notre assiette n'est pas épargnée. Ces risques alimentaires peuvent causer une intoxication ou contamination à différents stades de leur élaboration.

En effet, les moisissures, champignons, certains poissons, les toxines animales, ou encore la concentration d'un agent chimique peuvent nous contaminer au moment même où on ingère l'aliment. Parce que ces substances néfastes à notre santé sont naturellement présentes dans les produits que nous consommons.

Une autre contamination est liée à la culture ou l'élevage des plantes et des animaux. En effet, certains produits sont génétiquement modifiés, d'autres contaminés par des pesticides, insecticides et autres produits chimiques.

Les composés chimiques entrant dans la transformation de l'alimentation sont également un risque. On peut notamment citer les nitrates transformés en nitrites dans les charcuteries, les colorants que de nombreuses entreprises utilisent pour colorer certains aliments, etc.

Enfin, la contamination résiduelle a lieu par l'introduction de substances pathogènes dans les aliments. Elle est souvent le résultat d'un manque d'expérience ou d'hygiène.

L'alimentation représente ainsi un risque, mais il est tout à fait possible de l'éviter en restant vigilant quant à ce que l'on consomme et en respectant la chaîne du froid et les gestes d'hygiène. Il convient donc de respecter scrupuleusement les règles d'hygiène en restauration pour éviter tout risque alimentaire.

6. La crise d'eau qui menace l'Algérie :

En Algérie, actuellement un manque d'eau qui frappe tout le pays, beaucoup de foyer et principalement les restaurants reste des jours sans avoir de quoi se laver.

Les pénuries d'eau sont directement corrélées au développement de conditions de vie sanitaires précaires qui entraînent l'apparition de maladies comme la diarrhée, le choléra, la dysenterie, le typhus ou encore la polio. D'après l'Organisation Mondiale de la Santé, 1.8 milliard de personnes boivent de l'eau contaminée par des excréments d'origine humaine ou animale. Dans le monde, près de 500 000 décès dus à des diarrhées sévères sont provoqués par de l'eau contaminée.

L'eau est aussi utilisée pour cultiver ce que nous mangeons. En l'absence de ressources en eau suffisantes, des pénuries alimentaires seront inévitables. Et les enfants seront les premiers touchés, aussi bien par les maladies que par les difficultés à travailler à l'école dans de telles conditions. On sait que la nutrition joue un rôle fondamental dans l'éducation. Aussi, les enfants dans les zones de sécheresse voient leur scolarité mise en danger par le manque d'eau. Ils sont bien souvent mobilisés pour aller en chercher pour leurs familles, loin du village, au lieu d'aller à l'école. Ces enfants grandissent sans avoir pu apprendre les bases qui leur auraient permis de décider de leur avenir.

7. La crise sanitaire Covid-19 qui a frappé l'Algérie :

D'après la revue d'Etudes en Management et Finance D'Organisation N°12 Janvier 2021, la crise sanitaire de la Covid-19 a provoqué une décroissance de l'économie mondiale et notamment en Algérie¹ (Mebtoul, 2020). Ses conséquences sociales les plus remarquables sont certainement l'augmentation du taux de chômage (suite à la fermeture brutale de plusieurs entreprises économiques et plusieurs commerces) et de la réduction des revenus

pour certains secteurs. Une telle évolution a affecté d'une manière significative les comportements de consommation des individus. Mise à part la fonction publique qui a continué d'assurer un service minimum, seuls les secteurs des produits alimentaires et pharmaceutiques ont poursuivi leurs activités. En effet, l'état d'urgence annoncée par l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) a incité les pays à prendre les mesures adéquates face à la pandémie, afin d'assurer une bonne prise en charge sanitaire et la disponibilité des médicaments aux patients. De même, l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) avait recommandé aux pays à faire de leur mieux pour assurer la continuité du commerce et des chaînes d'approvisionnement alimentaire et notamment d'augmenter la production agricole pendant cette crise sanitaire internationale. Elle avait recensé 135 millions de personnes à travers le monde qui étaient déjà confrontées à une situation d'insécurité alimentaire.

Ainsi, le comportement des consommateurs est influencé par l'importance que les consommateurs accordent à la nutrition, à la santé, aux caractéristiques de qualité des aliments, au prix, aux caractéristiques psychologiques et sociodémographiques (Tsourgiannis, 008; OCDE, 2000). Lors d'une crise économique, le comportement d'achat des consommateurs varie en fonction de leurs attentes. Ang et coll. (2000) ont montré qu'en période de turbulence économique, les consommateurs achètent moins de produits, remplacent les produits de luxe par des produits plus économiques et les décisions reposent principalement sur les prix. Les consommateurs achètent des produits sélectionnés qui répondent principalement à leurs besoins de base.

