

Ecole des Hautes Etudes Commerciales d'Alger

EHEC Alger

**Mémoire de fin de Cycle pour l'obtention du diplôme Master
en Sciences Commerciales**

Option : Management et Entrepreneuriat

THEME :

**Le rôle des TIC dans la communication interne
ETUDE DE CAS : ENGOA**

Elaboré par :

M. Bouali Khalid

Encadré par :

Mme. Meriem CHERFOUH

Maître de conférences classe « A »

À EHEC Alger

8^{ème} Promotion

Juin 2021

Ecole des Hautes Etudes Commerciales d'Alger

EHEC Alger

**Mémoire de fin de Cycle pour l'obtention du diplôme Master
en Sciences Commerciales**

Option : Management et Entrepreneuriat

THEME :

**Le rôle des TIC dans la communication interne
ETUDE DE CAS : ENGOA**

Elaboré par :

M. Bouali Khalid

Encadré par :

Mme. Meriem CHERFOUH

Maître de conférences classe « A »

À EHEC Alger

8^{ème} Promotion

Juin 2021

Résumé

Les technologies de l'information et de la communication (TIC) sont un outil très important au sein de l'organisation pour assurer la transmission rapide et facile de l'information entre les individus, cependant, leur utilisation est encore faible pour la plupart des institutions algériennes. Dans ce travail, nous avons analysé diverses informations théoriques sur le sujet, en examinant les raisons de ce retard dans la modernisation du secteur de l'information au sein de l'administration. Outre le travail sur le terrain au sein de l'entreprise nationale des grands ouvrages d'art, à travers une enquête qualitative réalisée sur la base d'interview et de questionnaires, dans le but d'analyser la façon dont les TIC sont traitées par les employés de l'entreprise, et dans quelle mesure elle contribue à améliorer la communication interne au sein de l'entreprise. Les résultats de cette recherche révèlent que les vieilles habitudes de conduite au sein des différents services de l'entreprise, et le défaut de placer les ressources humaines comme l'une des forces les plus importantes de l'entreprise, sont parmi les principales raisons du retard apparent dans l'utilisation de la technologie dans la communication interne.

Mots clés : TIC, Information, Communication interne, Organisation, Amélioration.

ملخص

تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من الوسائل المهمة جدا داخل المؤسسة والتي تعمل على ضمان سرعة وسهولة نقل المعلومات بين الافراد، ولكن نسبة استخدامها لا تزال قليلة بالنسبة لمعظم المؤسسات الجزائرية. في هذا العمل، قمنا بتحليل مختلف المعلومات النظرية حول الموضوع، للبحث عن اسباب هذا التأخر في عصرنة قطاع المعلومات داخل الادارة. بالإضافة الى عمل ميداني داخل الشركة الوطنية للمنشآت الفنية الكبرى، من خلال مسح نوعي تم إجراؤه على أساس المقابلات والاستبيان، حاولنا تحليل طريقة التعامل مع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من قبل العاملين في المؤسسة، و إلى أي مدى يساهم في تحسين الاتصال الداخلي داخل الشركة. بعد البحث وجدنا ان العادات القديمة للتعامل داخل الادارات المختلفة للمؤسسة، و عدم وضع الموارد البشرية في خانة اهم نقاط قوة المؤسسة، من الاسباب الرئيسية في التأخر الواضح لاستعمال وسائل التكنولوجيا في الاتصال الداخلي.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا المعلومات و الاتصال، المعلومات، الاتصال الداخلي، المنظمة، التحسن.

Abstract

Information and communication technology (ICT) is a very important tool within the organization to ensure the rapid and easy transmission of information among individuals, however, its use is still low for most Algerian institutions. In this work, the researchers analyzed various theoretical information on the subject, looking at the reasons for this delay in the modernization of the information sector within the Department. In addition to fieldwork within the National Company of Major Artistic Enterprises, through a qualitative survey conducted on the basis of interviews and questionnaires, in an attempt to analyse the way ICT is handled by employees of the enterprise, and to what extent it contributes to improving internal communication within the company. The results of this research reveal that the old habits of conduct within the various departments of the institution, and the failure to place human resources as one of the most important strengths of the company, are among the main reasons for the apparent delay in the use of technology in internal communication.

Keywords: ICT, Information, internal communication, Organization, Improvement

Remerciements

Je tiens tout d'abord à exprimer mes sincères remerciements à DIEU, le tout puissant de m'avoir donné le courage, la volonté et surtout la santé qui nous ont étaient très utiles tout au long de notre parcours.

Je tiens particulièrement à remercier Mme. Meriem CHERFOUH qui a formulé ses précieux conseils et qui m'a facilité la tâche par ses recommandations et ses orientations.

Je remercie mon promoteur M. Mostafa CHELDAD, pour tous ses efforts, ses conseils et surtout sa disponibilité, il a beaucoup œuvré pour la mise en valeur de mon travail.

Mes remerciements vont également aux membres de jury d'avoir accepté de Juger mon travail et consacré leurs temps à la lecture et à la correction de ce mémoire.

Je tiens à remercier vivement aux enseignants qui j'ai accompagné tout au long de ce parcours, pour les conseils avisés qu'ils nous avons dispenses, à la sollicitude dont ils ont fait preuve à notre égard, et les documents et outils mis gracieusement à notre disposition.

Mes remerciements les plus vifs vont tout particulièrement à mes parents.

Enfin, merci à tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce mémoire.

Dédicaces

*En guise de reconnaissance, je dédie ce travail :
Aux deux êtres les plus chers au monde, mes parents, moteur de mon
avancé pour
m'avoir écouté, soutenu et guidé vers la réussite. Quoi que je fasse, je ne
pourrais
vous rendre ce que vous avez fait pour moi; si je suis arrivé là, si bien
grâce à vous.*

À ma reine Chahinez,

À mes Frères : Sifou, Khirou, Badro.

À mon ami Bilal

*Enfin à tous ceux qui m'ont aidé de près ou de loin à la réalisation de ce
modeste travail.*

LISTE DES ABREVIATIONS

B TO B	Business to business
B TO C	Business to Customer
CRM	Customer relationship management
ENGOA	Entreprise National Des grands Ouvrage D'art
ERP	Entreprise Ressource Planning
ETL	Extract transaction load
FRM	Finance resource management
HRM	Human resource management
ICT	Information and communication technology
MRP	Manufacturing resource planing
OLTP	Online transaction processing
PGI	Progiciel de gestion intégré
PME	Petites et moyennes entreprises
RH	Resource Humain
SCM	Supply chain management
SI	Système d'information
TIC	Technologie d'information et de communication
WWW	World Wide Wel

LISTE DES FIGURES :

Chapitre I	Page
Figure N°1 : Schéma d'une situation de communication.....	02
Figure N°2 : La communication interne descendante.....	05
Figure N°3 : La communication interne ascendante.....	06
Figure N°4 : La communication interne transversale.....	06
 Chapitre II	
Figure N°5 : Le réseau local d'intranet.....	28
Figure N°6 : Le système ERP.....	32
 Chapitre III	
Figure N°7 : répartition de la production valorisée par filiales.....	47
Figure N°8: Schéma d'organisation de groupe GITRA par filière d'activités.....	48
Figure N°9: répartition par sexe.....	64
Figure N°10: répartition par âge.....	65
Figure N°11: répartition par le niveau d'instruction.....	66
Figure N°12: répartition par catégorie professionnelle.....	66
Figure N°13 : répartition par ancienneté au travail.....	67
Figure N°14 : la réponse des interrogées.....	68
Figure N°15: L'efficacité de la communication interne au sein d'ENGOA	69
Figure N°16 : Le mode de communication le plus utilisé à l'intérieure ENGOA.....	70
Figure N°17: les moyens de communication les plus utilisés.....	71
Figure N°18: Les avantages de la communication interne.....	72
Figure N°19: La satisfaction envers la circulation d'information.....	73
Figure N°20: Suggestions pour améliorer l'efficacité au travail.....	73

Figure N°21: l'effet de la communication interne sur les objectifs fixés.....	74
Figure N°22: l'existence d'une stratégie de communication interne.....	75
Figure N°23: Les outils les plus utilisés dans ENGOA.....	76
Figure N°24: la répartition de l'échantillon selon L'utilisation d'un e-mail professionnel.....	77
Figure N°25: La réponse des interrogées.....	77
Figure N°26: La réponse des interrogées.....	78
Figure N°27: la répartition de l'échantillon selon Les difficultés rencontrées dans l'utilisation des TIC.....	79
Figure N°28: Les salariés qui ont bénéficiés d'une formation en TIC.....	79
Figure N°29 : les finalités d'utilisation des TIC au sein de l'entreprise.....	80
Figure N°30: L'impact des TIC sur l'information.....	81
Figure N°31: la répartition des effectifs selon la satisfaction de leurs attentes en termes d'information et de communication.....	82
Figure N°32: l'efficacité des TIC dans la rapidité de communication.....	82
Figure N°33: La réponse des interrogées.....	83

LISTE DES TABLEAUX

Chapitre I

Page

Tableau N°1: Les moyens des réseaux de communication interne.....	10
---	----

Chapitre II

Tableau N°2 : Les avantages et les inconvénients de l'internet.....	27
---	----

Tableau N°3 : Les avantages et les inconvénients de l'intranet.....	29
---	----

Chapitre III

Tableau N°4: Quelques dates clés marquantes depuis la création de l'entreprise..	50
--	----

Tableau N°5: Fiche identité de l'entreprise.....	51
--	----

Tableau N°6 : Présentation d'interviewé.....	58
--	----

Tableau N°7 : répartition par sexe.....	64
---	----

Tableau N°8: répartition par âge.....	65
---------------------------------------	----

Tableau N°9: répartition par le niveau d'instruction.....	65
---	----

Tableau N°10 : répartition par catégorie professionnelle.....	66
---	----

Tableau N°11: répartition par ancienneté au travail.....	67
--	----

Tableau N°12: la réponse des interrogées.....	68
---	----

Tableau N°13: L'efficacité de la communication interne au sein d'ENGOA.....	69
---	----

Tableau N°14: Le mode de communication le plus utilisé à l'intérieure d'ENGOA..	69
---	----

Tableau N°15: les moyens de communication les plus utilisés.....	70
--	----

Tableau N°16 : Les avantages de la communication interne.....	71
---	----

Tableau N°17: La satisfaction envers la circulation d'information.....	72
--	----

Tableau N°18: Suggestions pour améliorer l'efficacité au travail.....	73
---	----

Tableau N°19: l'effet de la communication interne sur les objectifs fixés.....	74
--	----

Tableau N°20: l'existence d'une stratégie de communication interne.....	75
Tableau N°21: Les outils les plus utilisés dans ENGOA.....	75
Tableau N°22: la répartition de l'échantillon selon L'utilisation d'un e-mail professionnel.....	76
Tableau N°23: La réponse des interrogées.....	77
Tableau N°24: La réponse des interrogées.....	78
Tableau N°25: la répartition de l'échantillon selon Les difficultés rencontrées dans l'utilisation des TIC.....	78
Tableau N°26: Les salariés qui ont bénéficiés d'une formation en TIC.....	79
Tableau N°27: les finalités d'utilisation des TIC au sein de l'entreprise.....	80
Tableau N°28: L'impact des TIC sur l'information.....	81
Tableau N°29: La répartition des effectifs selon la satisfaction de leurs attentes en termes d'information et de communication.....	81
Tableau N°30: l'efficacité des TIC dans la rapidité de communication.....	82
Tableau N°31: La réponse des interrogées.....	83

SOMMAIRE

INTRODUCTION GENERALE	Page
Chapitre I : Généralités sur la communication interne de l'entreprise	
Section 01 : Les principes fondamentaux de la communication interne.....	01
Section 02 : L'entreprise comme un espace de communication.....	09
Chapitre II : Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC)	
Section 01 : Généralités sur les technologies de l'information et de la communication.....	23
Section 02 : Le rôle des TIC dans l'entreprise.....	35
Chapitre III : La communication interne au sein de l'entreprise ENGOA	
Section 01 : Présentation de l'entreprise ENGOA.....	47
Section 02 : Cadre pratique de la recherche.....	56
Conclusion générale	
Bibliographie	
Annexes	

Introduction générale

Introduction générale

Ces dernières années, les technologies de l'information et de la communication (TIC) sont devenues un nouveau moteur de plus en plus important pour les changements de croissance économique, ils ont modifié le comportement organisationnel des salariés au sein de l'entreprise. Maintenant, les informations sont la matière première de l'avenir, ils ont un grand impact sur la satisfaction des clients et sur le pouvoir de faire face à la concurrence dans le marché.

Les technologies de l'information et de la communication affectent beaucoup la gestion de ressource humain dont le but d'informer, motiver et de fédérer le capital humain afin d'obtenir une productivité élevée et une meilleure qualité de travail à travers la bonne communication interne.

La communication interne, notamment via les TIC, est devenue le véritable vecteur de création d'informations et de connaissances, cela permet aux dirigeants d'obtenir les informations nécessaires pour prendre les bonnes décisions aux bons moments. Ainsi, la diversité de ces technologies de l'information et de la communication (telles que le téléphone, la messagerie, l'intranet, etc.) favorise l'échange et la circulation d'informations entre les différents départements pour améliorer la performance, afin que les employés aient un fort sentiment d'appartenance, et plus d'intégrations entre eux dans le fonctionnement du groupe de travail au sein de l'entreprise.

Suite à toutes ces considérations, nous avons choisi de mener une étude, dans le cadre de notre mémoire, sur le sujet : « l'impact des technologies d'information et de communication sur la prise de décision dans l'entreprise » dans l'entreprise national des grands ouvrages d'art.

Le choix de notre sujet de recherche est justifié par les raisons suivantes :

- ✓ L'idée de cette recherche découle de besoins personnels afin de mieux comprendre comment la communication interne dans l'entreprise peut se faire avec l'émergence des technologies de l'information et de la communication.
- ✓ Développer nos connaissances dans le domaine de la communication et des relations interpersonnelles, et plus particulièrement dans le domaine de la communication interne.

Introduction générale

Afin d'obtenir des résultats pertinents à nos objectifs de recherche sur le terrain, en répondant à la question principale suivante : **Quel est le rôle des technologies de l'information et de la communication (TIC) dans l'amélioration de la communication interne au sein de l'entreprise ?**

Dans l'objectif de mieux comprendre notre sujet de recherche et de pouvoir répondre à notre question générale, nous posons les questions secondaires suivantes :

- a) Qu'est-ce qu'un TIC et quel est son impact dans l'entreprise et dans la communication interne ?
- b) Les TIC sont-elles les meilleures approches qu'elles favorisent le développement de la communication interne dans l'organisation ?
- c) Comment les TIC peuvent-elles améliorer le niveau de communication dans l'entreprise et engendrer un bon sens de travail ?

2. Les hypothèses :

Face aux interrogations évoquées précédemment dans la problématique de recherche et suite à notre pré-enquête nous proposons les hypothèses suivantes :

- a) **Hypothèse 01** : Les TIC sont devenus une obligation dans la gestion de la communication interne au sein d'entreprise.
- b) **Hypothèse 02** : La mise en place d'un TIC permet d'améliorer la relation interne à travers la meilleure communication entre les individus.
- c) **Hypothèse 03** : La pratique des technologies d'information et de communication conduit l'entreprise vers le bon climat social et donne l'esprit d'équipe et favorise les relations interpersonnelles.

Afin d'affirmer ou infirmer ces hypothèses nous avons adopté deux méthodes :

- Une méthode descriptive qui consiste à présenter les notions clés de notre étude à savoir les technologies d'informations et de communications, et la communication interne, et ce grâce à des outils essentiellement bibliographiques telle que les ouvrages, les travaux universitaires et une webographie.
- Une méthode principalement analytique, à travers un entretien et un questionnaire au sein de l'entreprise ENGOA.

Introduction générale

Concernant notre étude de cas, d'abord, en se basant sur des documents fournis par l'entreprise ENGOA, nous avons effectué une étude qualitative pour pouvoir ressortir le changement qui peut arriver par l'utilisation des TIC au niveau de communication interne d'ENGOA, en se basant sur l'analyse d'entretien effectué auprès du chef de département RH.

Ensuite, nous avons aussi, effectué une étude quantitative pour pouvoir confirmer les résultats obtenus par l'entretien et avoir des résultats quantitatifs par l'élaboration d'un questionnaire destiné aux différents utilisateurs des TIC dans l'entreprise (cadres, agents des maitrises et d'exécutions).

Pour révéler et mettre en lumière tout ce qui a été dit et mener nos recherches, nous avons élaboré un plan de travail divisé en deux parties :

- ✓ La première partie est théorique : elle contient deux chapitres le premier est consacré aux aspects théoriques de la communication interne, et puis le deuxième chapitre relatif aux technologies de l'information et de la communication (TIC) et son rôle au sein de l'entreprise. il est divisé en deux sections, la première section représente un aperçu général sur les technologies de l'information et de la communication, et la deuxième section consacré aux rôles des technologies de l'information et de la communication (TIC) dans l'entreprise. Qu'est divisé aussi en deux parties, la première consacrée aux rôles des TIC dans l'entreprise, et la deuxième section consacrée au rôle des TIC dans l'amélioration de la communication interne de l'entreprise.
- ✓ La deuxième partie est pratique : elle contient deux sections, la première est consacrée à la représentation de l'organisme d'accueil d'ENGOA, (ses origines, son historique, missions, les objectifs, sa communication interne), La deuxième section consacrée à la méthodologie de recherche, et l'analyse des données et l'interprétation des résultats anticipés.

Enfin on termine par des propositions et des recommandations et une conclusion générale.

Premier Chapitre

Chapitre I : Généralités sur la communication interne de l'entreprise.

Afin de mieux comprendre comment les TIC sont considéré comme un facteur essentiel pour améliorer la pratique de communication interne dans l'entreprise, il faut d'abord comprendre les notions générales de la communication interne.

Ce chapitre est réservé aux notions générales sur la communication interne. Il est divisé en deux parties: la première partie est consacrée à un aperçu de la communication interne (son évolution, ses différentes formes, circuits, et fonctions), et la seconde partie traite du fonctionnement et de l'existence de la communication interne au sein de l'entreprise (les réseaux, les moyens, les objectifs, le plan de la communication au sein de l'entreprise).

Section 01 : Les principes fondamentaux de la communication interne.

1. Les notions générales de la communication :

1.1. La Communication :

Etymologiquement, le mot communiquer vient du latin *communicare*, mettre en commun, de *communis*, commun.¹

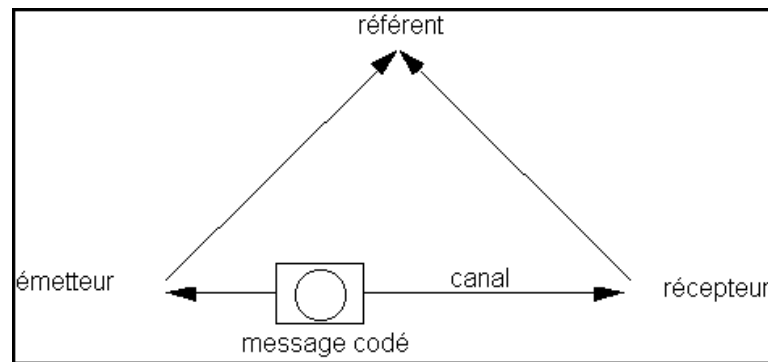
La communication est l'action de communiquer, de transmettre des informations ou des connaissances a une personne ou un groupe.

La communication dans notre recherche est considérée comme l'élément de base de toute relation sociale, qui permet le transfert d'informations, des messages ou des signes entre les salariés. Il désigne également l'ensemble des actions et moyens visant à donner la meilleure image à tout ou partie des salariés de l'entreprise.

¹ LECLERC (Michel) et QUIMPER (Michel) : *Les relations au travail au Québec*, process de l'université de Québec ,2eme édition, CANADA, 2003, p.374.

Chapitre I : Généralités sur la communication interne de l'entreprise.

Figure N°1 : Schéma d'une situation de communication.



Source : [http://www.ac-](http://www.ac-grenoble.fr/PhiloSophie/logphil/notions/langage/convers/textes/jakobson/communic.htm)

[grenoble.fr/PhiloSophie/logphil/notions/langage/convers/textes/jakobson/communic.htm](http://www.ac-grenoble.fr/PhiloSophie/logphil/notions/langage/convers/textes/jakobson/communic.htm)
(20/05/2021 à 11 :40)

- Émetteur : celui qui parle.
- Récepteur : celui à qui l'on parle.
- Réfèrent : c dont on parle.
- Canal : médium de transmission. La double flèche indique la réversibilité du canal et l'inversion possible des rôles entre émetteur et récepteur.
- Message : information transmise.
- Code : système de signe utilisé.

1.2. La communication d'entreprise :

1.2.1. Définition :

Peut-être défini comme la production d'information sur le milieu interne et externe et comme la création d'interface.¹

La communication d'entreprise est l'action volontariste d'émission de transmission et de réception des messages dans un système des signes qui s'échangent au sein de l'entreprise et entre celle-ci et son environnement.²

La communication d'entreprise est un processus d'écoute et d'émission des signes et messages à destination des publics particuliers, visent à améliorer l'image de l'entreprise, renforcer ses relations, promouvoir ses produits et services, défendre ses intérêts.¹

¹D'ALMEIDA (Nicole) et LIBAERT (Thierry) : *La communication interne de l'entreprise*, 5eme édition, DUNOD, Paris, 2007, p.9.

² LIBAERT (Thierry) et WESTPHALIEN (Marie- Hélène) : *Communicator, Toute la communication d'entreprise*, 6 ème édition, DUNOD, paris, 2012, p.13.

Chapitre I : Généralités sur la communication interne de l'entreprise.

La communication d'entreprise est devenue un enjeu important dans la circulation rapide de l'information au sein de l'institution.²

1.2.2. Les types de la communication d'entreprise :

- a) **La communication interne** : On peut faire entourer l'information, améliorer et progresser adhésion aux finalités, et de confirmer la cohésion et de simplicité le travail en commun de ces membres.
- b) **La communication externe** : améliore l'image de l'organisation et son identité vis-à-vis de ces partenaires extérieurs.³

1.3. La Communication Interne :

*« La communication interne est l'une des déclinaisons de la communication d'entreprise. Elle est la composante d'un système global d'organisation des flux d'information et des échanges. Sa particularité réside moins dans les techniques de communication utilisées que dans la cible visée, soit l'ensemble des salariés d'une entreprise, et dans les objectifs particuliers qui sont poursuivis ».*⁴

La communication interne est un outil de gestion stratégique des entreprises, indispensable dans les sociétés modernes. Il est l'aboutissement actuel de la lente évolution des mentalités et des comportements qui s'est concrétisée par le passage des conceptions tayloristes aux conceptions modernes basée sur le développement de l'homme.⁵

Alors, la communication interne peut être définie comme l'ensemble des échanges d'informations établis entre les participants de l'organisation afin qu'ils puissent Vivre et travailler ensemble.

¹ LIBAERT (Thierry) et WESTPHALEN (Marie Hélène) : Opcit, p.43.

² D'ALMEIDA (Nicole) et LIBAERT (Thierry) : *La communication interne de l'entreprise*, 2eme édition, DUNOD, paris, 2000, p.16.

³ BONNEFOUS (Brunno) et autres : *Information et communication*, sous la direction de Madeleine Doussy, édition de Bréal, Rosny-Sous- Bois, 2005, p.83.

⁴ D'ALMEIDA (Nicole) et LIBAERT (Thierry) : *la communication interne de l'entreprise*, 4 ème édition, Dunod, Paris, 2004, p .9.

⁵ WESTPHALIEN (Marie- Hélène) : *Communicator : le guide de la communication d'entreprise*, 3^{ème} édition, DUNOD,Paris, 2001, p.7.

Chapitre I : Généralités sur la communication interne de l'entreprise.

2. L'évolution de la communication interne :

Historique de la communication interne revient à la période de l'industrialisation qui a relié avec l'apparition des plusieurs entreprises, ces derniers partagent les informations et les consignes aux employeurs.

L'identification de la fonction entière est mise en œuvre après l'apparition des premiers journaux interne en 1890.

Durant les années de 80, les termes « les chargés de la communication interne », ou « responsables de la communication interne » sont apparus naitront en même temps les premières agences de conseil et de l'audit.

L'évolution de la communication interne est commencée au début des années 90 les « inventives d'action et d'aventure » était particulièrement appréciés avec le développement technologiques les moyens de communication ont connu d'énormes progrès est la mise en place des systèmes de communication en ligne, vidéos conférences et autres modes de communication ultra moderne.

3. Les différentes formes de la communication interne :

Pour toute organisation, la communication interne est nécessaire pour la voie stratégique. C'est un outil efficace pour améliorer l'efficacité organisationnelle, renforcer la cohésion d'équipe et stimuler l'enthousiasme, l'efficacité et l'innovation des employés. Par conséquent, chaque entreprise a son propre type de communication. Ainsi, trois types de communication peuvent être paramétrés en interne : "communication descendante", "communication ascendante " et "communication horizontale". Chaque type de communication correspond à la vision stratégique de l'entreprise.

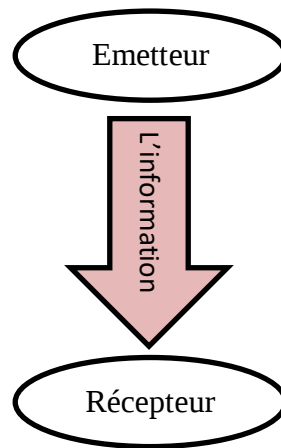
3.1. La communication descendante ou hiérarchique :

C'est la communication de « haut vers le bas », la plus existe dans l'entreprise, et la plus pratiquée, elle a l'objectif de transmettre les informations des dirigeants (Ordre, réglementation, des nouvelles) vers les personnes des niveaux inférieures dans la hiérarchie d'organigramme de l'entreprise.

Chapitre I : Généralités sur la communication interne de l'entreprise.

Le journal interne, les notes de service, les panneaux d'affichage, les réunions, les informations téléphonées, vidéos, etc. sont les supports les plus utilisés dans ce type de communication.¹

Figure N°2 : La communication interne descendante.



Source : élaborée par l'étudiant.

3.2. La communication ascendante ou salariale :

C'est la communication de « bas vers le haut », elle est un facteur clés de bon climat social, à partir de l'échange des soucis dans l'entreprise, afin de trouver le bon chemin vers le sens de famille entre les personnels de l'entreprise.

Selon Thierry Libeart : « *Lorsque les salariés adressent des informations à leur hiérarchie, ils peuvent l'effectuer via des enquêtes qui leur sont adressées, des dispositifs de type boîtes à idées* ». ²

Elle permet de connaître les aspirations des salariés et de gérer les conflits éventuels, découvrir les difficultés de travail de chaque salarié, et utilisée toutes les méthodes pour améliorer l'état général de l'environnement interne au sein de l'entreprise.

Les supports utilisés dans ce type de communication sont la boîte à idées, les sondages, l'affichage, tribune libre dans le journal d'entreprise, etc.³

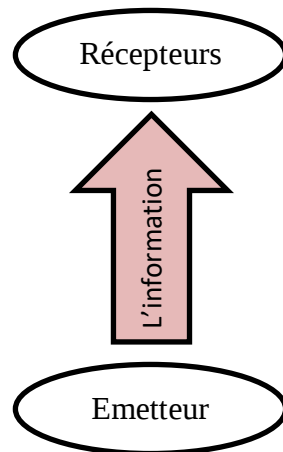
¹ LIBAERT (Thierry) et WESTPHALEN (Marie Hélène) : Opcit, p.229.

² LIBAERT (Thierry) : *introduction à la communication*, édition DUNOD, paris, 2009, p.54.

³ LIBAERT (Thierry) et WESTPHALEN (Marie Hélène) : Opcit, p.229.

Chapitre I : Généralités sur la communication interne de l'entreprise.

Figure N°3 : La communication interne ascendante.

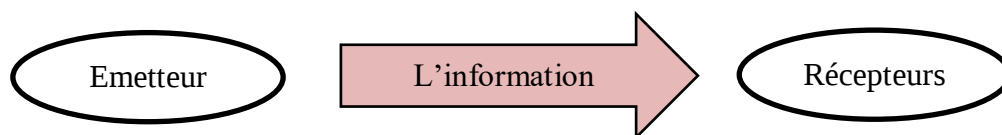


Source : élaborée par l'étudiant.

3.3. La communication horizontale ou transversale :

Ce type de communication favorise la communication entre toutes les parties prenantes de l'entreprise et constitue une communication égale entre les différents services et départements. Elle stimule le transfert des connaissances, la remontée d'informations et intègre tous les acteurs de l'organisation dans le mécanisme de prise de décision. L'information horizontale peut fédérer ses employés, établir « l'esprit de la maison », et indirectement mieux coordonner le processus de production. La communication horizontale passe naturellement par des réunions interdépartementales et des forums ouverts sur différents supports d'information (magazines, babillards, etc.).

Figure N°4 : La communication interne transversale.



Source : élaborée par l'étudiant.

4. Les fonctions de la communication interne :

La fonction de base de la communication interne est de favoriser l'échange d'informations pour accompagner les projets d'entreprise : obtenir la certification, introduire des changements dans le processus de production.

Chapitre I : Généralités sur la communication interne de l'entreprise.

Pour que la communication soit efficace, il ne suffit pas de transmettre l'information aux bonnes personnes et d'obtenir la compréhension. Le destinataire de l'information doit en saisir le sens et les enjeux afin de contribuer au développement de l'entreprise.

La communication est essentiellement une fonction commune dans l'organisation, donc l'une des priorités sera de préparer la direction à « communiquer ». La communication interne doit remplir trois tâches symétriques : **écouter, informer et arbitrer**.

4.1. Ecouter :

L'écoute est le facteur le plus important du succès de la communication entre les membres de l'entreprise, chacun exprime son opinion, mais ils ont besoin que quelqu'un les entende, qu'il s'agisse de discussions en direct, les enquêtes, ou des sondages internes, et de la surveillance du suivi de l'information, pour assurer que les informations recueillies puissent grimper la hiérarchie.

4.2. Informer :

Le personnel chargé de la communication interne au sein de l'entreprise doit faire circuler l'information entre les services afin que tous les employés aient une autonomie. Que ce soit par e-mail, publications ou réunions, l'équipe peut être bien informée.

Tout doit circuler : les événements internes et externes, les chiffres, les comptes rendus des réunions, les décisions prises, etc.

4.3. Arbitrer :

Il y a plusieurs difficultés à surmonter dans la communication interne :

- Éviter l'écart entre l'expérience et les idées des employés sur l'organisation et la discussion de l'organisation sur elle-même.
- Échanger avec différents publics internes de la même manière, en utilisant des outils spécifiques, des messages clairs, et différents émetteurs.
- Coordonner la communication interne et externe (Sans composantes internes, il n'y aura pas d'actions de communication externe. « Idéalement, le responsable de la communication doit savoir écouter, écrire et produire des supports audiovisuels. Il doit également être un homme des relations sociales, de marketing et de gestion »).

Chapitre I : Généralités sur la communication interne de l'entreprise.

5. Les circuits de la communication interne :

La mise en point d'un système permanent, ouvert et rapide de circulation de l'information dans l'entreprise, est devenue un enjeu important et efficace.

5.1. Le circuit hiérarchique :

Du supérieur hiérarchique à ses collaborateurs, il véhicule les informations qui permettent de mener à bien l'activité de l'entreprise. L'information circule de multiples façons : descendante, ascendante, transversale, interactive. Les moyens utilisés par la hiérarchie pour émettre, faire circuler et capter l'information en retour sont très variés. Les plus formels sont les conférences ou la visioconférence et la réunion, les plus informels, la conversation improvisée. Ils peuvent être collectifs ou individuels et leurs supports sont très variés : oral, écrit, utilisation des TIC. ¹

5.2. Le circuit des instances représentatives :

Elles ont une existence régie par la loi, leur mission de représentation compte un volet important en matière de communication : droit de recevoir des informations de la part de la direction et droit de transmettre des informations au personnel, donc il existe un dispositif d'information légal, il se compose de (comité d'entreprise CE, les délégués syndicaux, les délégués du personnel), outre la garantie légale de ce circuit, il couvre un champ large d'informations, qui va de la situation personnelle du salarié à la marche de l'entreprise. ²

5.3. Le circuit de la communication interne :

Il est organisé par la direction de l'entreprise, et destiné à toucher des larges publics interne, l'ensemble des personnes et populations spécifiques (cadres, agents de production, force de vente...) il n'est pas seulement dans les petites entreprises, mais il est rigoureusement construit dans les grandes entreprises ou il est important de délivrer une information homogène et commune.

Ce circuit a une dimension pédagogique, il favorise une meilleure connaissance de l'entreprise (ses objectifs, ses contraintes, ses activités...)

Les messages véhiculés par ce circuit concernent à la fois les événements exceptionnels de l'entreprise (annonce d'un nouveau produit...) et ses projets présents à venir. ³

¹ ALLEGRE (Claude Blanche) et ANDEANSSIAN (Anne Elisabeth) : *Gestion des ressources humaines (Valeur de l'immatériel)*, 1er édition de Boeck, Bruxelles, 2008, p.234.

² D'ALMEIDA (Nicole) et LIBEART (Thierry) : *Opcit*, p.24.

³ *Ibid*, p.24.

Chapitre I : Généralités sur la communication interne de l'entreprise.

Section 2 : L'entreprise comme un espace de communication.

Après avoir parlé de les notions globales de la communication interne, on a besoin de comprendre le fonctionnement et la nature de l'existence d'une communication entre les personnes au sein d'une entreprise.

1. Les réseaux de la communication interne :

Dans l'entreprise, l'information circule dans tous les départements et vers toutes les personnes, par deux types de réseaux qui sont : le réseau formel et le réseau informel.

1.1. Le réseau formel :

Celle qui renvoi à tous ce qui est officiel dans une organisation et qui est soumis aux lois de l'organisme, il renvoi ainsi à : *« tous les réseaux officiels lors de la structure de l'organisation son objet et de canaliser les mouvements d'informations à l'intérieurs et à l'extérieur d'une entreprise »*¹

1.2. Le réseau informel :

*« Il représente une courroie non structurée de communication essentielle à l'efficience organisationnelles ».*²

Le réseau informel existe dans les discussions entre tous les salariés dans l'entreprise, dans les bureaux ou dans les couloirs, avec ou sans rendez-vous, elle peut participer dans la réalisation de communication formelle.

1.3. Les supports ou moyens de la communication formelle et informelle :

Nous les mettons dans un tableau pour séparer les différents moyens en sens de formalité :

¹ SHINON (L.Dalon) et autre : *psychologie du travail et comportement organisationnel*, 2eme édition, GAETIN MORIN éditeur, CANADA, 2002, p.157.

² Ibid, p.157.

Chapitre I : Généralités sur la communication interne de l'entreprise.

Tableau N°1 : Les moyens des réseaux de communication interne.

Réseau formel	Réseaux informel
- La procédure d'accueil : L'accueil est un instrument privilégié de transmission d'informations aux nouveaux salariés, ces informations ont pu être engagées en phase de recrutement. - Les publications. - Les tableaux de bord. - Les enquêtes. - Les entretiens. - les réunions.	- Les circuits de communication non prévus de manière « officielle » mais concernant l'activité professionnelle. - L'échange rapide entre un supérieur hiérarchique et son subordonné sur leurs activités respectives de la veille. - La bouche à oreille. - Les discussions dans le bureau d'un salarié ou devant la machine à café. - Les contacts spontanés entre collègues de travail pour l'avancement des dossiers indépendant de toute procédure formelle.

Source : élaboré par l'étudiant.

Alors, la communication interne formelle basée généralement sur les moyens écrits, et la communication informelle emprunte le chemin de la communication interpersonnel en face à face et non prévue de manière officiel.

2. Les moyens de la communication interne :

2.1. Les supports oraux de la communication interne :

Parler est le moyen d'échange le plus naturel, le plus immédiat, dans les entreprises comme dans n'importe quel groupe.

Chapitre I : Généralités sur la communication interne de l'entreprise.

Il existe des nombreuses formes de communication orale, la plus évidente est la relation de face à face entre un responsable et ses subordonnés, elle se fait d'une manière informelle, dans un couloir, elles changent quelques mots, mais elle se fait aussi autour des procédures plus formalisées : réunions, instance de dialogue...¹

✚ **Le téléphone** : Le téléphone est un instrument qui permet de transmettre et de recevoir à distance la parole ou des sons entre deux personnes éloignées.²

C'est l'outil le plus utilisée soit dans la vie quotidienne ou dans la vie professionnelle des individus autour le monde.

✚ **La ligne ouverte au personnel** : *« Il s'agit de donner aux salariés les moyens de s'exprimé, de poser leurs questions de manière simple : en décrochant leur téléphone. Inutile de prendre rendez-vous avec quiconque, ni de rédiger une note écrite. L'expression est libre, tous les thèmes peuvent être abordés. »*³

C'est la forme simple et souple de communication entre les personnes d'entreprise.

✚ **La réunion** : La réunion est le meilleur moyen d'échanger des informations entre les membres de l'organisation .Elle a des différentes formes comme la réunion dans une salle, ou par des rencontres, ou de manière des visioconférences par les nouvelles technologies d'information.

L'objectif principal de cet outil est soit d'obtenir l'information, soit de prendre rapidement une ou plusieurs décisions en rassemblant un maximum possible de point de vue.⁴

✚ **Les Rencontres** : *« Réunions interservices, visites d'atelier, de chantier, d'usine, journées portes ouvertes ..., Ces rencontres procèdent de la même volonté : provoquer des échanges latéraux entre salariés d'une même entreprise. »*⁵

✚ **L'entretien individuel** : Les entretiens en face à face sont la technique la plus adaptée pour transmettre des informations hautement personnalisées. Elle permet de stimuler

¹ WESTPHALEN, (Marie-Hélène) : Opcit, p.119.

² BALLE (Francis) : *dictionnaire des medias*, édition Larousse-bordas, paris, 1998, p.244.

³ WESTPHALIEN (Marie- Hélène) : Opcit. p.119.

⁴ BOUHAFES (Abdelkrim) : *La communication dans l'entreprise*, édition office des publications universitaires, Alger, 2014, p.124.

⁵ Ibid. p.121.

Chapitre I : Généralités sur la communication interne de l'entreprise.

L'enthousiasme des cadres ou des commerciaux, d'échanger sur l'évaluation du travail, de responsabiliser les salariés sur des tâches spécifiques, elle fait partie du quotidien de l'entreprise et de sa communication interne obligatoire.

✚ **Conventions et séminaires :** « *Les appellations de convention et de séminaire sont utilisées pour la même technique de réunion en fonction du nombre de participants. En d'autres termes, une réunion regroupant moins d'une centaine de personnes sera en général, appelée un séminaire. Lorsque plus d'une centaine de personnes participent à une réunion, on l'appellera alors plutôt une convention.* ».¹

L'importance de ces réunions réside dans la motivation des salariées, et le sens de famille, et dans le partage des émotions entre les personnes.

2.2. Les supports écrits de communication interne:

Dans la communication interne de l'entreprise, le texte reste un support indispensable pour la transmission formelle de l'information. Ce type de communication textuelle se retrouve dans tous les aspects selon qu'il s'exprime sous forme des notes, des rapports, des boîtes à suggestions, etc.

Les moyens écrits constituent tout à la fois un des éléments centraux des difficultés de la communication interne et en même temps un des facteurs de la réussite.

✚ **Le journal d'entreprise :** Le journal d'entreprise représente le principal support de communication interne.

Existant depuis plus d'un siècle, il servait à l'origine à appuyer l'esprit paternaliste des dirigeants d'entreprise. S'il est parfois perçu comme un moyen d'influence de la direction.²

Il est un outil principal de la communication interne descendante dans l'entreprise.

✚ **Les Notes flash :** « *Située entre la note de service et le journal d'entreprise, la note flash, appelée également flash d'information, est un support écrit visant à informer le personnel de manière rapide et brève.* »³

¹ DECAUDIN (Jean-Marc) et IGALANSI (Jacques) : *La communication interne*, DUNOD, 2eme édition, PARIS, 2009, p.156.

² MALAVAL (Philippe) et DECAUDIN (Jean-Marc): *Opcit*, p.539.

³ D'ALMEIDA (Nicole) et LIBEART (Thierry) : *Opcit*, p.44.

Chapitre I : Généralités sur la communication interne de l'entreprise.

✚ **La revue de presse** : La revue de presse est la diffusion organisée en interne des articles parus dans les medias externe concernant l'entreprise.

Cet outil est un criblage analytique des medias qui permet de s'informer sur un thème, un secteur, un sujet et de se doter d'une connaissance riche et actualisée de l'environnement de l'entreprise et du client. ¹

Plus le niveau d'information fourni par les articles est élevé, plus nous pouvons en bénéficier en tant qu'information utile et fiable au sein de l'entreprise.

✚ **La note de service** : La note de service est le premier outil de la communication dans l'entreprise, notamment la communication interne descendante, son objectif est de informer tous les personnes dans l'entreprise sur les différentes règles internes.

Toutes les entreprises, quelle que soit leur taille, y ont recours, sa distribuer traditionnelle sous forme papier est désormais supplanté par les messageries électroniques. La note de service est un moyen indispensable de management de l'entreprise. ²

✚ **La documentation** : *« Elle constitue l'ensemble des informations relatives aux activités de l'entreprise et peut être communiquée de trois manières aux salariés ; par un espace adapté, par une circulation de l'information, par une adresse directe au salarié. »* ³

✚ **Le panneau d'affichage** : *« Les panneaux d'affichages sont des moyens relativement peu exploités, ou alors seulement pour des informations sur la sécurité. Ils permettent une diffusion facile d'accès, que ce soit d'avis au personnel ou de visuel –au format des affiches publicitaires.»* ⁴

✚ **La boîte à idées** : La boîte à suggestions est un système organisé par lequel les employés de l'entreprise peuvent proposer des idées qui peuvent éveiller l'intérêt de leurs supérieurs par écrit à tout moment. Si son idée est acceptée et que son

¹ BORDEAU (Jeanne) : *la boîte à outil de chargé de communication*, édition d'organisation, groupe Eyrolles, paris, 2011, p.95.

² D'ALMEIDA (Nicole) et LIBEART (Thierry) : Opcit, p.46.

³ Ibid. p 48.

⁴ BOUHAFES (Abdelkrim): Opcit, p.119.

Chapitre I : Généralités sur la communication interne de l'entreprise.

application s'avère particulièrement intéressante, il aura droit à une indemnité selon les règles prescrites.

2.3. Les supports audio-visuels de communication interne:

Sont des supports de communication efficaces (bonne transmission de l'information, compréhension et mémorisation aisées et agréables pour les spectateurs ou les auditeurs, ils reçoivent confortablement le message.¹

✚ **La visioconférence :** Cette technologie permet de recréer les conditions d'une réunion entre plusieurs personnes géographiquement éloignées, et reliées entre elles par un système de télécommunication (son et image étant interactifs). Équipées d'un moniteur, d'une caméra.

vidéo et d'un haut-parleur, les différentes parties prenantes se voient (par l'intermédiaire de la caméra vidéo), et dialoguent (grâce au haut-parleur) comme si elles étaient dans la même pièce.»².