8. La Consommation Des Algériens Au Début De l'alerte Du Covid19 :

Pour endiguer la propagation du virus, les gouvernements confinent les populations ce qui provoque une chute de la production, d'une ampleur inconnue jusque-là, en temps de paix. La période de confinement infligée a ainsi bouleversé les habitudes et pratiques d'achat et de consommation notamment dans le temps consacré à l'alimentation : modes d'approvisionnements, préparation des repas, faible fréquentation de restauration hors foyer (RHF). Ces habitudes et pratiques citées sont influencées par différents facteurs individuels

comme la sensibilité au gaspillage alimentaire et à des motivations d'ordre environnemental ou d'économie domestique (Dyen, Le Borgne, Sirieix, 2020).

9. Service de livraison qui facilite la vie quotidienne :

Ce dispositif vise à supporter des opérateurs privés du e-commerce, en l'occurrence Jumia, Batolis, Easy-relay, Yassir et des groupes d'auto-entrepreneurs dans le secteur du transport, à l'effet de fournir via des plateformes numériques, des services de commande, de paiement et de livraison à domicile ou à la superette la plus proche, de denrées alimentaires a indiqué le ministère de la Micro entreprise, des Startups et de l'Economie de la Connaissance, dans un communiqué.

Le principe consiste, pour le citoyen, de se rendre sur l'une des plateformes digitales de Jumia et/ou Batolis, de consulter la liste des produits et des fournisseurs, de placer sa commande par Internet ou par téléphone, de choisir le lieu de la livraison à domicile ou la superette la plus proche.

Pour ce faire, la livraison est assurée par une équipe de professionnels formés ayant des moyens de protection contre la contagion. Aussi, le consommateur a le choix du mode de paiement parmi les options qu'Algérie Poste a mise à disposition sur les Plateformes Jumia, Batolis, Easy-relay et les superettes, et ce par carte Dahabiya, TPE ou dans le cas échéant par Cash à la livraison.

Le dispositif sera lancé en pilote à partir de samedi le 18 avril prochain au niveau des wilayas de Blida, Médéa et de Sétif, et sera déployé progressivement sur le reste du territoire national.

A noter que le ministère lance cette "initiative d'urgence " en tandem avec le ministère du Commerce, de l'Intérieur et des Collectivités locales, des postes et des télécommunications, de la Santé et du Travail.

10. La loi 0903 du 25 février 2009 relative à la protection du consommateur :

Art. 4. Tout denrées alimentaires est tenu au respect de l'obligation de l'innocuité de ces denrées et de veiller intervenant dans le processus de mise à la consommation des à ce que celles-ci ne portent pas atteinte à la santé du consommateur.

Art. 7. Les équipements, matériels, outillages, emballages et autres instruments destinés à être mis en contact avec les denrées alimentaires doivent être composés exclusivement de matériaux ne pouvant pas altérer ces denrées.

Art. 10. Tout intervenant est tenu au respect de l'obligation de sécurité du produit qu'il met à la consommation.

Art. 68. Est puni des peines prévues à l'article 429 du code pénal quiconque tente de tromper le consommateur par quelque moyen ou procédé.

Art. 71. Est puni d'une amende de deux cent mille dinars. (200 000 DA) à cinq cent mille dinars (500 000 DA), quiconque enfreint l'obligation d'innocuité des denrées alimentaires prévues aux articles 4 et 5 de la présente loi.

Art. 73. Est puni d'une amende de deux cent mille dinars. (200 000 DA) à cinq cent mille dinars (500 000 DA) quiconque enfreint l'obligation du contrôle préalable de conformité à l'article 10 de la présente loi.



Conclusion générale

Conclusion générale :

Au terme de ce travail, nous pouvons avancer que la consommation hors domicile est un phénomène grandissant surtout dans les zones urbaines, suite au changement socio-économiques des populations.

Tels que le développement du travail et salariat ; l'urbanisation et le développement économique ont vraiment changé les comportements et les habitudes alimentaires quotidiennement. La femme aussi joue un rôle important dans la société car elle est automne soit a l'extérieur plus que l'intérieur du foyer ce qui induit l'évolution des éléments important des habitudes alimentaires.

La restauration hors domicile se multiplie et l'observation de l'environnement révèle une augmentation continuelle du nombre de points de vente de ce commerce, ce qui est dû à la demande en croissance. Sur le plan économique, ça a contribué a la création des emplois et des activités pour le secteur des l'industries agro-alimentaires et agriculture. Sur le plan socio-économique, l'Algérie qui est en pleine transformation met en évidence l'évolution du comportement alimentaire du pays. Qui touche toute les catégories de la société quelque soit l'âge, le sexe, l'activité, la situation familiale et l'éloignement du lieu de résidence et du travail.

Toutefois, les risques et les dangers alimentaires liés a la restauration se trouvant généralement dans la préparation des plats sont vraiment nombreux, la présence élevé de matières grasses et pauvre en minéraux, vitamines et en fibres alimentaires. Elles provoquent des risques, des infections et des maladies mortelles. Le manque d'eau aussi en Algérie remet en cause beaucoup de problème d'hygiène,

Plus important aussi la crise sanitaire du covid-19 a énormément changé les habitudes alimentaires de certaines personnes, l'interdiction de servir les clients à l'intérieur des restaurants a poussé ces derniers à ne proposer que des plats à emporter. Ceci rendant très fréquent le fait que les gens mangent dans des endroits souvent manquant d'hygiène (en pleine rue, sur les trottoirs) ; La crise sanitaire a aussi accentué et fait développer l'activité

de livraison à domicile puisque après 2019, des sociétés de livraison ont vu le jour et commencent à desservir de plus en plus de restaurants.

Enfin, nous pouvons dire que les changements sur le plan socioéconomique, l'urbanisation et les changements culturels ont grandement contribué au changement du modèle de consommation en Algérie. La restauration hors domicile s'en est grandement développé apportant de nouvelles opportunités et menaces.

Bibliographie

Sites internet :

1. [https://fr.wikipedia.org/wiki/Restauration_hors_domicile#:~:text=La%20restauration%20hors%20domicile%20\(RHD,faisant%20en%20dehors%20du%20domicile.&text=Il%20s'agit%20en%20France,modification%20des%20habitudes%20de%20consommation.](https://fr.wikipedia.org/wiki/Restauration_hors_domicile#:~:text=La%20restauration%20hors%20domicile%20(RHD,faisant%20en%20dehors%20du%20domicile.&text=Il%20s'agit%20en%20France,modification%20des%20habitudes%20de%20consommation.)
2. <https://www.nelinkia.com/blog/lexique/restauration-commerciale.html>
3. <https://fr.wikipedia.org/wiki/Restaurant>
4. <https://fr.wikipedia.org/wiki/Caf%C3%A9t%C3%A9ria>
5. https://fr.wikipedia.org/wiki/Restauration_rapide
6. <https://fr.wikipedia.org/wiki/Cantine>
7. https://www.sfer.asso.fr/source/jrssi2016-papers/jrssi2016_ambagna.pdf
8. <https://www.djazagro.com/Exposer/L-offre-DJAZAGRO/Restauration-materiels-equipements>
9. <https://algeria.fes.de/e/le-modele-alimentaire-en-algerie-etat-des-lieux-et-perspectives-devolutions>
10. <https://fr-fr.ecolab.com/articles/2019/09/the-top-nine-overlooked-food-safety-issues-facing-restaurants-today>
11. <https://www.waterlogic.fr/blog/l-eau-une-ressource-en-voie-de-disparition/>
12. <https://www.fao.org/FOCUS/F/Women/Sustin-f.htm>
13. http://campus.cerimes.fr/nutrition/enseignement/nutrition_14/site/html/cours.pdf
14. <https://www.algeriabusiness.info/la-consommation-alimentaire-en-algerie/>
15. <https://mail.google.com/mail/u/0?ui=2&ik=cf226cd644&attid=0.1&permmsgid=msg-f:1713956405845260469&th=17c932452ae978b5&view=att&disp=inline&realattid=17c9323fbaf5443f58c1>
16. <https://www.aps.dz/sante-science-technologie/104039-confinement-des-plateformes-numeriques-pour-la-livraison-des-denrees-alimentaires-aux-citoyens>

Ouvrage :

- Cadre conceptuel et méthodique pour l'analyse de la consommation alimentaire urbaine en Afrique. (Nicola Bricase).