✚ **Le journal vidéo :**

Poursuit le même type d'objectif que le journal téléphoné ou sur support papier ou électronique, diffusé dans les lieux de rassemblement ou de passage, obéissant à des nombreuses contraintes de coût et de renouvellement des images, il reste d'un usage limité.³

✚ **Le journal électronique :** Les journaux électroniques (affichage par bandeau défilant ou journal écrit sur un écran), prémisses des modes de communications électroniques, sont encore utilisés. Toutefois, ces techniques sont d'une efficacité variable, dépendant de l'utilisation que l'on en fait et bien entendu, du lieu de projection.⁴

✚ **L'intranet :** Est un réseau privé, sécurisé, réservé aux membres d'une même entreprise, utilisant les technologies de l'Internet (tels que la messagerie, les liens hypertextes et les moteurs de recherche). L'Intranet permet, à moindre coût et en toute sécurité, le transport et le partage des textes, images et sons, entre les membres d'un

¹ WESTPHALEN (Marie-Hélène) : Opcit, p.122.

² Ibid, p.122.

³ D'ALMEIDA (Nicole) et LIBAERT (Thierry) : Opcit, p.73.

⁴ BOUHAFES (Abdelkrim) : Opcit, p.121.

Chapitre I : Généralités sur la communication interne de l'entreprise.

groupe, quel que soit l'endroit où ils se trouvent¹.

3. Les objectifs de la communication interne :

L'intensification de l'utilisation de la communication interne est directement liée aux objectifs qu'on peut lui attribuer. Ces derniers peuvent être regroupés en trois grandes catégories : informer, motiver et rassembler, en particulier lorsqu'il faut gérer un changement important.²

Ces objectifs doivent être réalisés en même temps que les deux situations de communication : d'une part, les opérations quotidiennes de l'entreprise, d'autre part, les événements particuliers tels que les acquisitions, les crises et les changements commerciaux. Repositionnement stratégique. Le choix des objectifs nécessite d'abord d'écouter les employés en par l'utilisation des différentes techniques d'apprentissage disponibles aujourd'hui. C'est grâce à cette information que la définition de l'objectif est significative.

3.1. Informer :

Bien qu'il existe des différences subtiles entre la communication et l'information, la communication interne peut jouer un rôle important, notamment en présentant la vision de l'organisation, les enjeux stratégiques, l'orientation professionnelle, les systèmes de rémunération et d'évaluation aux publics internes, une réponse aux besoins du personnel en informations pertinentes et utiles pour se positionner au sommet du dispositif et donner du sens à ses actions tout en sachant que ses efforts convergent vers les objectifs de système.

3.2. Motiver :

La majorité des entreprises se trouvent sur des marchés très concurrentiels à la qualité de travail fourni par le personnel. La création d'un climat favorable à l'efficacité professionnelle et la recherche d'une forte motivation ne peuvent être pertinentes qu'à la condition avec la gestion des ressources humaines.³

Si les gens s'intéressent à l'aspect personnel de la motivation, alors tout le monde veut tant psychologiquement que professionnellement doivent être considérés.

¹ WESTPHALEN (Marie-Hélène) : Opcit, p.411.

² MALAVAL (Philippe) et DECAUDIN (Jean-Marc): *Pentacom, communication corporate, interne, financière, marketing b-to-c et b-to-b*, 3ème édition, Pearson France, 2012, p.527.

³ MALAVAL (Philippe) et DECAUDIN (Jean-Marc): Opcit, p.528.

Chapitre I : Généralités sur la communication interne de l'entreprise.

3.3. Fédérer et animer la vie organisationnelle :

Rassembler les salariés autour des valeurs communes et d'un projet, est un objectif que toute organisation devrait poursuivre, et faire comprendre la stratégie de l'entreprise.¹

En connectant les individus, les équipes et les organisations, la communication interne crée de l'animation en générant des flux d'informations et en développant la communication quotidienne entre les différents acteurs de l'organisation, évitant ainsi la routine et la stagnation qui affectent négativement le travail et la productivité individuelle et collective.

En fin, les objectifs de la communication interne dans l'entreprise sont plus nombreux, nous pouvons en citer quelques-uns dans les points suivants :

- L'objectif global de la communication interne est d'optimiser la demande/offre d'informations dans l'organisation.
- Elle accompagne les projets socio-économiques de l'entreprise : objectifs et méthodes.
- Elle s'agit d'un projet concret basé sur des objectifs réels dérivés d'orientations stratégiques et d'engagements budgétaires.

La communication interne apporte un soutien précieux à la réalisation de la stratégie organisationnelle.

- L'imbrication de la communication et du management découle de la pratique quotidienne de la relation entre les individus et les équipes de travail organisées à différents niveaux.
- Un des objectifs de la fonction communication interne est d'aider le management à jouer le rôle d'information, d'écoute et de dialogue.
- La communication interne favorise l'échange de connaissances et d'expériences pour partager, développer et accélérer les progrès.
- En supprimant la division des départements d'activité et en facilitant le transfert d'expérience, il renforce la cohérence et la réactivité de l'organisation.
- Partager une langue, une culture, et un ensemble de valeurs pour cultiver un sentiment d'appartenance à l'entreprise.
- Les valeurs mises en avant par l'entreprise marquent leur identité.
- La communication interne permet de construire une image positive unifiée de l'entreprise.

¹ Ibid, p.528.

Chapitre I : Généralités sur la communication interne de l'entreprise.

- Elle crée un langage commun qui permet à chacun de situer et d'ajuster son comportement professionnel.

4. Le plan de la communication interne :

Il exprime le choix des actions de communication interne sur une période allant généralement de un à trois ans. Certains plans de communication interne engagent une temporalité plus longue lorsqu'il s'agit de présenter un changement important.

Le plan de communication répond à un souci de cohérence et d'efficacité ; il est un des signes de la professionnalisation de la fonction. Il présente les objectifs, les cibles, les messages, les outils et le coût d'investissement de communication...¹

➤ Les étapes de l'élaboration d'un plan de communication interne :

I. Déterminer la place du plan de communication interne dans la stratégie interne :

a) Déterminer le champ d'action.

b) Constituer un groupe de pilotage : cette étape constitue le choix des acteurs suivants :

- Un responsable de management.
- Un responsable de la DRH en raison souvent des implications sur le personnel.
- Des aspects de la thématique traitée.²

c) Elaborer le diagnostic : c'est l'étape d'analyse du processus de communication décrit précédemment, pour découvrir les risques et les enjeux et les facteurs de résistance au niveau des publics visés ainsi que leurs attentes, par des différentes méthodes comme ; l'analyse SWOT, le focus groupe, l'enquête par questionnaire, etc. ³

✓ Cette phase est pour les objectifs suivants :

- S'adapter aux actualités des entreprises.
- Soit en phase avec les plans internes et avec les campagnes de communication externes.

¹ D'ALMEIDA (Nicole) et LIBAERT (Thierry) : Opcit, p.93.

² Ibid. P 40.

³ COBUT (Eric) et DONJEAN (Christine): *La communication interne*, Edipro, 2^{ème} édition, 2014, p.40.

Chapitre I : Généralités sur la communication interne de l'entreprise.

- S'adapter aux événements internes d'entreprises et aux canaux d'informations existantes.
- L'adaptation à la disponibilité des récepteurs et à la diversité de leurs temps et lieux de travail

II. Définir les objectifs du plan de communication interne :

L'objectif opérationnel de communication interne sont déterminés à partir des objectifs stratégiques de communication, des résultats du diagnostic obtenus lors de l'étape 1 la tâche 3 ainsi que des finalités recherchées¹.

✓ Cette phase est pour les objectifs suivants :

- Prescription de situation préalable afin de préciser un objectif.
- Identification : messages, cibles, et moyens.
- Le but fixe la stratégie, veut dire les actions globales de communication à atteindre et faire cerner les objectifs fixés par la direction et déterminer les objectifs suffisantes.

III. Déterminer les cibles :

Pour chaque objectif, identifiez un ou plusieurs publics, etc.

✓ Cette phase est pour les objectifs suivants :

- La bonne mise en choix de couplage : objectifs/cibles/moyens.
- Le remplacement de plan de communication« toujours plus » d'informations par un « mieux » d'information.
- Couper les cibles par base :
 - Géographique
 - Professionnelle
 - Statuaire
 - Transversale

¹COBUT (Eric) et DONJEAN (Christine): Opcit, p.41.

IV. La mise en œuvre du plan :

Le plan doit être validé par la direction générale et obtenir la reconnaissance des autres directions.

- a) **Définir le message** : En fonction de la cible choisie, le responsable de la communication définit l'idée principale du message à véhiculer auprès du public cible. L'identification de ces idées contribuera à être cohérente, continue, conforme aux résultats attendus et à la réalité objective tout au long du processus de communication.¹
 - b) **Identifier les stratégies** : La stratégie à mettre en œuvre varie en fonction des caractéristiques des publics visés, des objectifs fixés ainsi que du contexte, de sorte qu'il faille plutôt parler de stratégies plurielles.²
 - c) **Décider des actions et choisir les canaux de communication** : A ce stade, le chargé de communication décide des actions concrètes à mener et des supports à utiliser. Pour ce faire, sa décision se fonde sur différents critères dont voici un aperçu non exhaustif.³
- ✓ **Cette phase orchestre 4 séquences** :
- Les actions regroupées par grandes phases, grands objectifs, cibles principales.
 - La responsabilité des actions qui permet d'identifier les pilotes de l'action.
 - Le calendrier des actions (leur étalement et leur progression) et de la mobilisation des moyens (humains et techniques)
 - Le budget des opérations.

V. Le suivi et l'évaluation :

L'évaluation poursuit un double objectif : vérifier dans quelle mesure le plan d'action se déroule conformément aux révisions et mesure les effets obtenus.

Pour mesurer les effets produits tant durant la mise en œuvre du plan d'action qu'à l'issue de celui-ci, des indicateurs d'effets ou d'outcome sont utilisés.⁴

Mesurer régulièrement et au fil du temps l'efficacité et l'impact des actions = que les moyens correspondent bien aux objectifs et aux cibles définies.

¹ Ibid, p.43.

² Ibid, p.43.

³ Ibid, p 44.

⁴ Ibid, pp (45-46).

Chapitre I : Généralités sur la communication interne de l'entreprise.

- **A court terme** : mesurer l'efficacité d'un outil et la bonne compréhension d'un message
- **A plus moyen terme** : cerner les répercussions du plan de communication sur les comportements et les compétences des publics destinataires : les objectifs de l'entreprise sont-ils mieux connus ? L'autonomie d'action est-elle renforcée ?

Conclusion :

Ce chapitre nous a permis de dégager les contours et les dimensions théoriques du concept de communication interne, et de comprendre le statut de ce phénomène dans le champ scientifique.

Beaucoup d'entreprises ont renforcé à mettre en œuvre tous ces éléments de base afin de participer à la construction de l'image, l'unité et la positivité de l'entreprise, la clé de la communication interne est de créer un langage commun, pas un langage de bois, qui suppose que tous les paramètres sont spécifiques à la contribution des salariés aux objectifs de l'entreprise.

Dans ce cadre, la communication interne rassemble des informations stratégiques, culturelles, fonctionnelles et opérationnelles pour améliorer l'efficacité de l'organisation.

Chapitre

deuxième

Chapitre II : Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC)

Les Technologies de l'information et de la communication (TIC) se présentent à nos jours comme les puissants outils de la bonne gestion et de la transparence au sein des entreprises. Leur avènement a entraîné des bouleversements importants dans le comportement quotidien des entreprises, obligeant celles-ci à les intégrer progressivement dans ses différents services.

Ce chapitre est réservé à l'usage des TIC dans l'entreprise, et il est divisé en deux sections, la première représente des généralités sur les TIC « définition, son historique, ses caractéristiques, les différentes TIC, ses avantages et ses inconvénients, et la deuxième section réservée aux rôles des TIC dans l'entreprise.

Section 01 : Aperçue générale sur les technologies de l'information et de la communication.

1. Définitions des TIC :

En début, et avant de définir les TIC, on doit définir 03 mots clés :

- **La technologie** : il s'agit de la formulation et du développement des méthodes permettant de garantir que les différentes techniques ou activités sont pleinement utilisées.
- **L'information** : est l'ensemble organisé des données, qui constitue un message sur un phénomène ou un événement donné. L'information permet de résoudre des problèmes et de prendre des décisions, étant donné que son usage rationnel est la base de la connaissance.¹
- **La communication** : est le transfert d'informations entre un émetteur et un récepteur par un moyen de communication : langage, téléphone, (par voix ou par l'écrit ou d'autres manières des discussions).

A partir de ces trois définitions, nous pouvons dire que les TIC sont un ensemble des méthodes et des outils et des techniques nous permettant de mieux gérer et contrôler le contenu communiqué, pour faciliter la communication.

¹ <https://lesdefinitions.fr/information> (26/05/2021 à 11:56.)

Chapitre II : Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC)

Selon HERBERT SIMON : « *Les TIC sont l'ensemble des technologies susceptibles de rendre toute information accessible aux hommes, sous forme verbale ou symbolique, existera également sous forme lisible par ordinateur, les livres et mémoires seront stockés dans les mémoires électroniques...* ».¹

Selon CHARPENTIER : « *Les TIC sont un ensemble des technologies utilisées pour traiter, modifier et échanger de l'information, plus spécifiquement des données numérisées* ».²

Selon HERBERT les NTIC aident à rendre : « *Toute information accessible aux hommes, sous forme verbale ou symbolique, existera également sous forme lisible par ordinateur, les livres et mémoires seront stockés dans les mémoires électroniques...* »³

D'après les définitions précédentes, on en déduit que les TIC signifie généralement Moyens, matériels et logiciels pour assurer le traitement et la modification et la diffusion d'informations. Ils permettent également aux personnes en contact les unes avec les autres d'échanger des données écrites, visuel et sonore.

2. Les caractéristiques des TIC:

Caractérisons d'abord les TIC comme phénomène général :

- Plus et plus vite: les TIC évolue le contrôle de communication, par des nouveaux moyens plus vitesse de transmettre les informations entre les agents économiques, tels que des moyennes de s'exprimer, de créer, de travailler, et d'apprendre. Les TIC facilitent ce que l'on pouvait faire déjà, avec plus de rapidité, pour minimiser le gaspillage du temps.
- Plus petit: les supports d'information par exemple, deviennent plus petits et plus accessible.
- Plus abordable (coût, convivialité) : le coût de l'acquisition et de l'utilisation des TIC est semble-t-il constamment à la baisse pour un niveau d'utilisation donné, ce qui les rend accessible à une partie toujours croissante de la population, donnant ainsi à chacun des moyens puissants (démocratisation des médias), leur utilisation est

¹ <https://www.ladissertation.com/Soci%C3%A9t%C3%A9/Generation/Led%C3%A9veloppement-Durable-51835.html> (26/05/2021 à 11 :54).

² Ibid, (Le: 26/05/2021 à 11 :55).

³ PATEYRON (Emmanuel-Arnaud), et SALMON (Robert) : *Les nouvelles technologies de l'information et l'entreprise*, Edition economica, 1996, p.68.

Chapitre II : Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC)

également, pour la plupart, de plus en plus aisée, ce qui en facilite évidemment l'expansion¹

- Plus puissant : les outils technologiques de l'information et de la communication TIC (appareils et logiciels) toujours dans l'attention des programmeurs et des ingénieurs, on peut dire que chaque jour y'a des mises a jours, ou même des nouveaux logiciels, permettant un maximum d'effet.

La révolution des TIC a conduit à la croissance explosive des marchés financiers et des réseaux d'information : (La numérisation des données, du texte, des images et de la transmission du son à la vitesse de la révolution téléphonique, les ordinateurs en la plupart des secteurs de production et de service, La miniaturisation des ordinateurs et leur mise en réseau sur Internet Ces dernières années, caractérisées par le développement rapide des technologies de l'information et la mise en place des réseaux planétaires, Internet a progressivement bouleversé l'ordre mondial à l'échelle des étoiles planétaires).²

3. Les différentes applications des TIC :

3.1. Internet:

Internet est à la fois un canal de communication, un lieu de d'information et un canal de diffusion. Il vous permet de notifier par d'autres moyens sans être distrait.

Aussi, l'internet constitué un ensemble des pages, des données et des informations reliées entre elles par des liens hypertextes.

3.1.1. Les différentes applications d'internet :

 **Le site web** : Le site web permet ainsi une communication relationnelle en échange d'information qu'elle met à la disposition des internautes, l'entreprise se constitue des bases de données fines, précises, mises à jour en permanence.³

 **Le World Wide Web « www »** : est l'application la plus utilisé pour la recherche d'information car tout le monde peuvent utiliser, juste avoir un accès à l'internet et un navigateur, elle représente sa partie la plus facile et visible

¹ <https://wikimemoires.net/2011/02/types-tic-historique-tic-caracteristiques-des-tic/> , (24/05/2021 a 9 :38).

² RACHEDI (Abdelkader) : *L'impact des TIC sur l'entreprise, Magister, Université de Saida, 2006, p.19.*

³ WESTPHALIEN (Marie- Hélène) : *Opcit*, p.400.

Chapitre II : Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC)

(**Navigateur** : Un navigateur web correspond à un logiciel qui permet de naviguer sur Internet à partir d'un ordinateur, d'un téléphone ou d'une tablette.)

✚ **Les blogs** : Le blog est un type de site Internet particulier qui peut être présenté comme une sorte de journal intime publié sur la Toile, et accessible aux internautes du monde entier. Il s'agit d'une version simplifiée d'un site internet, proposée clé en main aux internautes, et gérée techniquement par un éditeur.¹

Il existe des logiciels de publication de blog, et parmi les plus connus : WordPress, dot Clear, etc.

✚ **Les wikis** : Les Wikis constituent des pages qui peuvent être consultées et commentées, mais son problème c'est que tous les personnes peuvent ajouter ou modifier ses informations, cela ne peut pas utiliser directement sans la confirmation de ce que nous remettre à travers lui. prenons par exemple l'encyclopédie électronique « Wikipédia ».

✚ **Les réseaux sociaux** : Les réseaux sociaux en ligne, ou social networks en anglais, désignent les sites Internet et applications mobiles qui permettent aux utilisateurs de se constituer un réseau d'amis ou de relation, et qui favorisent les interactions sociales entre individus, groupes d'individus, ou organisation. Les réseaux sociaux appartiennent à la famille des médias sociaux. Le réseautage social, ou social networking, désigne l'utilisation des réseaux sociaux.²

Aujourd'hui, Le monde est inclus dans les réseaux sociaux, telques : Facebook, Instagram, ils peuvent être considérés comme les meilleurs moyens de communication, surtout pour le contact client et le marketing produit.

✚ **Le courrier électronique (e-mail, courrier électronique ou courriel)** : Le courrier électronique est un message échangé entre deux ordinateurs, pouvant inclure texte et fichiers attachés (images, programmes, vidéo sons, animations, etc.), visé toutes les

¹ <https://www.journaldunet.fr/web-tech/dictionnaire-du-webmastering/1203251-blog-definition-et-acteurs/> (29/05/2021 à 16:59).

² BAYNAST (Arnaud), et LENDREVIE (Jacques) et LEVY (Julien) : *Mercator*, DUNOD, édition 12^e septembre 2017, p.554.

Chapitre II : Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC)

personnes disposant d'un accès à l'intranet, il est pour objectif de faciliter les échanges entre les membres du personnel.¹

C'est l'outil professionnel le plus utilisée dans les échanges des messages et des documents officiels, et maintenant il inclut dans l'identité des personnes et des organisations.

3.1.2. Les avantages et les inconvénients de l'internet :

Tableau N°2 : Les avantages et les inconvénients de l'internet.

Les avantages	Les inconvénients
- Faible coût : internet propose des services gratuits financés par la publicité. - De nombreuses possibilités graphiques et techniques permettant une présentation conviviale. - Rapidité : la modernisation des technologies permettra peu à peu de télécharger en quelques secondes des images animées.²	- Saturation de réseau, source de lenteurs. - Le coût de l'équipement. - Sécurisation des paiements non garantie à ce jour.³

Source : élaborée par l'étudiant.

Malgré tous les inconvénients d'utilisation, nous ne pouvons envisager de ne pas utiliser l'internet ou de l'abandonner dans notre activité.

¹ BOISTEL (Philippe) : *Gestion de la communication d'entreprise*, Hermès - Lavoisier, 2007, p.195.

² WESTPHALEN (Marie-Hélène): Op.cit. p 405.

³ Ibid, p 405.

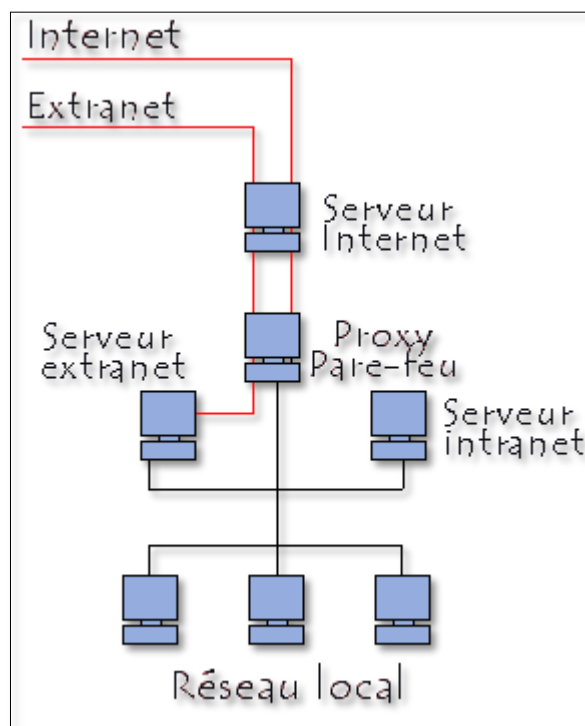
Chapitre II : Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC)

3.2. L'intranet :

Intranet est le réseau de communication interne de l'entreprise, utilisant les normes en vigueur sur Internet, applicables à tous les employés ayant des droits d'accès, et son but est de transmettre les dernières informations sur l'entreprise, promouvoir l'équipe de travail, simplifier les processus commerciaux, la recherche et le développement.

Il est un outil qui répond directement à les besoins de communication interne dans l'entreprise.

Figure N°5 : Le réseau local d'intranet.



Source : <https://web.maths.unsw.edu.au/~lafaye/CCM/entreprise/intranet.htm>

Un service intranet est un réseau d'information réservé exclusivement aux salariés de l'entreprise. Il utilise toutes les technologies d'Internet et favorise l'échange, l'interactivité et la réactivité instantanée en cas de besoin. Par conséquent, il répond aux besoins de communication descendante, ascendante et interactive.¹

¹ MOREL (Philippe): *communication d'entreprise, « stratégie et techniques »*, Studyramapro, paris, 2015, p.58.

Chapitre II : Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC)

▪ Les avantages et les inconvénients de l'intranet :

Tableau N°3 : Les avantages et les inconvénients de l'intranet.

Les avantages	Les inconvénients
- Permet d'informer rapidement le personnel. - Facilite la prise de décision en donnant à chacun l'information dont il a besoin. - Donner des informations générales et spécifiques. - Est l'outil par excellence d'information descendante, ascendante et latérale.¹	- Problème de la diffusion du medium, cela peut créer des clivages. - Contenu souvent perçu comme insuffisamment travaillé. - Utilisation minimaliste du medium. - Problème de l'actualisation des informations.²

Source : élaboré par l'étudiant.

L'utilisation du l'intranet nous permet d'économiser du temps et des efforts, dans la transmission de l'information et son utilisation par les personnes d'entreprise dans les diverses activités, mais comme toutes les technologies, il présente des problèmes qui doivent être traités.

3.3. L'extranet ou l'entreprise élargie :

L'extranet étend l'accès intranet à une audience extérieure à l'entreprise, à des publics restreints et sélectionnés (clients, fournisseurs). La fonctionnalité pour atteindre des publics externes est réduite en fonction du type de données et du type d'utilisateur.

Le réseau extranet est le même que l'intranet avec quelques fonctionnalités supplémentaires. Il se développe de plus en plus dans les relations entre partenaires professionnels comme les extranets de travail coopératifs entre une agence de communication et ses clients. La formule permet de faire l'économie des coursiers, d'améliorer la précision des plannings, de laisser la latitude au client de modifier le contenu jusqu'au dernier moment.³

¹ BOISTEL (Philippe) : Opcit, p.193.

² Ibid. p 194.

³ LIBAERT (Thierry) et WESTPHALIEN (Marie- Hélène) : *Communicator, Toute la communication d'entreprise*, 6^{ème} édition, DUNOD, paris, 2012, p.290.

Chapitre II : Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC)

3.4. Groupware :

C'est un processus intentionnel de travail en groupe, processus intégrant les outils et logiciels nécessaires pour l'assister.¹

Le Groupware est l'ensemble des technologies et des méthodes de travail qui sont des intermédiaires de la communication électronique, permettent un partage de l'information sur un support numérique par un groupe engagé dans un travail de collaboration. Il suppose l'adoption de même logiciel spécialisé par les personnes qui souhaitent travailler ensemble sur un même réseau. Il permet la tenue des réunions communes, le suivi, la gestion et le partage d'un projet précis, l'échange de courrier et la mise à jour d'un agenda partagé.²

On peut dire que le groupware est un ensemble de technologies et de méthodes de travail associées par le biais de la communication électronique, permettant le partage d'informations sur des supports numériques à des groupes engagés dans une collaboration et/ou un travail coopératif. Il utilise tout type de réseau, public ou privé.

3.5. Workflow :

Nous pouvons le définir comme un outil de gestion qui permet la modélisation et l'automatisation des flux d'informations dans l'entreprise.

Par exemple, un outil de workflow peut spécifier le flux des documents en identifiant les parties liées, les actions à effectuer et les dates d'échéance.

Lorsqu'une équipe utilise un logiciel de Groupware pour travailler en commun via internet sur un projet, elle échange et partage des informations, coordonnées par des procédures prenant la forme de formulaires. Ces procédures d'échange et d'annotation font intervenir la notion de Workflow.³

3.6. Data warehouse :

Le Data warehouse, base de données de business intelligence ou entrepôt de données fait référence à une base de données utilisée pour collecter, trier, enregistrer et stocker des informations provenant d'autres bases de données (bases de données opérationnelles) liées aux décisions commerciales. Il fournit les données de la base de données de production, notamment à l'aide de l'outil ETL Extract Transform Load.

¹ SAADOUN (Melissa) : *Technologies de l'information et management*, Editions-Hermès, 2000, p 45.

² HENRIET (Bruno) et IMBERT (Maurice): *DRH : tirez parti des technologies*, 2002, p.27.

³ Opcit, p 28.

Chapitre II : Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC)

▪ Les 4 caractéristiques du Data Warehouse¹ :

Le Data Warehouse n'est pas une simple copie des données de production. Le data warehouse est organisé et structuré. Il permet de :

- ✓ **Orienté sujet** : Dans le data warehouse, les données incluent différents thèmes, et les thèmes seront regroupées dans différentes bases OLTP de production (OLTP (Online Transaction Processing) est une classe de logiciels capables de prendre en charge les applications orientées transactions sur Internet²).
- ✓ **Intégré** : Les données provenant d'un filtre différent sont fusionnées avant d'être affichées pour utilisation, afin de consolider les types de formats.
- ✓ **Non volatile** : Les données ne disparaîtront pas et ne changeront pas pendant le traitement.
- ✓ **Historisé** : les données non volatiles sont également horodatées. Par conséquent, l'évolution de la valeur donnée dans le temps peut être visualisée. Le degré de détail de l'archive est bien entendu lié à la nature des données. Toutes les données ne valent pas la peine d'être archivées.

3.7. Système d'information :

Le Système d'Information (SI) est un ensemble organisé d'éléments participant à la gestion, au stockage, au traitement, au transport, à la dématérialisation et la diffusion de l'information au sein de l'organisation.³

Il est relatif aux flux d'information qui supportent : Les flux physiques ou dématérialisés des produits, stocks, commandes, livraisons, factures... Ceux relatifs à l'univers extérieur (clients, fournisseurs, lois, règlements...). Et enfin ceux relatifs à l'organisation de l'entreprise, elle-même, comme les hiérarchies, périmètre de responsabilité...⁴

Certains de ces traitements de données sont modélisables, d'autres nécessitent une interprétation humaine, et seule la partie modélisable est concernée par le SI.

¹ <https://www.piloter.org/business-intelligence/datawarehouse.htm> (28/05/2021 à 11:00)

² <https://www.oracle.com/fr/database/oltp-definition.html> (12/06/2021 à 11:02)

³ LACOLARE (Vincent), BAUDRY (Pierre) : *Développer l'entreprise numérique*, édition AFNOR, France, 2010, p.12.

⁴ DEIXONNE (Jean-Luc) : *Piloter les systèmes d'information, s'appuyer sur les TIC et le SI pour devenir une entreprise numérique*, édition DUNOD, Paris, 2012, p.28.

Chapitre II : Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC)

3.8. Entreprise Ressource Planning (ERP) ou Progiciel de Gestion Intégré (PGI) :

L'ERP est un progiciel qui permet de gérer l'ensemble des processus opérationnels d'une entreprise en intégrant plusieurs fonctions de gestion : solution de gestion des commandes, solution de gestion des stocks, solution de gestion de la paie et de la comptabilité, solution de gestion e-commerce, solution de gestion de commerce B to B ou B to C ... dans un système. Autrement dit, l'ERP représente la « colonne vertébrale » d'une entreprise.¹

Figure N°6 : le système ERP



Source : <http://www.mbscm.com/Img/SI.jpeg>, (27/05/2021 à 15 :15)

Ainsi, les ERP sont « des progiciels qui couvrent toutes les fonctions de l'entreprise : les achats, les ventes, les stocks, la finance la logistique, la fabrication. Ils ont la vertu d'amener les entreprises à adopter un même mode de fonctionnement, d'avoir une vision financière intégrée, de partager les mêmes informations en évitant les doubles saisies et les interfaces informatiques »²

Alors, l'ERP est un progiciel capable de gérer tous les processus de l'entreprise en intégrant toutes les fonctions de l'entreprise (telles que la gestion comptable et financière) ainsi que les ventes, la distribution, l'approvisionnement et le commerce électronique.

¹ <https://www.choisirmonerp.com/erp/definition-d-un-erp> (28/05/2021 à 5:35)

² QUELENNEC(Claude) : « ERP », levier de transformation de l'entreprise, édition Lavoisier, 2007, p.17.

Chapitre II : Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC)

4. Les avantages et les inconvénients des TIC :

Les TIC cachent de nombreux avantages pour les entreprises, mais rappelons qu'il y a aussi quelques inconvénients et freins :

Les Avantages :

Le monde de travail évolue rapidement (de plus en plus les gens parlent de télétravail), ce qui conduit inévitablement à une diminution du nombre d'employés dans l'organisation, et les TIC ont également ajouté beaucoup de choses à des projets tels que : des outils de collaboration (permettant tous les employés) pour participer au même projet, même s'ils sont situés sur un site de travail éloigné, ils peuvent accéder aux informations de n'importe où).

On peut citer les avantages des TIC en quelque ligne :

- Améliorer l'organisation, développer la créativité, faciliter la circulation de l'information et des documents, repousser les barrières d'espace et de temps.
- Faciliter la communication et la coordination et favorise le travail coopératif grâce au Groupware et workflow.
- Améliorer la communication externe, la création d'activité de services grâce à l'internet.
- Améliorer la performance, la compétitivité et la réactivité des entreprises grâce aux systèmes d'information et de communication ouverts, où les technologies intranet prennent une grande importance.¹
- Au niveau du système d'information, les TIC permet un accès plus rapide à l'information.
- Partage facile des informations entre les agents d'un même secteur.
- Le gain du temps.
- La rapidité dans le partage des informations.
- Aussi on peut dire que les TIC ont influencé l'entreprise dans leur environnement interne et externe.

¹ SAADOUN (Melissa) : *Avec le temps*, édition d'organisation, 1998, p.111.

Chapitre II : Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC)

Les inconvénients :

- Le coût du matériel, du logiciel, de la maintenance.
- Coût de la formation du personnel.
- Réorganisation structurelle du travail.
- La méconnaissance des outils issus des TIC.
- Coût de l'amélioration plus important car innovations plus fréquentes.
- Le piratage des données confidentielles.¹

¹ <https://www.malek-boualem.fr/com/la-communication/ntic/avantages-inconvenients-des-tic/> (06/12/2021 à 11 :56)

Chapitre II : Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC)

Section 02 : le rôle des Technologies de l'information et de la communication dans l'entreprise.

Aujourd'hui, l'information est le pivot de toutes les activités et les projets de l'entreprise, depuis la prise de décision jusqu'à la réalisation des objectifs et l'évaluation de performance de travail. Ce n'est un secret pour personne que le succès des entreprises d'aujourd'hui est lié à leur capacité à collecter les informations nécessaires et à les utiliser de manière correcte en peu de temps, et c'est ce qu'apportent les TIC.

Au sein de l'entreprise, dans toute l'organisation, Les TIC jouent un rôle très important pour innover, créer, organiser, adapter, et faire face aux changements de l'environnement et réagir face aux défis potentiels. Alors pour la réalisation des objectifs d'entreprise, les managers doivent intégrer la clé des TIC dans toutes les systèmes d'informations et les domaines de travail.

Dans cette section, j'essaie de parler sur le rôle global des TIC sur le travail de l'organisation, et l'impact de leur utilisation de manière efficace et efficiente sur la communication interne.

1. Le rôle de TIC dans l'entreprise :

1.1. Les TIC un changement radical de représentations :

Parce que la conception de l'information et de la communication est radicalement différente, les apports vont être décisifs pour l'organisation. Il y a une différence entre le système d'information traditionnel qui permet de travailler en gérant des informations opératoires et les TIC d'aujourd'hui.

1.1.1. Les concepteurs des systèmes d'information traditionnels :

Les concepteurs de systèmes d'information traditionnels estiment qu'en termes de structure et de traitement des données, ils recherchent l'efficacité pour exprimer une qualité stable et réaliste. Dans un SI traditionnel on se préoccupe avant tout de définir, de délimiter et de formater l'information de manière à optimiser les traitements. L'intervention humaine sur l'information se fait en amont, une fois pour toutes (c'est le travail des spécialistes).

Chapitre II : Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC)

L'enjeu consiste à « Confier » aux technologies de réalisation des objectifs, dans la mise en place d'un logiciel de paye, à condition de bien l'avoir paramétrée et de bien maîtriser les entrées d'information.

1.1.2. Les concepteurs des technologies de l'information et de la communication :

Les concepteurs des TIC pensent en termes de circulation entre les personnes, et l'activité effectuée par les personnes, sur la base d'information auxquelles elles apportent une valeur ajoutée.

L'intervention humaine sur l'information se fait lors de chaque échange. L'enjeu n'étant plus de « confier » aux technologies de réalisation des objectifs, mais de permettre aux individus d'apporter leur contribution, dans les meilleures conditions de fiabilité et de rapidité. Les individus concernés par ces missions ne sont plus des informaticiens et des spécialistes des systèmes d'information.

Grace à l'usage des TIC, qu'y a un échange riche de l'information, et l'intervention humaine est plus fréquente. Les exemples sont multiples : la messagerie, les TIC les plus banalisés, illustrent bien cette possibilité d'interaction dynamique, et comme l'informatique, et les technologies orientées vers le calcul et la production.

1.2. L'apport et le rôle des TIC dans l'entreprise :

La plupart des recherches menées au sujet de l'impact des TIC sur les organisations a porté principalement sur leurs effets sur la performance de l'organisation, les processus et sa structure, et plusieurs études ont souligné l'apport des TIC pour les organisations.¹

Les TIC sont la solution idéale et actuelle qui harmonise la mondialisation avec la différenciation de la production et l'alliance difficile entre vitesse, qualité et flexibilité.

¹ KOSSAI (Mohamed) : *Les Technologies de L'Information et des Communications (TIC), le capital humain, les changements organisationnels et la performance des PME manufacturières*, thèse de doctorat en science économiques, Université Paris Dauphine, 2013, P.28.

Chapitre II : Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC)

1.2.1. Les TIC permettent de considérer les clients comme uniques :

En proposant aux consommateurs des devis différents, le développement de l'entreprise peut être pérennisé. Par conséquent, l'entreprise a la responsabilité d'incorporer des attributs différenciés dans ses produits ou services, le plus important étant d'informer le marché sur les attributs différenciés. Le rôle de la marque est d'intégrer l'identité du produit, communiquera à travers elle, sur la base de cette valeur, l'information occupe une place centrale (les informations à collecter et les informations à fournir)

Il ne serait y avoir de pertinence qui ne tienne compte du besoin, de raccourcissement du temps, de développement et de réactivité de mise sur le marché sans informations ciblées, exhaustives et actualisées sur le consommateur. En même temps, se consommateur attend des informations, et il importe à l'entreprise de bien les communiquer.¹

1.2.2. Les TIC renforcent le rôle stratégique de l'information :

Les informations relayées par les TIC constituent un levier stratégique indispensable, car elles permettent de personnaliser les relations commerciales, elles font partie intégrante du produit, ajoutent des services au produit et facilitent la conclusion des transactions, ils contrôlent les informations sur les clients et permettent de collecter, traiter et mettre à jour des informations extrêmement précises sur les consommateurs.

Les TIC peuvent aussi soigner les problèmes de transport et de livraison.

Par exemple: aider les entreprises à être plus productive, ont gagné des parts de marchés, elles peuvent aussi aider les entreprises à élargir les gammes de produits, à personnaliser les services qu'elles offrent, à mieux répondre à la demande de la clientèle, et tout simplement innover.²

- Notamment par le travail collaboratif, les TIC permettent de développer les compétences, le travail en équipe et le partage en réseau. C'est un nouveau type d'unité qui se forme.
- Dans le même temps, les technologies de l'information peuvent contribuer à changer la relation entre une entreprise et son marché, écouter les avis des clients, accueillir-les

¹ Ibid. p30.

² HENRIET (Bruno) et IMBERT (Maurice) : Opcit, p.31.

Chapitre II : Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC)

et apprenez à les connaître. De nouveaux outils, notamment Internet, permettent de se rapprocher de ce dernier et de lui fournir les bons services au bon moment et au bon endroit pour mieux le fidéliser. A cet égard, le développement du e-commerce est très prometteur, il ouvre un réseau de distribution diversifié, élargit la clientèle et renforce la possibilité d'offres commerciales en proposant des services plus personnalisés.

1.3. Les TIC une réponse aux problématiques actuelles des organisations :

Ces « nouveautés » des technologies de l'information et de la communication permettent de répondre à des nouveaux enjeux.

1.3.1. Répondre à la dispersion et efficacité :

C'est la première grande contribution des TIC, qui traite de la distance et de la dispersion des sources et des récepteurs, mettant à jour l'information sans coût ni délai. Cette réponse à la distance doit d'abord être considérée comme une prouesse technologique, elle supprime les contraintes de temps et d'espace, on est plus besoin d'être ensemble et d'échanger en même temps:

- Malgré la longue distance, mais toujours maintenir un sentiment d'appartenance.
- Capable de sortir tout en maintenant l'état inséré.
- Intégrer des activités dispersées.

1.3.2. Favoriser la coopération :

Ce qui se passe entre départements, agences ou entreprises distantes peut être transféré au sein d'une unité de travail. Si une meilleure transversalité peut être atteinte, alors la réactivité sera plus forte et la compétitivité augmentera. Par conséquent, nous comprenons l'importance des TIC, qui peuvent faciliter le travail d'organisations aussi différentes.

Aujourd'hui, de nombreux outils peuvent faciliter le travail collectif, ces outils peuvent prendre plusieurs formes, selon le niveau d'automatisation et de coopération qu'ils permettent. Les outils qui aident le travail coopératif : le groupware et dans une moindre mesure le workflow.

1.3.3. Capitaliser les connaissances :

La capitalisation des connaissances est une contribution légèrement différente des TIC à l'optimisation organisationnelle. Contrairement à tout ce que nous avons évoqué jusqu'ici, les

Chapitre II : Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC)

dimensions relationnelles et communicatives de la capitalisation des connaissances sont bien moindres :

- Capitaliser c'est garder en mémoire.
- Capitaliser c'est optimiser la maintenance.
- Capitaliser c'est être renseigné sur tout.¹

Les TIC favorisent l'acquisition et la gestion des connaissances. Ils représentent la valeur organisationnelle de l'entreprise et ont un impact sur l'économie de trois manières :

- L'investissement dans les TIC peut permettre une intensification du capital, augmentant ainsi la productivité du travail.
- La production de produits et services TIC est une forme de progrès technologique qui peut augmenter l'efficacité du capital et du travail, augmentant ainsi la productivité multifactorielle du secteur des TIC.
- L'utilisation des technologies de l'information et de la communication permet aux entreprises d'augmenter leur productivité et accroître leur efficacité.

2. Les TIC et le système de communication :

Le système de communication est : L'ensemble organisé d'éléments permettant une communication. Un système de communication comprend les éléments de base suivants : un émetteur, un récepteur, un message et un canal véhiculant le message jusqu'au récepteur.²

La structure de communication de l'entreprise semble être un facteur révélateur de son style de gestion. Ainsi, grâce à une structure basée sur une communication fréquente et horizontale, le management participatif permet une communication directe entre les individus.

La structure organisationnelle et le système de communication ne peuvent être considérés séparément, ils interagissent inévitablement. Par exemple, la structure pyramidale rend difficile ou peut voire impossible de la circulation rapide de l'information, notamment en raison du grand nombre de réseaux hiérarchiques, cela explique pourquoi dans une telle structure, la hiérarchie est aplatie, et toute transmission d'informations devient sans objet. Seulement dans ce cas, la possibilité de filtrer l'information (c'est-à-dire d'identifier ce qui est

¹ Ibid, pp (25-28).

² <https://www.mercator-publicitor.fr/lexique-publicite-definition-systeme-communication> (25/05/2021 à 9:03)

Chapitre II : Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC)

juste et de le traiter de la bonne manière) cesse d'exister, ce qui impose de nouveaux comportements de communication au manager.

Dans ce nouveau système de communication, les employés deviennent eux-mêmes décideurs de l'information qui répond à leurs besoins, ils ne perçoivent donc plus passivement les informations qui leur sont affinées sous forme de mémos ou de discours. Par conséquent, le manager doit adopter un nouveau comportement de communication, c'est-à-dire en tant que coordinateur et animateur du groupe de travail, son nouveau rôle est donc d'encourager les employés à découvrir l'information au sein de l'entreprise.