Thèses :

- CHIKHI KAMEL

<https://mail.google.com/mail/u/0?ui=2&ik=cf226cd644&attid=0.1&permmsgid=msg>

- OUSLIMAN OUZNA

<http://di.univblida.dz:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/8612/34%20M.NCA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Table de matière :

| | |
|--|----|
| Remercîment | |
| Résumé | |
| Liste des abréviations | |
| Liste des graphes | |
| Liste des tableaux | |
| Liste des schémas | |
| Introduction | 01 |
| Chapitre I : Les notions utilisées pour comprendre la consommation alimentaire | |
| 1. Généralités | 05 |
| 1.1 Définition de certaines notions | 05 |
| 1.1.1 La restauration hors domicile | 05 |
| 1.1.2 Restaurant | 05 |
| 1.1.3 Cafétéria | 05 |
| 1.1.4 Fast-food | 05 |
| 1.1.5 Cantine | 05 |
| 1.1.6 Les ménages | 05 |
| 1.1.7 Le consommateur | 06 |
| 1.2 Les types de restauration hors domicile | 06 |
| 1.2.1 Restauration collective | 06 |
| 1.2.2 Restauration commerciale | 06 |
| 1.2.3 Les trois grands modèles de consommation en restauration commerciale | 06 |
| 1.2.4 Les différentes catégories de la restauration commerciale | 07 |
| 1.3 Le modèle de consommation alimentaire | 09 |
| 1.4 La notion de sécurité agroalimentaire..... | 11 |
| Chapitre II : Le modèle de consommation en Algérie et les facteurs influençant son évolution. | |
| 1. Le modèle de consommation en Algérie | 13 |
| 1.1 Qu'en est-il de l'Algérie ?..... | 13 |

| | |
|---|----|
| 2. Lois de la consommation alimentaire dans une société en consommation croissante..... | 13 |
| 3. La maison reste le lieu privilégié du repas..... | 14 |
| 4. Facteurs à l'origine à l'évaluation du modèle de consommation alimentaire | 15 |
| 4.1 Sur le plan quantitatif..... | 15 |
| 4.2 Sur le plan qualitatif..... | 16 |
| 5. Les modèles socioculturels..... | 17 |
| 6. La place de la restauration rapide..... | 18 |
| 7. Les budgets alimentaires..... | 19 |
| 8. L'évolution de la restauration hors domicile..... | 20 |

Chapitre III : Les méthodes de recueil d'informations et communication des hypothèses

| | |
|--|----|
| 1. Les méthodes de recueil d'informations..... | 23 |
| 1.1 L'identification des produits consommés..... | 23 |
| 1.1.1 Bilan de disponibilité alimentaire | 23 |
| 1.1.2 Les différents types de mesures par enquête auprès des consommateurs | 24 |
| a) Mesure directe de quantité | 24 |
| b) Mesure de dépenses | 24 |
| c) Mesure des fréquences..... | 24 |
| 1.2 L'identification des pratiques alimentaires | 25 |
| 1.2.1 Les pratiques d'approvisionnement | 25 |
| 1.2.2 Les pratiques de transformations et préparations de repas | 25 |
| 1.2.3 Les pratiques de prise de repas | 25 |
| 1.3 L'identification des représentations alimentaires | 26 |
| 1.4 L'identification des caractéristiques des consommateurs | 26 |
| 1.5 L'identification de l'évolution de la disponibilité alimentaire | 26 |
| 2. Les changements socio-économiques..... | 27 |
| 2.1 L'urbanisation..... | 27 |
| 2.2 Le développement du travail féminin..... | 27 |
| 2.2.1 Le besoin du revenu des femmes..... | 28 |
| 2.3 Le développement général du salariat..... | 29 |

| | |
|---|----|
| 3. Résultat statistiques..... | 29 |
| 4. Les 9 principaux éléments négligés de la sécurité alimentaire dans la restauration..... | 30 |
| 5. Les principaux risques alimentaires qui menacent la santé..... | 32 |
| 6. La crise d'eau qui menace l'Algérie | 33 |
| 7. La crise sanitaire Covid-19 qui a frappé l'Algérie | 33 |
| 8. La consommation des Algériens au début de l'alerte du Covid-19 | 34 |
| 9. Service de livraison qui facilite la vie quotidienne | 35 |
| 10. La loi 0903 du 25 février 2009 relative à la protection du consommateur | 36 |
| Conclusion | 38 |

Bibliographie

Table de matières