Les progrès de l'informatique et des télécommunications nécessitent une profonde réorganisation de l'entreprise et des doutes sur le modèle d'organisation et de gestion.¹

2.1. Les TIC bouleversent la communication interne de l'entreprise et deviennent un outil de gestion des ressources humaines :

L'un des principaux objectifs de la gestion des ressources humaines est de développer la capacité du personnel - individuel et collectif - et d'améliorer ses compétences et à tirer la meilleure partie de ses compétences. Pour atteindre ces objectifs, l'administration doit fournir un désir impérieux au sein des divers groupes de travail. Il est évident que la diffusion de l'information est très utile aux employés car ils connaissent la nature de leur travail (tels que les détails du travail « les délais, les étapes, les moyens », la division des tâches et des objectifs générales et individuels, etc.), et ils ont leur bonne orientation rationnelle pour une bonne performance.

Nous comptons sur l'information pour résoudre les problèmes et connaître la position actuelle et potentielle de l'entreprise. Dans le passé, le directeur était principalement responsable de l'information, il réalise un flux hiérarchique au sein de la structure de l'entreprise, mais maintenant avec l'évolution des logiciels de la technologie de l'information et des communications (TIC) , il est de plus en plus facile de contrôler la diffusion de l'information du temps limité et de moindre couts, qu'elle soit diffusée à tout le monde ou à chaque personne individuellement, un seul bouton a le pouvoir de diffuser un mail pour tous les parties prenante et peut être pressé pour la circulation d'information pour tous les membres

¹ BOUZIDI (Mebarka) : l'usage des TIC dans l'entreprise, Mémoires de master, cas de DANONE ALGERIE, université de Bejaia, 2013, p.38.

Chapitre II : Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC)

de l'entreprise. Alors Il n'y a donc aucun problème avec la diffusion de l'information et l'augmentation du nombre des travailleurs qui sont enthousiastes à l'idée d'atteindre leurs buts et objectifs, en augmentant leurs connaissances et en leur fournissant toute l'information dont ils disposent.

Les TIC ont également favorisé le développement de logiciels de gestion des ressources humaines et de gestion de programmes. Ainsi, ils peuvent gérer le calendrier des vacances, le remplacement et la gestion temporaire des emplois et des compétences de l'employé, devenant ainsi un support pratique pour les fonctions de ressources humaines.

En effet, ils permettent de déterminer les compétences existantes au sein de l'organisation et de partager le capital intellectuel de l'entreprise. Par conséquent, ils favorisent le développement de la culture d'entreprise et un sentiment d'appartenance à l'équipe de travail.

L'avènement des technologies de l'information et de la communication (TIC) a bouleversé le mode traditionnel de circulation de l'information. Les TIC ont apporté de nouvelles formes de flux d'informations, un partage d'informations plus facile, une diffusion plus rapide des informations et une communication presque instantanée. Ils peuvent également partager leurs compétences et leur esprit d'équipe grâce au travail collaboratif.¹

2.2. Les TIC un renfort pour la politique de communication interne :

La politique de communication interne se définit comme l'ensemble des orientations et actions visant à améliorer le fonctionnement interne de l'entreprise. Ces critères sont fonction de la liste de contrôle observée, du niveau d'information et de communication au sein de l'organisation. L'existence des TIC a changé cette donne et le risque d'asservissement de la communication interne.

Les TIC assurent l'accessibilité de l'information, l'interopérabilité dans la communication, ce qui permet d'améliorer l'automatisation, la coordination, la collaboration, la capitalisation et la communication, contribuant ainsi aux activités stratégiques. Par conséquent, cela dépend de ce que l'entreprise pense être stratégique et de ce qui développera des fonctions spécifiques, et les responsables de la communication doivent absolument en tenir compte.

¹ <https://creg.ac-versailles.fr/quand-les-technologies-de-l-information-et-de-la-communication-bouleversent-la> (26/05/2021 à 11 :03)

Chapitre II : Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC)

Par exemple : La mise en place d'un réseau intranet servi de point d'appui à la politique de communication. Il a d'abord pour finalité l'optimisation de la gestion en modernisant certaines activités opérationnelles, l'utilisation de la technologie internet au profit d'un intranet permet de surmonter les distances, de travailler de manière asynchrone et d'actualiser les informations en temps réel.

2.3. Les TIC ouvrent les trois fonctions de la communication interne :

Lorsque la direction envoie des messages à tous les employés, la communication interne peut être descendante ou ascendante, notamment lors de l'utilisation des boîtes à idées électroniques et de tous les forums de discussion. Et aussi une communication horizontale peut être établie car elle permet à chaque collaborateur de dialoguer avec un groupe d'interlocuteurs qui s'y intéressent sur le réseau. Ce type de communication horizontale ouvre un espace pour la communication d'entreprise, mais en raison du risque de pénurie de cadres intermédiaires et de saturation du réseau, il doit être mis en œuvre avec prudence.

2.4. L'intranet au service de la communication interne :

L'outil intranet vient de renforcer la communication interne, il collecte, actualise et permet de diffuser des informations de manière bien plus efficace, il est donc nécessaire de le mettre au service de la communication interne.¹

En outre, l'intranet offre généralement un moyen d'accès à l'internet, mettant ainsi à la disposition de ses utilisateurs des sources d'information et de communication externe.²

2.4.1. L'intranet ou l'entreprise en réseau :

L'intranet est un réseau privé d'entreprise qui utilise les technologies d'internet (comme le courrier électronique, les liens hypertextes et les moteurs de recherche), mais dans un circuit privé (réservé aux membres d'une même entreprise), il permet un moindre coût et une sécurité totale, La diffusion et le partage de textes, d'images et de sons entre différents membres, peu importe où ils se trouvent.

Grâce à l'intranet, nous pouvons modifier la diffusion des mémos, des bases de données documentaires, des communiqués de presse, des échanges de travail, des courriels, des

¹ HENRIET (Bruno) et IMBERT (Maurice) : Opcit, p.79.

² LIBAERT (Thierry) et WESTPHALIEN (Marie- Hélène) : Opcit, p.286.

Chapitre II : Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC)

forums, etc. Le système intranet fournit non seulement des informations instantanées (performances de l'entreprise, nouveaux contrats, ouverture de site internet, recrutement, actualités de la direction...), mais aussi des informations commerciales (sorties de nouveaux produits, activités publicitaires, etc.).

Le réseau intranet qui est devenu la pierre angulaire du système de communication interne, et la complémentarité avec les autres outils de communication est désormais fondamentalement en place, même si l'on regrette toujours que la perspective de diffusion de l'information soit trop descendante. L'intranet est l'un des meilleurs exemples de la nature active de la communication car il est à la pointe des outils de communication d'entreprise.¹

2.4.2. Les apports de l'intranet sur la communication interne :

Les avantages d'un tel réseau interne peuvent se résumer en quatre mots : économie, sécurité (le réseau est sécurisé, c'est-à-dire que seuls les membres autorisés peuvent y accéder), rapide (échange en temps réel), et transversal.

L'intranet provoque de sérieuses turbulences dans les mentalités et les modes de fonctionnement : nul besoin de penser et de travailler ensemble dans une même unité géographique. Les forums de discussion à l'échelle de l'entreprise se multiplient, comme c'est le cas sur Internet. Créer différents types de liens professionnels, basés uniquement sur l'apport intellectuel : ils se situent en dehors de tout niveau de filières ou de tout isolement géographique.²

L'intranet facilite la communication au sein de l'entreprise et limite les erreurs causées par une mauvaise circulation de l'information.

- Il permet la mise à jour des informations en temps réel et élimine le coût des supports papier.
- Il est particulièrement adapté aux entreprises dispersées géographiquement (comme le réseau d'agences d'une banque), leur permettant de communiquer en temps réel et d'économiser beaucoup de courrier.
- Il accélère la communication à la fois ascendante, descendante et latérale.
- L'intranet permet de constituer un système d'information à un faible coût.

¹ LIBAERT (Thierry) et WESTPHALIEN (Marie- Hélène) : Opcit, p.286.

² Ibid. p.287.

Chapitre II : Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC)

Concrètement, le coût de l'intranet peut être bien réduit au coût du matériel (serveurs et leur maintenance et mises à jour, et postes de travail), des logiciels.¹

Enfin il faut considérer et concevoir l'intranet comme une bibliothèque de données disponibles pour les utilisateurs qui y ont accès. Il fait gagner un temps précieux et garantit que l'information circule vers tous les utilisateurs concernés. La formule a déjà permis d'économiser des millions de photocopies depuis que le média a acquis ses lettres de noblesse dans les organisations et qu'il s'y généralisé.²

¹ DEMONT-LUGOL (Liliane) et autre : *Communication des entreprises : stratégies et pratiques*, 2ème édition, ARMAND COLIN, paris, 2006, p.276.

² COBUT (Eric) et DONJEAN (Christine) : *Opcit*, p.165.

Conclusion :

Dans ce chapitre, nous avons traité les notions générales des technologies d'information et de la communication, en évoquant ses différents outils et ses composantes. Puis, nous avons mis en exergue la perception de rôle des TIC dans l'entreprise, et notamment son rôle sur l'amélioration de la communication interne dans l'entreprise.

Les TIC (technologies de l'information et de la communication) sont le principal outil d'amélioration de la compétitivité. Ils contribuent également à améliorer les performances de l'entreprise et à accroître l'efficacité des ressources dans le travail quotidien de l'entreprise. Par conséquent, ces technologies affectent directement les opérations de l'entreprise et ses activités de communication interne et externe. Pour cette raison, chaque organisation devra procéder à des ajustements de plus en plus rapides de son organisation pour la rendre compétitive. En fin, on peut dire que les TIC sont les meilleures solutions qu'ils favorisent et contribuent dans l'amélioration de la communication interne.

Chapitre

Troisième

Chapitre III : La communication interne au sein de l'entreprise ENGOA

Ce chapitre a pour vocation de répondre à une problématique pertinente pour l'entreprise à savoir le rôle des TIC dans l'amélioration de la communication interne dans l'entreprise, aussi son utilité pour un meilleur circulation des informations, un meilleur climat social, et en prenant les bonnes décisions aux bons moments, et enfin la réalisation des objectifs.

Ce chapitre est structuré en deux (02) sections :

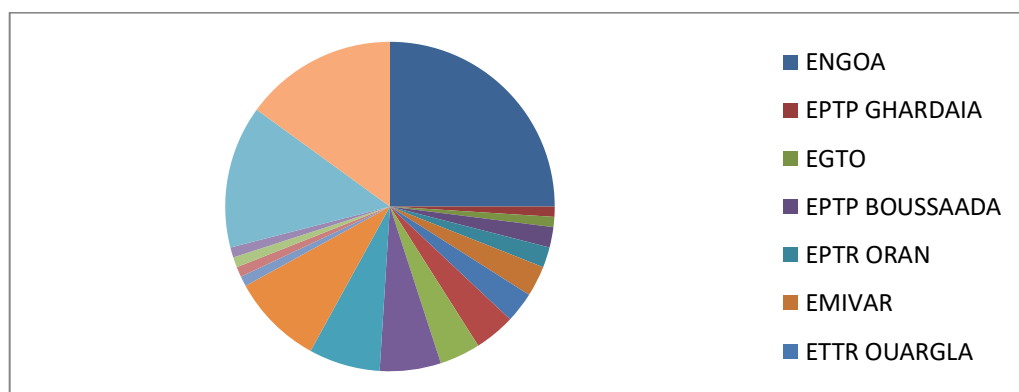
- ✓ Dans la première section, nous commencerons par la présentation de l'entreprise dans laquelle nous avons effectué notre stage de fin de cycle : ENGOA, la filiale de groupe GITRA, son historique ainsi que ses activités, ses missions, et sa communication interne notamment dans le département RH.
- ✓ Dans la deuxième section, nous présenterons : la méthodologie de recherche suivie pour réaliser notre enquête et les résultats de cette dernière.

Section 01 : Présentation de l'entreprise ENGOA.

1. Présentation de l'entreprise ENGOA :

L'entreprise nationale des grands ouvrages d'art, est une grande filiale de l'entreprise mère GITRA, et d'après le schéma suivant : elle a la plus grande répartition de la production valoriser par filial (25%).

Figure N°7 : répartition de la production valorisée par filiales.



Source: document interne de l'entreprise GITRA.

Chapitre III : La communication interne au sein de l'entreprise ENGOA

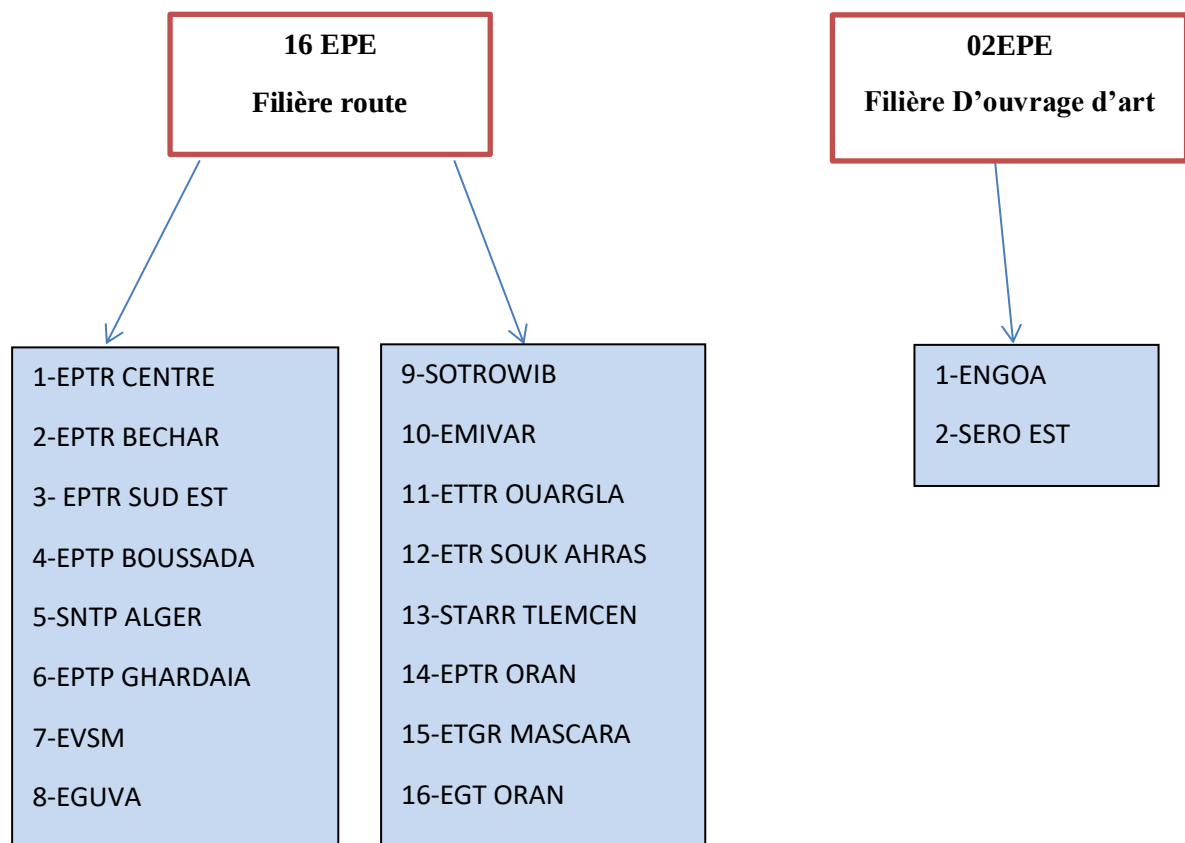
Alors, on est obligée de présenter l'entreprise GITRA en quelques notions de base, pour mieux comprendre le domaine des travaux de l'ENGOA.

1.1. Présentation du Groupe « GITRA » :

Le Groupe Travaux « GITRA » est créé par la transformation de l'Ex SGP Sintra. Le Groupe est constitué de 18 Filiales, (Fusion de 3 EPE).

Le Groupe Travaux EPE «GITRA» SPA : est une Société par actions au capital social de 14.550.000.000DA, créé par l'AGEX du 27/06/2016 en exécution de la résolution unique n° 02/144/28/03/2015 du CPE.

Figure N°8: Schéma d'organisation de groupe GITRA par filière d'activité.



Source : Document interne dans l'entreprise.

1.1.1. Les missions de l'entreprise:

- Gestion et rentabilisation du portefeuille d'actions et de participations.
- Gestion des valeurs mobilières (émission, acquisition, cession, opération sintra-groupe).

Chapitre III : La communication interne au sein de l'entreprise ENGOA

- Contrôle.
- Légal, audit et contrôle de gestion.
- Gestion financière.
- Recherche et mise en place des partenariats.

1.1.2. Le domaine d'Activité de l'entreprise:

- Travaux routiers.
- Travaux d'ouvrages d'art.
- Travaux de viabilisation et aménagement des espaces verts.

1.1.3. Périmètres d'intervention du groupe GITRA :

Le groupe GITRA a des plusieurs travaux publics dans le domaine des travaux routières et d'ouvrages d'art, et aussi des travaux aménagements et connexes, les principaux produits pour chaque groupe des filiales sont comme suite :

- **Pour les 16 filiales des travaux routiers :**
 - Réalisation des routes.
 - Réalisation des pistes d'aérodromes.
 - Entretiens et renforcement des routes.
 - Ouvertures de pistes.
 - Production et vente d'enrobés et d'agrégats.
- **Pour les 02 filiales d'ouvrage d'art :**
 - Réalisation d'ouvrage d'art, ponts, trémies et viaducs.
 - Confortement d'ouvrage d'art.
 - Fabrication de poutres et caissons en précontrainte.
 - Entretiens d'ouvrages d'art.
- **Pour les 03 filiales des travaux aménagements et connexes :**
 - Travaux d'aménagements urbains.
 - Travaux hydrauliques.
 - Travaux espaces verts.
 - Travaux de génie-civil.

Chapitre III : La communication interne au sein de l'entreprise ENGOA

1.2. Présentation de l'ENGOA :

1.2.1 Fiche identité de l'entreprise :

Tableau N°4: Fiche identité de l'entreprise.

Entreprise	ENGOA
Fondée en	1983
Raison sociale	L'Entreprise Nationale des Grands Ouvrage d'Art, ENGOA
Siège social	Zone industrielle Réghaia, Wilaya d'Alger
Statut	Société par action, SPA/ Secteur Travaux Publics
Capital social	3 640 000 000 DA
Actionnaires	SGP Travaux Publics – GITRA.
Objet social	Etudes et réalisation d'ouvrages d'art.

Source : document interne dans l'entreprise.

1.2.2 Un leader national:

Pour objet social, l'étude et la réalisation d'ouvrages d'art de toute nature, ainsi que les travaux de génie civil s'y reportant, l'entreprise nationale des grands ouvrages d'art (ENGOA) est un des premiers opérateurs algériens dans le secteur des travaux publics.

Créer en 1983 et issue de la restructuration de la SONATRO, l'ENGOA, autonome depuis 1991, est dotée d'un capital social de 3.640.000.000,00DA, soit 9050 actions détenues par le groupe d'infrastructures de travaux routiers et d'ouvrages d'arts -GITRA-.

Elle emploie plus de 3700 personnes dont plus de 400 cadres et personnels de maîtrise. Depuis la première poutre en béton précontraint d'Akbou (L=-35m, h= 2.10 m), l'ENGOA, pour ses viaducs, ponts, passages souterrains, passerelles et autres structures, n'a cessé et ne cesse d'introduire et de maîtriser des techniques de plus en plus complexes.

Chapitre III : La communication interne au sein de l'entreprise ENGOA

Tableau N°5: Quelques dates clés marquantes depuis la création de l'entreprise.

DATE	Attribution
1968	Création de la Société Nationale des Travaux Routiers, SONATRO.
1983	Restructuration de la SONATRO et création d'ENGOA le 12 Mars 1983.
1991	ENGOA change de statuts pour devenir EPE/SPA .Son capital social initial de 10 000 000 DA a été augmenté pour être porté à 3.640.000.000 DA en 2007
1998	ENGOA absorbe SNOA (Société Nationale d'Ouvrages d'Art) le 31-12-1997 L ' EPE - SPA / ENGOA est organisée selon un schéma d'organisation classique de type fonctionnel, « mono-unité ».

Source : Document interne dans l'entreprise.

1.2.3 Aujourd'hui:

Aujourd'hui, l'ENGOA est associée à tous les projets phares, ils sont nombreux dans le domaine des travaux publics.

Avec son expérience, elle est non seulement un des éléments clés de la réalisation des mégas chantiers de l'Algérie, mais un acteur majeur de la mutation que connaît le transport urbain.

Pour absorber la croissance continue du flux automobile dans les grandes villes et réduire les contraintes et engorgements, tout en préservant l'environnement urbain, l'ENGOA a étendu sa maîtrise aux ouvrages en milieu fermé. Les trémies réalisées sur le territoire national (Alger, Oran, Constantine.) sont là pour témoigner des capacités d'adaptation de l'entreprise aux défis de la ville.

Avec plus de 500 ouvrages de différentes conceptions à son actif, dont plus de 10% des projets majeurs ces huit dernières années, l'ENGOA, par sa fiabilité et son histoire est à coup sûr un partenaire incontournable du développement du pays notamment dans le domaine des voies de communications.

Un partenaire d'autant plus présent que l'entreprise a acquis un savoir-faire inégalé dans son domaine, tant par ses collaborations avec des opérateurs internationaux qu'avec les procédés développés par ses propres ingénieurs.

Chapitre III : La communication interne au sein de l'entreprise ENGOA

1.2.4 Un savoir-faire algérien:

Le savoir-faire de l'ENGOA, qui intervient partout dans le pays, recouvre aujourd'hui un vaste panel d'ouvrages :

- ✓ Ponts à poutres en béton précontraint, ou en béton armé.
- ✓ Ponts à dalle en béton précontraint.
- ✓ Ponts à culées en terre armée.
- ✓ Ponts à caisson ou à poutres métalliques.
- ✓ Ponts arc.

Viaducs en béton précontraint construits en encorbellements successifs, coules sur place ou préfabriqués. Ouvrages totalement préfabriqués à voûtes ou en optcadre trémies).

1.2.5 Une entreprise publique au sens propre du terme :

A l'ENGOA , la philosophie qui nous anime ne concerne pas uniquement la technicité, le savoir-faire ou le respect des délais comme cela a été le cas pour plusieurs projets nous avons une approche globale, ou la maîtrise des couts est un élément important, sur nombre d'ouvrages d'art réalisés , par l'ENGOA , nous avons proposé des devis inférieurs à ceux qui nous étaient impartis Ainsi , nous avons bâti des liens tout en faisant faire des économies aux pouvoirs publics, et donc aux contribuables Nous considérons que cela fait partie de notre mission de bâtisseurs dans un pays a de Très besoins en infrastructures et dont les capacités de financement ne sont pas illimitées.

2 La communication interne au sein de l'entreprise ENGOA :

2.1. Le département RH :

Les fonctions de directeur des ressources humaines de l'ENGOA recouvrent trois missions principales.

- ✓ Le premier est la gestion du personnel : Le directeur des ressources humaines est chargé de définir et de mettre en œuvre les politiques de recrutement, de favoriser la gestion, et de proposer des politiques de rémunération.
- ✓ Deuxièmement, la gestion sociale : Le directeur des ressources humaines lui-même ou ses salariés appliquent la législation du travail en vigueur et négocient avec les représentants du personnel dans les organisations représentatives (syndicat).

Chapitre III : La communication interne au sein de l'entreprise ENGOA

- ✓ Enfin, la communication interne. Elle garantit la qualité du climat social en recherchant l'adhésion des salariés aux objectifs de l'entreprise et en diffusant l'information économique et sociale liée à ces objectifs.

Les services de département RH d'ENGOA et leurs activités :

- **Service Paie :**
 - Etablissement de la paie du personnel.
 - Contrôle des états de paie et toutes opérations liées à l'aspect paie (prime indemnité cop frais de mission).
- **Service Moyens Généraux :**
 - Supervise et anime toutes les carburantes actions d'ordre General.
 - Gestion du carburant et Achats.
 - Gestion et suivi du mobilier et fournitures de bureau.
 - Suivi inventaire des biens et mobilier de bureau.
 - Différent achats et intervention quotidiennes (plomberie, électricité ... etc.).
- **Service Personnel :**
 - Assure la politique de recrutement et de gestion du personnel.
 - Assure l'application des lois et règlements relatifs aux relations de travail.
 - Suivi de la gestion des canevas du personnel.
 - Suivi du mouvement du personnel.
- **Service Base Vie et Cantine:**
 - Coordonner et suivre toutes les opérations de restauration du personnel et de son hébergement.
 - Elaboration des bilans de consommations revient et suivi de l'entretien des cantines.
- **Service Hygiène et Sécurité :**
 - Suivi et mise en place des mesures d'hygiène et Sécurité.
 - Proposer toutes les actions visant à améliorer les conditions de travail de registre d'hygiène et de sécurité.
 - Mise en place et suivi du gardiennage.
- **Service Social :**
 - Assure les taches liées à l'assurance sociale.
 - Suivi de dépôt des dossiers déclaration (Maladie / Accidents de travail).

Chapitre III : La communication interne au sein de l'entreprise ENGOA

- Tenue d'un registre annuel de déclaration CNAS.
- Dépôt et Suivi des dossiers de mise à la retraite.
- **Département Contentieux :**
 - Traitement et suivi des dossiers contentieux à caractère Social-Pénal-Civil-Foncier.
 - Préparation des requêtes.
 - Préparation des dossiers de fonds de l'entreprise.
 - Représenter l'entreprise aux niveaux des juridictions inspection de travail.
 - Suivi des exécutions des jugements arrêts rendus.
- **Département emploi & Personnel :**
 - Coordonne et supervise les tâches des différents services liées au personnel (Service Personnel, Paie, Social).
 - Suivi de l'application des règlements et lois régissant les relations de travail.

2.2. Le rôle de la communication interne au sein de l'entreprise d'ENGOA :

L'entreprise ENGOA donne une importance concernant la communication soit entre la direction générale et les responsables, soit entre les responsables et les employés.

La communication interne de l'ENGOA joue un rôle très important dans l'utilisation des moyens pour véhiculer l'information au nom de la réussite de l'entreprise, car la communication est encore une des sources pour améliorer la compétitivité de l'entreprise, elle favorise la transmission de l'information et la compréhension par l'utilisation des moyens de communication formel et informel, qu'ils soient écrits ou oraux, pour lui permettre de mieux coordonner ces acteurs pour atteindre ces objectifs.

✓ Les moyens des TIC au sein d'ENGOA :

ENGOA est une entreprise aux modes de communication multiples, qui peut favoriser la transmission de l'information et la bonne exécution des tâches, car la communication interne d'ENGOA est au cœur de son succès. Le résultat direct de ce constat est que l'on assiste à une recherche permanente et active d'une politique de communication adaptée pour motiver les collaborateurs.

Chapitre III : La communication interne au sein de l'entreprise ENGOA

Les méthodes que nous avons remarquées au cours de notre stage peuvent se résumer aux méthodes suivantes :

- ✓ **L'affichage** : c'est un moyen utilisé au sein de cette entreprise, il fonctionne d'une manière descendante (de haut en bas).
- ✓ **Le téléphone et le téléphone fixe** : Sont les deux moyens les plus utilisés au sein d'ENGOA, ils facilitent l'échange, et la transmission de l'information, d'une manière rapide.
- ✓ **La réunion** : il est très utilisé aussi, qui est un des moyens des échanges, des débats et la transmission des informations.
- ✓ **La note d'information** : est un document obligatoire qu'est publié par un émetteur à l'occasion de différentes opérations financières telles que des offres publiques.
- ✓ **Messagerie (email)** : c'est un moyen le plus utilisé dans tous les services de l'entreprise.

Chapitre III : La communication interne au sein de l'entreprise ENGOA

Section 02 : Cadre pratique de la recherche.

Cette section est consacrée pour la présentation de notre méthodologie de recherche utilisée à la réalisation de notre enquête, les résultats obtenus et quelques recommandations.

1. Démarche de l'enquête :

L'enquête est une recherche méthodique et un recueil d'informations, qu'elles concernent l'ensemble de la population étudiée.

Trois types d'enquêtes peuvent servir de base pour la recherche de terrain¹ :

- L'enquête par questionnaire.
- L'enquête entrevue (entretien).
- L'enquête par participant.

L'objectif de l'étude :

Notre étude porte sur l'analyse de l'utilisation des technologies d'information et de communication dans l'entreprise ENGOA, et le rôle de ce dernier dans l'amélioration de la communication interne.

Afin de réaliser notre étude nous avons choisi deux types différents d'étude :

- Entretien avec le chef de département RH, afin de faire ressortir l'avantage d'utiliser les TIC, et son rôle dans l'amélioration de communication interne au sein d'ENGOA.
- Un questionnaire dédié aux salariés d'ENGOA, il s'agit de voir dans quelle mesure ils utilisent les TIC pour communiquer entre eux et avec les différents départements dans l'entreprise, et l'impact des TIC sur leurs relations quotidiennes entre eux.

2. L'entretien :

« L'entretien est une technique destinée à collecter, dans la perspective de leur analyse, des données discursives reflétant notamment l'univers mental conscient ou inconscient des individus. Il s'agit d'amener les sujets à vaincre ou à oublier les mécanismes de défense qu'ils mettent en place vis-à-vis du regard extérieur sur leur comportement ou leur pensée »²

¹ KAROUI-ZOUAOUI (Samia) : *Méthodologie de recherche*, Edition C.L.E, Tunis, 2001, p.60.

² THIETAR (Raymond-Alain) et COLL : *méthodes de recherche en management*, DUNOD, Paris, 2003, p.235.

Chapitre III : La communication interne au sein de l'entreprise ENGOA

L'entretien qualitatif met en présence deux personnes : un enquêteur et un répondant. L'interaction mutuelle de ces deux personnes, qui ne repose aucunement sur un questionnaire standardisé, structuré et précis, permet d'explorer dans le détail les attitudes, les opinions et les motivations du répondant¹.

2.1. Mode d'administration :

Pour la réalisation de l'étude, le mode d'administration choisi en premier lieu c'est l'entretien individuel semi-directif.

Cette méthode est en effet un moyen privilégié d'étudier la représentation professionnelle : la liberté de parole accordée à l'enquêté permet d'observer le déploiement des pensées, ainsi que l'expression de la parole, les liens logiques (similitude, différence, causalité) par l'enquêté, entre les différents éléments qu'ils évoquent.

Des questions prédéfinies vous permettent de vérifier des points spécifiques.

Nous devons nous assurer que l'entretien couvre les principaux critères de notre étude.

2.2. L'échantillon :

Afin d'atteindre les objectifs de l'étude, il était nécessaire de faire un entretien avec le chef département RH, par ce qu'il est le premier responsable dans l'entreprise sur les relations internes, et sur l'évaluation continue de niveaux de satisfaction des salariés dans le travail, et aussi le chef de département RH cherche toujours du bon climat de travail, à partir de comprendre tous qui est lié avec les difficultés de travail, à travers l'assurance d'une communication interne efficace.

2.3. Préparation de l'entretien :

L'entretien se déroulant selon la méthode de l'entretien semi-directif ont exigé l'élaboration de guides d'entretiens :

Le guide est structuré en trois axes et comporte 15 questions ouvertes, il est adressé au chef de département RH de l'entreprise ENGOA.

¹ PELLEMANS (Paul) : *Recherche qualitative en marketing : perspective psychoscopique*, édition Paris , Bruxelles , De Boeck Université, 1999, p.86.

Chapitre III : La communication interne au sein de l'entreprise ENGOA

2.4. Les étapes de l'entretien :

2.4.1. Le contact initial :

Le premier contact avec l'interviewé a eu lieu lors de notre stage à l'ENGOA. Dans de nombreux dialogues et réunions de travail, les sujets de recherche ont été échangés. De même, nous avons convenu de « prendre des rendez-vous pour approfondir les sujets ».

2.4.2. Le déroulement de l'entretien :

L'entretien est duré en moyenne 1 h dans le bureau de chef de département, durant laquelle l'interviewé s'est exprimé librement sur le sujet.

2.5. Analyses et résultats:

▪ Présentation d'interviewé :

Tableau N°6 : Présentation d'interviewé.

Date	05/06/2021
Formation de base	Ingénieur
Catégorie socioprofessionnelle	Cadre
Poste occupé	Le chef département de ressources humaines

Source : élaborée par l'étudiant.

2.5.1. Analyse des Questions de l'entretien :

Axe 01 : la communication interne dans l'ENGOA :

1) Questions (1) : Pouvez-vous nous décrire la communication interne au sein d'ENGOA ? (Moyens utilisés, les circuits, etc.)

L'interviewé nous a expliqué que la communication interne au sein d'ENGOA se traduit par l'ensemble des actions et de communication mise en œuvre au sein de l'entreprise à destination des salariés, et une bonne prise en charge des préoccupations des travailleurs, pour décrire un bon climat social qui favorise le travail d'équipe, le sentiment d'appartenance, et d'implication de l'entreprise.

Chapitre III : La communication interne au sein de l'entreprise ENGOA

2) Questions (2) : La communication au sein de l'ENGOA est-elle formelle ou informelle ? quel est votre avis ?

La communication interne dans l'entreprise ENGOA est à la fois formelle, qui passe par la voie hiérarchique pour une prise de décision, et informelle spontanée, qui échange des idées et crée un lien social entre les travailleurs pour garder l'équipe soudée.

3) Questions (3) : Est-ce que les dirigeants de l'ENGOA rencontrent des difficultés pour l'échange de l'information au sein de l'entreprise ?

La réponse de l'interviewé nous a confirmé que les dirigeants de l'ENGOA n'ont pas de difficultés pour fournir des informations dans l'entreprise avec une fiabilité d'exécution.

4) Questions (4) : Selon vous, la communication interne permet de réaliser les objectifs d'ENGOA ou bien c'est plutôt une occasion pour que les employés s'expriment et s'échangent entre eux ?

L'interviewé voit que la communication interne permet de fidéliser les collaborateurs et créer un sentiment fort d'appartenance et d'importance dans l'entreprise, et elle permet aussi de motiver ses collaborateurs par l'explication de la stratégie de l'entreprise, son développement, ses résultats, ses futurs projets, elle est donc le meilleur critère pour réaliser les objectifs.

Axe 02 : L'utilisation des technologies de l'information et de la communication (TIC) :

5) Questions (5) : Que pensez-vous des technologies de l'information et de la communication ?

D'après l'interviewé, les technologies de l'information et de la communication sont les meilleurs critères pour la transmission rapide et fiable de l'information, et meilleur fluidité pour avoir l'information au bon moment.

6) Questions (6) : Est-ce que les salariés d'ENGOA utilisent les moyens technologiques dans leurs relations professionnelles ?

Oui, les salariés d'ENGOA utilisent les technologies dans leurs relations professionnelles, et les moyens les plus utilisés sont :

- ✓ Des logiciels et des applications.

Chapitre III : La communication interne au sein de l'entreprise ENGOA

- ✓ Messagerie.
- ✓ Téléphone.

7) Questions (7) : Autant qu'utilisateur des TIC êtes-vous satisfait sur la circulation d'information dans l'entreprise ?

D'après notre interviewé, dans l'entreprise ENGOA, il y a une bonne qualité dans la circulation des informations, avec une précision, fiabilité, et rapidité de transformation.

8) Questions (8) : Selon vous, quels sont les avantages et les inconvénients des technologies de l'information et de la communication ?

Selon la réponse de notre interviewé, il a dit que les avantages des TIC sont nombreux pour tous les opérations de l'entreprise, notamment dans la communication interne, ils permettent de :

- Information fluide.
- Gaine de temps.
- Information ciblée.
- Accès instantané à l'information.
- Facilite l'analyse et le diagnostic.

Et comme toutes les technologies, les inconvénients sont connus :

- En cas de panne de réseau d'internet ou d'intranet.
- Stresse dans l'utilisation.
- Une augmentation de quantité de travail.

9) Questions (9) : Que pensez-vous de l'avenir d'intégration des TIC en Algérie ?

L'intégration des TIC devient un phénomène incontournable dans l'Algérie, elles doivent adopter et généraliser dans toutes les entreprises quel que soit leurs tailles ou leur statut, publique ou privé, grande ou petite.

Chapitre III : La communication interne au sein de l'entreprise ENGOA

**Axe 03 : Le rôle des technologies de l'information et de la communication
(TIC) sur la communication interne au sein d'ENGOA :**

10) Questions (10) : Pensez-vous les TIC ont un impact bénéfique sur la performance des salariés ?

Selon l'avis de l'interviewé, les TIC ont un impact sur la performance des salariés suite à la création d'une identité collective, sentiment d'appartenance dans un groupe, ce qui les implique à fournir plus d'effort pour des résultats meilleurs.

11) Questions (11) : Quel est l'intérêt des TIC pour la DRH ?

L'intérêt des TIC dans la DRH :

On a résumé la réponse en quelques points :

- Elles facilitent l'apparition des procédures de management participatif.
- Participation à la prise de décision.
- Gestion du temps.
- L'implication de toutes les personnes.
- Développement du capital humain de l'entreprise.

12) Questions (12) : Selon vous quel est l'impact de l'implication des TIC sur l'organisation du travail ?

L'implication des TIC sur l'organisation du travail apporte des nouvelles formes de circulation de l'information, et permet de développer le partage des compétences et des idées puisque l'accès à l'information devient plus facile, et pour avoir un esprit d'équipe dans la réalisation des objectifs d'entreprise.

13) Questions (13) : Pouvez-vous nous dire exactement en quoi ces TIC peuvent-elles améliorer votre rendement ?

Avec l'utilisation des TIC, les utilisateurs prennent un gain de temps qui permet de faciliter la prise des décisions avec une plus de fiabilité, aussi ils ont le pouvoir de bien diviser les tâches à partir d'une prévision claire.

Chapitre III : La communication interne au sein de l'entreprise ENGOA

14) Questions (14) : Croyez-vous qu'on fait moins d'erreur dans le choix quand il y a une maîtrise des TIC ?

La réponse était simple : Oui, on fait moins d'erreur par rapport aux moyens traditionnelles suite à la bonne maîtrise de l'information et son circuit .

15) Questions (15) : Comment les TIC ont-ils aidé dans la pratique des activités de l'entreprise à distance dans la période de pandémie (Corona Virus) ? Et ont-ils facilité la communication interne à distance?

Dans la période de la pandémie, les TIC étaient les seules garants de la continuité des services et de travail, ils ont aidé l'entreprise dans la pratique de ses activités à distance.

2.5.2. Synthèse de l'entretien :

D'après notre étude qualitative, les informations collectées nous ont permis de constater que les TIC sont indispensables pour la bonne gestion de climat social dans l'entreprise. Elles permettent de créer le bon chemin pour une meilleure relation entre les individus, ainsi les technologies d'information et de communication facilitent la communication interne qui induit la fiabilité des informations, ces dernières influencent positivement les résultats obtenus en fin d'exercice, car les informations fournies sont pertinentes avec un gain de temps par rapport à les méthodes traditionnelles, ainsi la participation à la prise de décision dans toutes les activités de l'entreprise (stratégique, opérationnelle, tactique ..) devient plus facile.

On peut dire que les TIC sont la meilleure solution pour rester en contact dans les crises sanitaires comme la pandémie de corona virus.

3. Le questionnaire :

« Le questionnaire est un instrument de mesure, d'enregistrement et de stockage des informations recueillies directement auprès des répondants, et qui prend la forme d'un ensemble de questions ouvertes et/ou fermées, selon que les réponses possible qui sont proposées ou non aux personnes interrogées »¹

¹ LAMBIN (Jean-Jacques)et CHUMPITAZ (Ruben) et DE MOERLOOSE (Chantal) : *Marketing stratégique et opérationnel* , édition DUNOD , 6ème édition, Paris, 2005, p.192

Chapitre III : La communication interne au sein de l'entreprise ENGOA

3.1. Analyse du questionnaire :

3.1.1. L'échantillon de l'enquête :

L'échantillon de notre enquête est constitué de certains salariés dans l'entreprise ENGOA, afin de confirmer notre étude qualitative et vérifier les hypothèses de notre recherche. Concernant la taille de notre échantillon, vu que l'entreprise a un petit nombre d'employés de bureau par rapport aux employeurs d'exécution, qu'ils n'ont pas besoin de beaucoup des moyens technologiques pour communiquer, il leur suffit de communiquer directement au bureau ou lors de réunions de manière traditionnelle, ce qui explique la taille de notre échantillon. On a essayé d'équilibrer entre les différentes catégories des employeurs (Cadre, agents de maîtrises, et agents d'exécutions), Alors on a choisi un échantillon d'une taille de 45 personnes (14 Cadres, 18 agents de maîtrises, et 13 agents d'exécutions).

3.1.2. La structure du questionnaire :

Concernant la forme de notre questionnaire, celui-ci se compose de :

✓ Une présentation :

Elle est nécessaire afin de gagner la confiance de l'interrogé, alors il était utile de nous présenter et présenter le sujet de notre étude.

✓ Les Axes des Questions :

Nous avons élaboré un questionnaire qui comporte quatre (02) volets de questions :

- **Axe n°1 :** La communication interne au sein d'ENGOA.
- **Axe n°2 :** L'utilisation des TIC dans l'entreprise ENGOA.
- **Axe n°3 :** Le rôle des TIC sur l'amélioration de la communication interne au sein de l'entreprise ENGOA.

Chaque volet regroupe plusieurs types des questions qui nous permettent de recueillir auprès de la population interrogée les informations nécessaires pour réaliser notre recherche :

- ✓ Des questions dichotomiques où l'interrogé doit choisir une seule réponse parmi deux proposées.
- ✓ Des questions fermées à choix multiples parmi celles proposées.
- ✓ Une question ouverte.

Chapitre III : La communication interne au sein de l'entreprise ENGOA

Et en dernier lieu une fiche signalétique, qu'elle est établie afin de bien connaître la personne interrogée (le sexe, l'âge, Niveau d'instruction, catégorie professionnelle, l'ancienneté dans le travail).

3.1.3. Le dépouillement du questionnaire :

Après avoir accompli, le travail sur terrain et fait remplir l'ensemble du questionnaire et des entretiens vient l'étape du dépouillement des informations.

- La fiche signalétique :

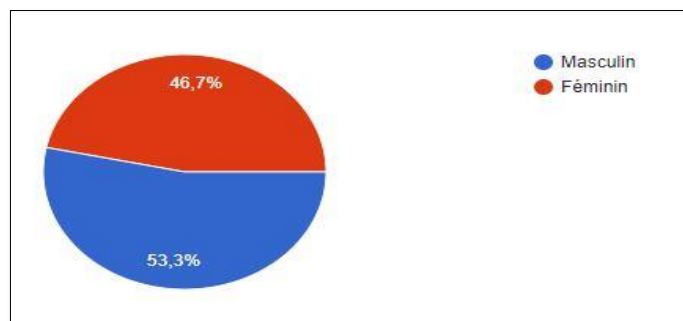
a) Le sexe :

Tableau N°7 : répartition par sexe.

Réponses	Effectifs	pourcentage
Féminin	21	46.7%
Masculin	24	53.3%
Total	45	100%

Source : Résultat de la recherche.

Figure N°9 : répartition par sexe.



Source : résultat de la recherche.

Commentaire :

Nous remarquons que il y a un équilibre entre les deux partis des interrogées, (53.3%) sont des hommes, et le reste (46.7%) sont des femmes.

Chapitre III : La communication interne au sein de l'entreprise ENGOA

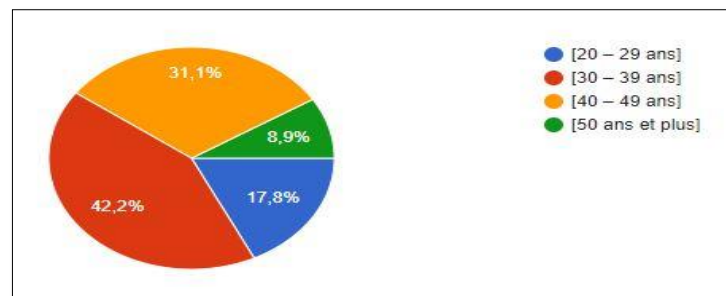
b) L'âge :

Tableau N°8: répartition par âge.

Réponses	Effectifs	Pourcentage
[20 – 29 ans]	8	17.8%
[30 – 39 ans]	19	42.2%
[40 – 49 ans]	14	31.1%
[50 ans et plus]	4	8.9%
Total	45	100%

Source : résultat de la recherche

Figure N°10: répartition par âge.



Source : résultat de la recherche.

Commentaire :

Nous observons que (67%) des interrogées sont âgées de moins de 40 ans, et (33%) sont de 40 ans ou plus.

c) Niveau d'instruction :

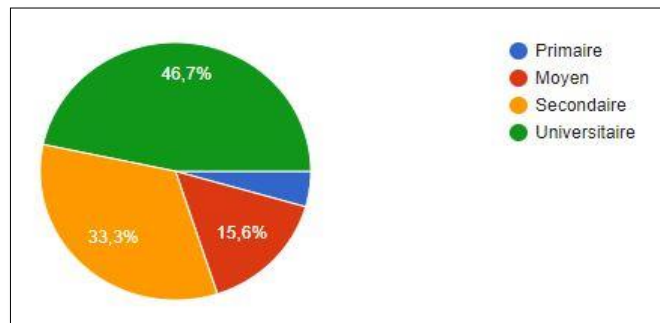
Tableau N°9: répartition par le niveau d'instruction.

Réponse	Effectifs	Pourcentage
Primaire	2	4.4%
Moyen	7	15.6%
Secondaire	15	33.3%
Universitaire	21	46.7%
Total	45	100%

Source : résultat de la recherche.

Chapitre III : La communication interne au sein de l'entreprise ENGOA

Figure N°11: répartition par le niveau d'instruction.



Source : résultat de la recherche.

Commentaire :

Nous observons que les universitaires sont la partie majeure dans notre étude (21 personnes), et nombre de (22 personnes) sont de niveaux moyen et secondaire, et juste deux (02) personnes de niveau primaire.

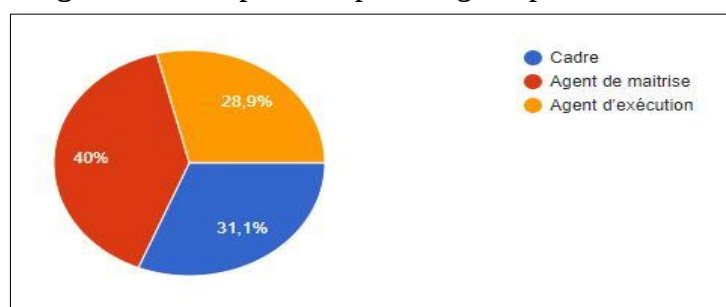
d) Catégorie professionnelle :

Tableau N°10 : répartition par catégorie professionnelle.

Réponse	Effectifs	Pourcentage
Cadre	14	31.1%
Agent de maitrise	18	40%
Agent d'exécution	13	28.9%
Total	45	100%

Source : résultat de la recherche.

Figure N°12: répartition par catégorie professionnelle.



Source : résultat de la recherche.

Commentaire :

Sur un échantillon de 45 personnes, nous avons (40%) des agents de maitrise, (31.1%) des cadres et (28.9%) des agents d'exécutions.

Chapitre III : La communication interne au sein de l'entreprise ENGOA

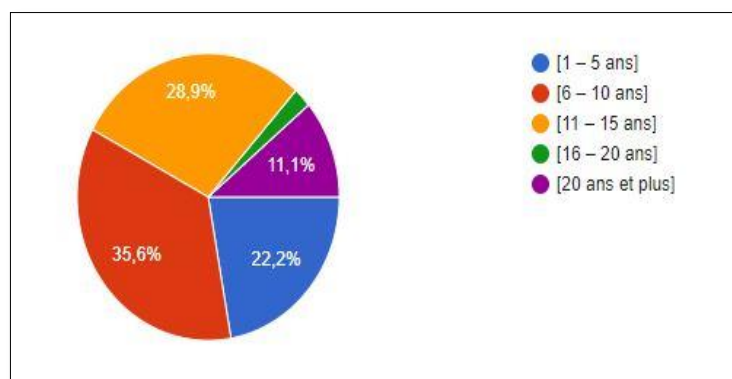
e) Ancienneté au travail :

Tableau N°11: répartition par ancienneté au travail.

Réponse	Effectifs	Pourcentage
[1 – 5 ans]	10	22.2%
[6 – 10 ans]	16	35.6%
[11 – 15 ans]	13	28.9%
[16 – 20 ans]	1	2.2%
[20 ans et plus]	5	11.1%
Total	45	100%

Source : résultat de la recherche.

Figure N°13 : répartition par ancienneté au travail.



Source : résultat de la recherche.

Commentaire :

Nous constatons que (22.2%) des interrogées ont moins de 5 ans d'expérience au sein d'ENGOA, (35.6%) ont entre 6 et 10 ans d'expérience, et (28.9%) ont entre 11 et 15 ans, et seulement (13.3%) qui ont plus de 15 ans d'expérience dans ce domaine.

Les questions :

Axe n°1 : la communication interne au sein d'ENGOA.

1) Question (01) : Que représente pour vous la communication interne ?

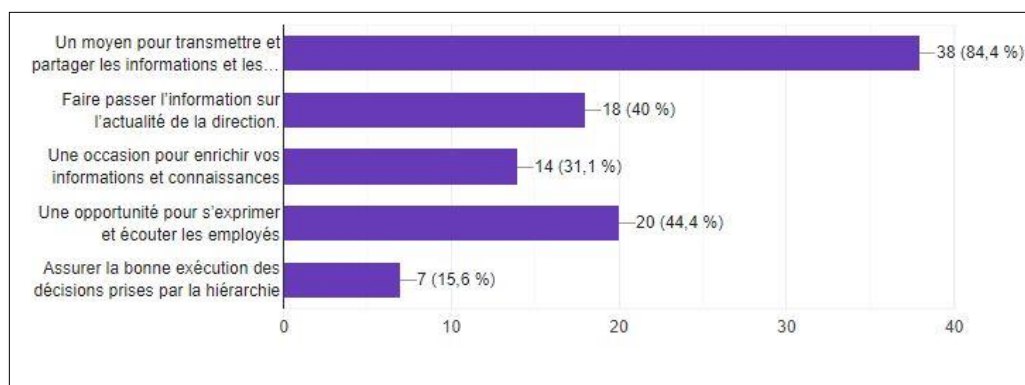
Chapitre III : La communication interne au sein de l'entreprise ENGOA

Tableau N°12: la réponse des interrogées

Réponse	Effectifs	Pourcentage
Un moyen pour transmettre et partager les informations et les idées entre les employés.	38	84.4%
Faire passer l'information sur l'actualité de la direction.	18	40%
Une occasion pour enrichir vos informations et connaissances	14	31.1%
Une opportunité pour s'exprimer et écouter les employés	20	44.4%
Assurer la bonne exécution des décisions prises par la hiérarchie	07	15.6%

Source : résultat de la recherche.

Figure N°14 : la réponse des interrogées



Source : résultat de la recherche.

Commentaire :

Ces résultats, nous montrent que la communication interne pour la majorité des interrogés est un moyen pour transmettre et partager les informations (84.4%), et près de la moitié des réponses dit que c'est une opportunité pour s'exprimer et écouter les employés (44.4%), en troisième lieu on trouve (faire passer l'information sur l'actualité de la direction) comme un rôle de communication dans l'entreprise avec un pourcentage de (40%), et en quatrième et cinquième lieux respectivement, on observe que les pourcentages (31.1%) et (15.6%) vont aux choix suivants :

- Une occasion pour enrichir vos informations et connaissances.
- Assurer la bonne exécution des décisions prises par la hiérarchie.

Chapitre III : La communication interne au sein de l'entreprise ENGOA

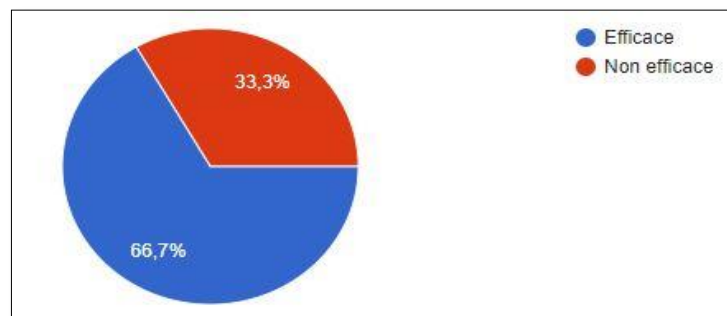
2) Question (02) : Comment considérez-vous la communication interne au sein de votre entreprise ?

Tableau N°13: L'efficacité de la communication interne au sein d'ENGOA.

Réponse	Effectifs	Pourcentage
Efficace	30	33.3%
Non efficace	15	66.7%
Total	45	100%

Source : résultat de la recherche.

Figure N°15: L'efficacité de la communication interne au sein d'ENGOA.



Source : résultat de la recherche

Commentaire :

Selon les réponses des interrogées concernant l'efficacité de la communication interne au sein d'entreprise, nous observons que (66.7%) des réponses indiquent que la communication interne est efficace et (33.3%) qui ont trouvé qu'il n'est pas efficace.

3) Question (03) : Quel est le mode de communication le plus utilisé à l'intérieure d'ENGOA ?

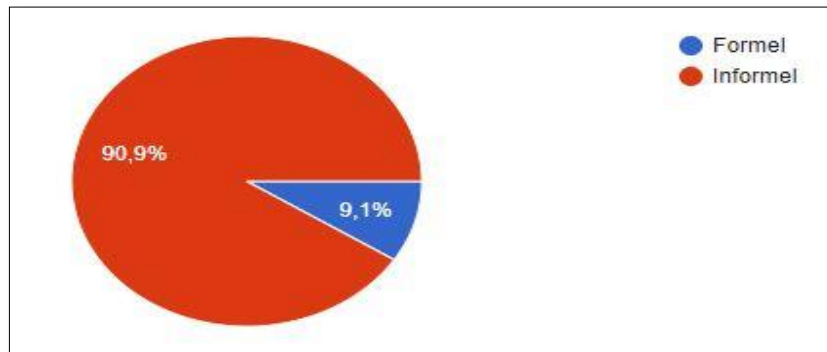
Tableau N°14: Le mode de communication le plus utilisé à l'intérieure d'ENGOA.

Réponse	Effectifs	Pourcentage
Formel	40	90.9%
Informel	4	9.1%
Total	44	100%

Source : résultat de la recherche

Chapitre III : La communication interne au sein de l'entreprise ENGOA

Figure N°16: Le mode de communication le plus utilisé à l'intérieure d'ENGOA.



Source : résultat de la recherche.

Commentaire :

La figure ci-dessous, montre que le mode de communication le plus utilisé à l'intérieure d'ENGOA est informel (90.9%), et seulement (9.1%) dite que le mode est formel.

4) Question (04) : Quels sont les moyens de communication les plus utilisés pour diffuser l'information au sein de votre entreprise ?

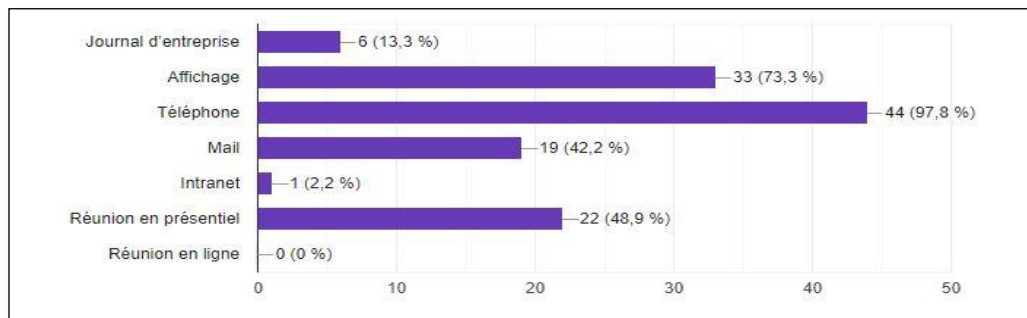
Tableau N°15: les moyens de communication les plus utilisés.

Réponse	Effectifs	Pourcentage
Journal d'entreprise	6	13.3%
Affichage	33	73.3%
Téléphone	44	97.8%
Mail	19	42.4%
Intranet	1	2.2%
Réunion en présentiel	22	48.9%
Réunion en ligne	0	0%

Source : résultat de la recherche.

Chapitre III : La communication interne au sein de l'entreprise ENGOA

Figure N°17: les moyens de communication les plus utilisés.



Source : résultat de la recherche.

Commentaire :

Les réponses montrent que les moyens de communication les plus utilisés au sein d'ENGOA sont comme suit :

- Téléphone.
- Affichage.
- Réunion en présentiel.
- Mail.
- Journal d'entreprise.
- Intranet.

Et on observe qu'il y a un manque de sélection la réunion en ligne.

5) Question (05) : D'après vous quels sont les avantages de la communication interne ?

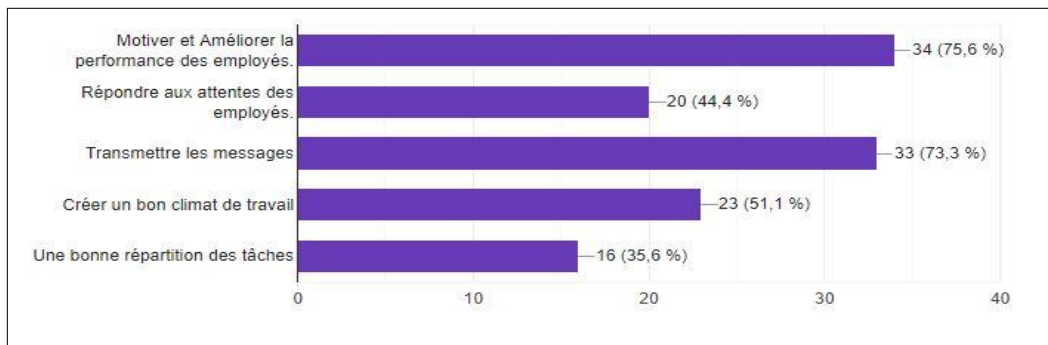
Tableau N°16 : Les avantages de la communication interne.

Réponses	Effectifs	Pourcentage
Motiver et Améliorer la performance des employés.	34	75.6%
Répondre aux attentes des employés.	20	44.4%
Transmettre les messages	33	73.3%
Créer un bon climat de travail	23	51.1%
Une bonne répartition des tâches	16	35.6%

Source : résultat de la recherche.

Chapitre III : La communication interne au sein de l'entreprise ENGOA

Figure N°18: Les avantages de la communication interne.



Source : résultat de la recherche.

Commentaire :

D'après cette figure nous remarquons que La communication interne a plusieurs avantages en matière de motivation et de diffuser les informations dans l'entreprise, et selon les réponses des interrogées les avantages de la communication interne sont sur l'ordre suivant :

- Motiver et améliorer la performance des employés (75.6%).
- répondre aux attentes des employés (44.4%).
- Transmettre les messages (73.3%).
- créer un bon climat de travail (51.1%).
- une bonne répartition des taches (35.6%).

6) Question (06) : Pensez-vous avoir la bonne information au bon moment ?

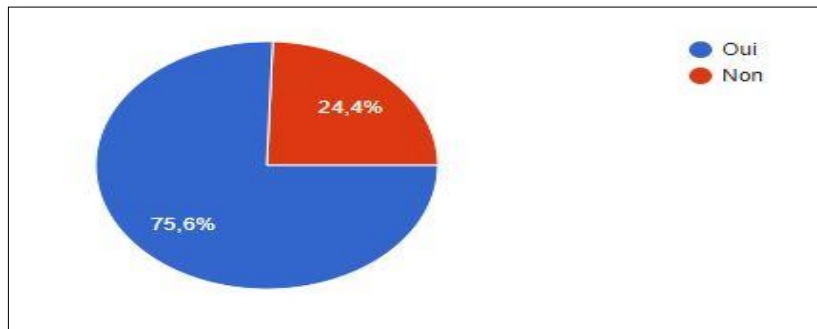
Tableau N°17: La satisfaction envers la circulation d'information.

Réponse	Effectifs	Pourcentage
Oui	34	75.6%
Non	11	24.4%
Total	45	100%

Source : résultat de la recherche.

Chapitre III : La communication interne au sein de l'entreprise ENGOA

Figure N°19: La satisfaction envers la circulation d'information.



Source : résultat de la recherche.

Commentaire :

Les résultats montrent que (75.6%) sont satisfaits envers la circulation d'information, et les autres (24.4%) ne le sont pas.

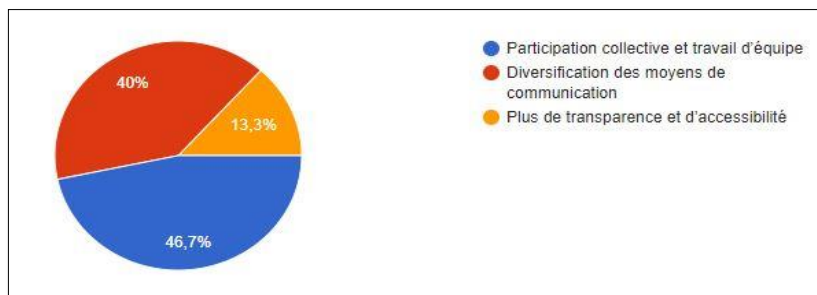
7) Question (07) : Quelles sont vos suggestions pour améliorer et accroître votre efficacité au travail ?

Tableau N°18: Suggestions pour améliorer l'efficacité au travail.

Réponse	Effectifs	Pourcentage
Participation collective et travail d'équipe	21	46.7%
Diversification des moyens de communication	18	40%
Plus de transparence et d'accessibilité	6	13.3%
Total	45	100%

Source : résultat de la recherche.

Figure N°20: Suggestions pour améliorer l'efficacité au travail.



Source : résultat de la recherche.

Chapitre III : La communication interne au sein de l'entreprise ENG OA

Commentaire :

Nous remarquons suite à cette analyse, que le principal paramètre qui améliore l'efficacité au travail est la participation collective et travail d'équipe avec un pourcentage de (46.7%) car le travail d'équipe enrichir les idées et engendre une ambiance dans la réalisation des tâches, et en suit la diversification des moyens de communication avec un pourcentage de (40%), et en dernier lieu la plus de transparence et d'accessibilité (13.3%).

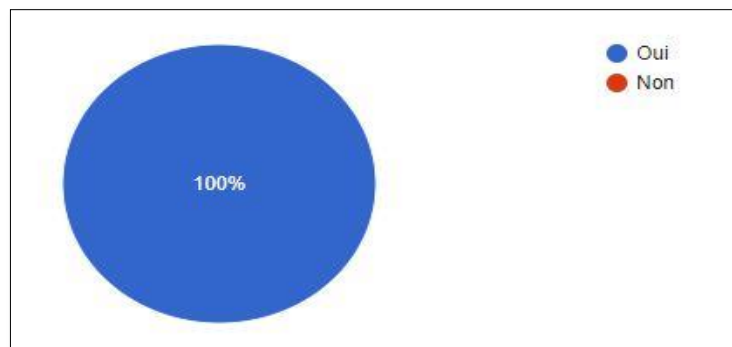
8) Question (08) : Est-ce que la communication interne influence sur la réalisation des objectifs fixés ?

Tableau N°19 : l'effet de la communication interne sur les objectifs fixés.

Réponse	Effectifs	Pourcentage
Oui	45	100%
Non	00	00%
Total	45	100%

Source : résultat de la recherche.

Figure N°21 : l'effet de la communication interne sur les objectifs fixés.



Source : résultat de la recherche.

Commentaire :

On voit à travers les résultats que tous les interrogés sont d'accord avec l'impact directe de communication interne sur la réalisation des objectifs fixés.

9) Question (09) : Votre entreprise possède-t-elle d'une stratégie de communication interne ?

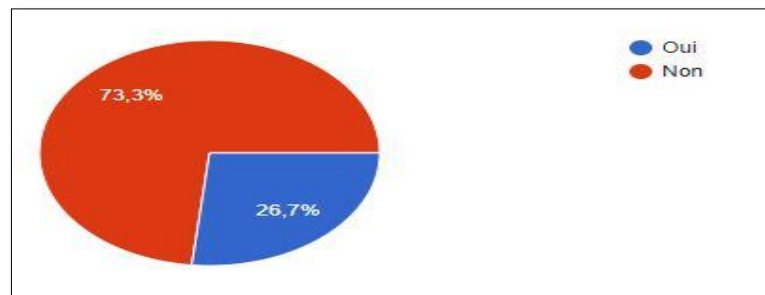
Chapitre III : La communication interne au sein de l'entreprise ENGOA

Tableau N°20: l'existence d'une stratégie de communication interne.

Réponse	Effectifs	Pourcentage
Oui	12	73.3%
Non	33	26.7%
Total	45	100%

Source : résultat de la recherche.

Figure N°22: l'existence d'une stratégie de communication interne.



Source : résultat de la recherche.

Commentaire :

Nous remarquons suite à cette analyse que (73.3%) des interrogées pensent que l'entreprise n'a pas une stratégie de communication interne, et que (26.7%) pensent qu'il y a une stratégie.

Axe 02 : Le rôle des TIC dans la communication interne au sein d'ENGOA

1- L'utilisation des TIC dans l'entreprise ENGOA.

- 1) Question (01) : Parmi les outils suivants, quels sont les plus utilisés dans votre entreprise ?

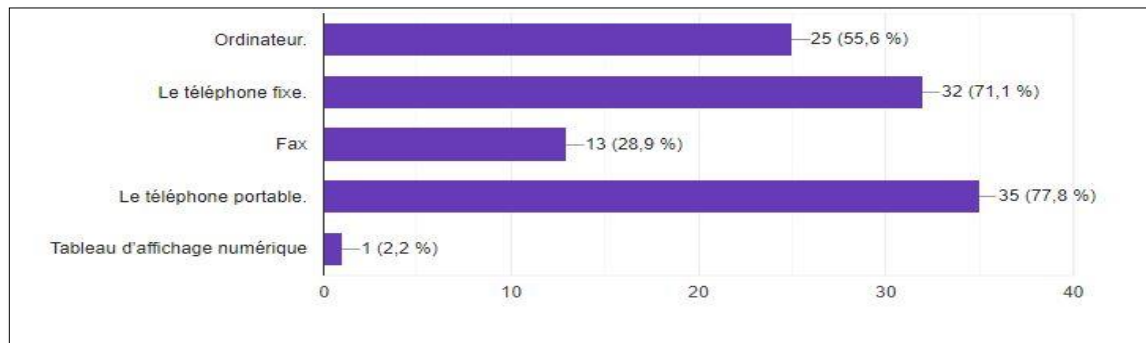
Tableau N°21 : Les outils les plus utilisés dans ENGOA.

Réponse	Effectifs	Pourcentage
Ordinateur	25	55.6%
Le téléphone fixe	32	71.1%
Fax	13	28.9%
Le téléphone portable.	35	77.8%
Tableau d'affichage numérique	1	2.2%

Source : résultat de la recherche.

Chapitre III : La communication interne au sein de l'entreprise ENGOA

Figure N°23: Les outils les plus utilisés dans ENGOA.



Source : résultat de la recherche

Commentaire :

De notre vision des résultats, nous avons constaté que l'ordre des outils les plus utilisés dans l'ENGOA est le suivant :

- Le téléphone portable (77.8%).
- Le téléphone fixe (71.1%).
- Ordinateur (55.6%).
- Fax (28.9%).
- Tableau d'affichage numérique (2.2%).

2) Question (02) : Avez-vous un e-mail professionnel au sein de votre entreprise ?

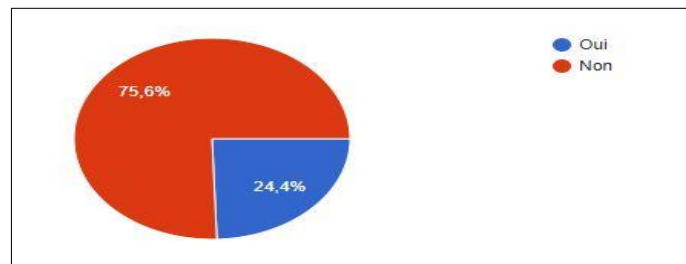
Tableau N°22 : la répartition de l'échantillon selon L'utilisation d'un e-mail professionnel.

Réponse	Effectifs	Pourcentage
Oui	34	75.6%
Non	11	24.4%
Total	45	100%

Source : résultat de la recherche.

Chapitre III : La communication interne au sein de l'entreprise ENGOA

Figure N°24: la répartition de l'échantillon selon L'utilisation d'un e-mail professionnel.



Source : résultat de la recherche.

Commentaire :

Nous remarquons que (75.6%) ont un e-mail professionnel au sein d'ENGOA, et le reste (24.4%) n'ont pas.

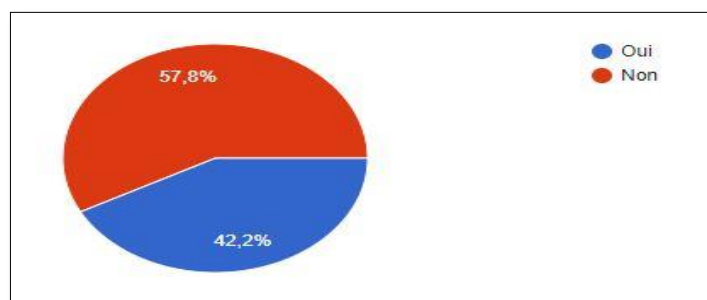
3) Question (03) : Votre entreprise possède-t-elle d'un site internet ?

Tableau N°23: La réponse des interrogées.

Réponse	Effectifs	Pourcentage
Oui	26	42.2%
Non	19	57.8%
Total	45	100%

Source : résultat de la recherche

Figure N°25 : La réponse des interrogées.



Source : résultat de la recherche.

Commentaire :

On a un pourcentage de (57.8%) des interrogées dites que l'entreprise possède un site internet, et les autres (42.2%) répondant par non pour notre question.

Chapitre III : La communication interne au sein de l'entreprise ENGOA

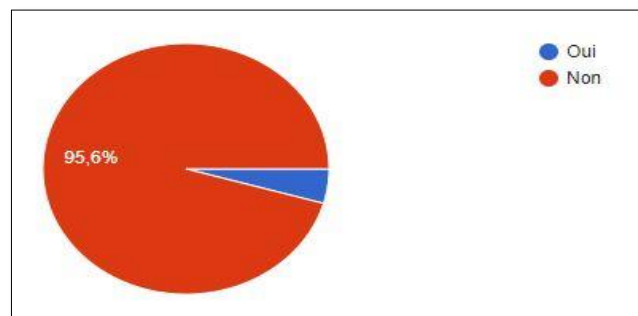
4) Question (04): Votre entreprise est-elle active sur les réseaux sociaux ?

Tableau N°24: La réponse des interrogées.

Réponse	Effectifs	Pourcentage
Oui	43	4.4%
Non	2	95.6%
Total	45	100%

Source : résultat de la recherche.

Figure N°26 : La réponse des interrogées.



Source : résultat de la recherche

Commentaire :

D'après les résultats, on observe que la plupart des réponses (95.6%) indiquent que l'entreprise n'a pas un propre site internet.

5) Question (05) : Rencontrez-vous des difficultés dans l'utilisation des TIC ?

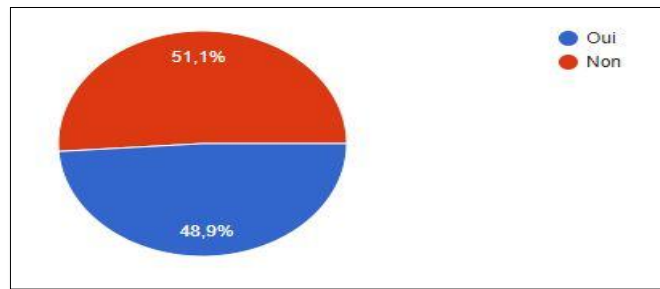
Tableau N°25: la répartition de l'échantillon selon Les difficultés rencontrées dans l'utilisation des TIC

Réponse	Effectifs	Pourcentage
Oui	22	48.9%
Non	23	51.1%
Total	45	100%

Source : résultat de la recherche.

Chapitre III : La communication interne au sein de l'entreprise ENGOA

Figure N°27: la répartition de l'échantillon selon Les difficultés rencontrées dans l'utilisation des TIC.



Source : résultat de la recherche

- Les justifications :

Suite à les réponses, on remarque que les difficultés de l'utilisation des TIC résident dans l'absence de collaboration et de formation dans le domaine.

Commentaire :

En se référant aux résultats, on constate une convergence entre le pourcentage des personnes qui ont des difficultés à utiliser les TIC, et d'autre qui ont la capacité d'utiliser les TIC facilement.

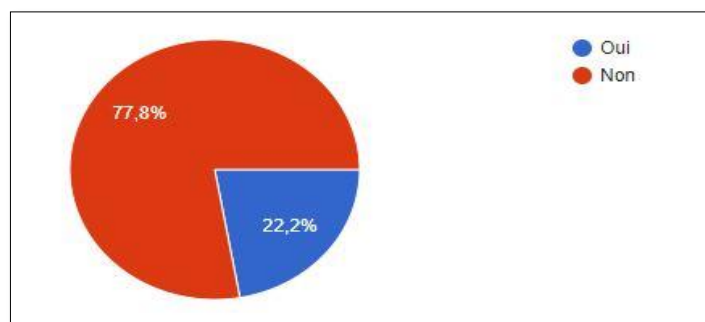
6) Question (06) : Est- ce que vous avez déjà bénéficiés d'une formation en TIC ?

Tableau N°26: Les salariés qui ont bénéficiés d'une formation en TIC.

Réponse	Effectifs	Pourcentage
Oui	10	22.2%
Non	35	77.8%
Total	45	100%

Source : résultat de la recherche

Figure N°28: Les salariés qui ont bénéficiés d'une formation en TIC.



Source : résultat de la recherche

Chapitre III : La communication interne au sein de l'entreprise ENGOA

Commentaire :

Dans notre échantillon, il y a seulement (22.2%) des personnes qui ont bénéficiés d'une formation en TIC, et le reste (77.8%) n'ont pas bénéficiés.

2- Le rôle des TIC sur l'amélioration de la communication interne au sein de l'entreprise ENGOA :

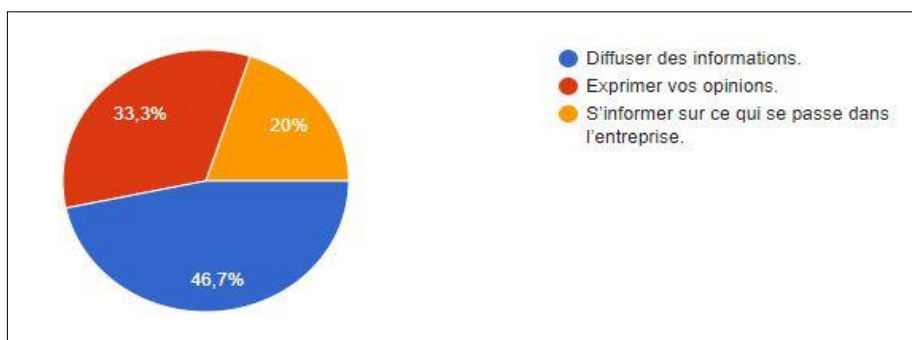
7) Question (07) : Dans quel cas faites-vous recours à l'usage des TIC au sein de votre entreprise ?

Tableau N°27: les finalités d'utilisation des TIC au sein de l'entreprise.

Réponse	Effectifs	Pourcentage
Diffuser des informations.	21	46.7%
Exprimer vos opinions.	15	33.3%
S'informer sur ce qui se passe dans l'entreprise.	9	20%
Total	45	100%

Source : résultat de la recherche

Figure N°29 : les finalités d'utilisation des TIC au sein de l'entreprise.



Source : résultat de la recherche

Commentaire :

Cette figure ci-dessous démontre l'importance des TIC dans la facilitation de la communication interne selon les informations fournies par ce dernier, (46.7%) ont utilisé les TIC pour diffuser des informations, (33.3%) pour exprimer les opinions, et (20%) utilisent les TIC pour s'informer sur ce qui se passe dans l'entreprise.

Chapitre III : La communication interne au sein de l'entreprise ENGOA

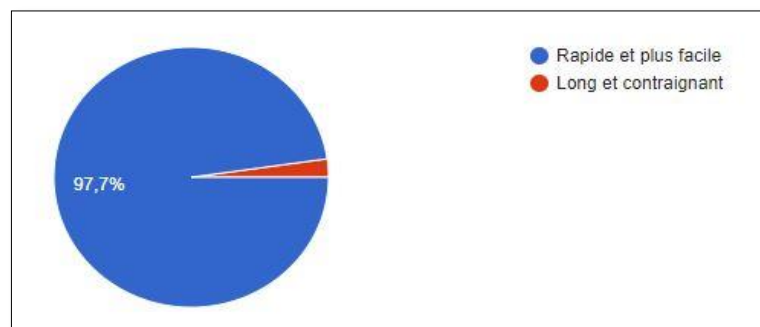
8) Question (08): Lorsque vous utilisez les TIC l'accès à l'information devient ?

Tableau N°28: L'impact des TIC sur l'information.

Réponse	Effectifs	Pourcentage
Rapide et plus facile	43	97.7%
Long et contraignant	1	2.3%
Total	44	100%

Source : résultat de la recherche

Figure N°30: L'impact des TIC sur l'information.



Source : résultat de la recherche

Commentaire :

On a (97.7%) des réponses confirme que l'utilisation des TIC facilite la transmission de l'information, et (2.3%) disent le contraire.

9) Question (09): Est-ce que les TIC vous permettent de satisfaire vos attentes en termes d'information et de communication ?

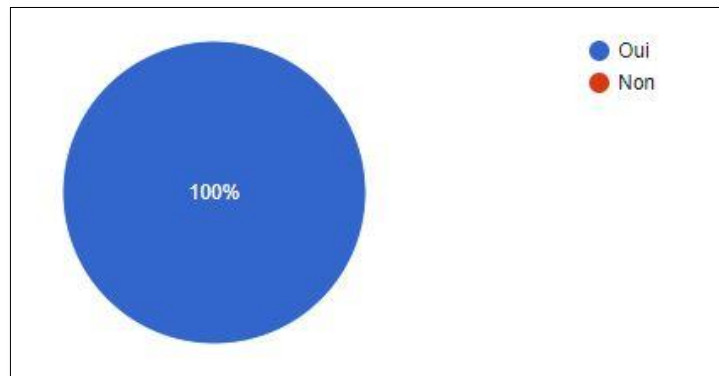
Tableau N°29: la répartition des effectifs selon la satisfaction de leurs attentes en termes d'information et de communication.

Réponse	Effectifs	Pourcentage
Oui	44	100%
Non	00	00%
Total	44	100%

Source : résultat de la recherche

Chapitre III : La communication interne au sein de l'entreprise ENGOA

Figure N°31 : la répartition des effectifs selon la satisfaction de leurs attentes en termes d'information et de communication



Source : résultat de la recherche.

Commentaire :

On observe que (100%) des interrogées ont confirmé que les TIC est considéré comme un levier de satisfaction des attentes en termes d'information et de communication.

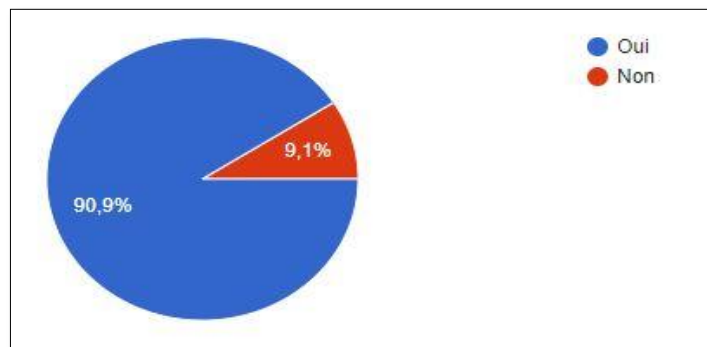
10) Question (10): Voyez-vous que les TIC sont les moyens les plus efficaces pour communiquer rapidement au sein de votre entreprise ?

Tableau N°30: l'efficacité des TIC dans la rapidité de communication.

Réponse	Effectifs	Pourcentage
Oui	40	90.9%
Non	4	9.1%
Total	44	100%

Source : résultat de la recherche

Figure N°32: l'efficacité des TIC dans la rapidité de communication.



Source : résultat de la recherche

Chapitre III : La communication interne au sein de l'entreprise ENGOA

Commentaire :

Grace aux résultats obtenus, on a un pourcentage de (90.9%) des interrogées constatent que les TIC sont les moyens les plus efficaces pour la rapidité de transmettre les messages dans l'entreprise, et seulement (9.1%) disent le contraire.

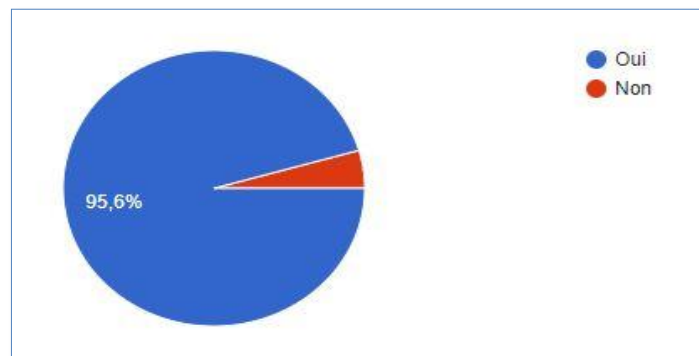
11) Question (11) : Considérez-vous les TIC comme moyens de développement des relations entre les différents membres de votre entreprise ?

Tableau N°31 : La réponse des interrogées.

Réponse	Effectifs	Pourcentage
Oui	43	95.6%
Non	2	4.4%
Total	45	100%

Source : résultat de la recherche

Figure N°33: La réponse des interrogées.



Source : résultat de la recherche

Commentaire :

On observe que : (95.6%) des réponses considèrent les TIC comme moyens de développement des relations entre les différents membres au sein de l'entreprise, et y a des personnes (4.4%) pensent qu'il y a d'autres meilleurs moyens.

12) Question (12): Quels sont vos propositions pour améliorer l'utilisation des TIC au sein d'ENGOA ?

Les propositions :

- Mettre en œuvre les moyens pour les meilleures pratiques.
- Des mises à jour et formation en continu.

Chapitre III : La communication interne au sein de l'entreprise ENGOA

- Plus de formation sur les TIC.
- Mise en œuvre des TIC et la formation.
- Mise en œuvre des applications des TIC
- Créer une cellule de communication.
- Favoriser le dialogue et le travail d'équipe
- Intégrer les technologies d'information
- Mettre en place une intranet.

Commentaire :

D'après les propositions précédentes, on constate qu'il y a un manque des outils des TIC, et les salariés d'ENGOA ont besoin des moyens de communication, et de formation pour apprendre la bonne façon de l'utiliser.

3.2. Synthèse du questionnaire :

Nous avons constaté que d'un point de vue organisationnel, économique et stratégique, les technologies de l'information et de la communication ont eu un impact positif sur l'entreprise. Les technologies de l'information et de la communication sont un bon outil pour assurer la rapidité et la fluidité des flux d'informations, fournir des logiciels et des méthodes de communication interne, et favoriser la traçabilité des informations.

Les TIC permettent également la cohérence des données et des traitements et contribuent à établir des procédures d'information pour en assurer une meilleure gestion.

Cependant, la résistance innée des êtres humains au changement entraînera des difficultés dans le processus d'intégration des technologies de l'information et de la communication, ce qui affectera l'avancée du projet de modernisation de la communication de l'entreprise, il faut juste sensibiliser le personnel des futurs changements et le bien former pour éviter tous les problèmes d'exécutions des TIC.

4. Synthèse générale de l'enquête :

Après avoir effectué une étude qualitative et une étude quantitative nous pouvons dire que les TIC aujourd'hui représentent la solution optimale pour l'utilisation de ressources humaines.

Le but notre enquête est de voir comment les TIC contribuent dans l'amélioration de la communication interne dans l'entreprise, ce qui est la problématique de notre recherche. La réalisation de l'entretien semi directif avec le chef de département des ressources humaines de

Chapitre III : La communication interne au sein de l'entreprise ENGOA

l'entreprise ENGOA, ainsi que le questionnaire dédié aux différents utilisateurs des TIC, nous ont permis d'étudier leur impact stratégique et décisionnel et de constater ce qui suit :

- Les TIC permettent la meilleure méthode de diffusion des informations,
- Elles aident à établir des procédures de management,
- Fiabiliser les données afin de garantir une meilleure communication interpersonnelle, parce qu'elles fournissent des informations pertinentes et fiables au bon moment, et à moindre coûts,
- Elles permettent d'améliorer le travail d'équipe et l'efficacité des employés,
- Satisfaire les attentes des employés dans la réalisation des objectifs de l'entreprise.

Nous pouvons également dire que l'utilisation des TIC est une solution qui combine différentes techniques d'organisation qui affecte également les aspects stratégique d'entreprise.

Pour conclure, notre enquête nous a permis de confirmer nos hypothèses et constater que les TIC sont devenues une obligation dans la gestion de la communication interne au sein d'entreprise, et leur mise en place permettent d'améliorer la relation interne à travers la bonne communication entre les individus et conduit l'entreprise vers le bon climat social, de plus elles favorisent l'esprit d'équipe et les relations interpersonnelles, ce qui permet aux employés d'être plus efficace dans la réalisation des tâches.

Remarques et Proposition :

➤ **Remarques :**

Lors de mon stage au sein de l'entreprise ENGOA, j'ai pu constater ce qui suit :

- L'insuffisance des moyens de communication interne tels que : l'intranet et l'internet, l'entreprise se base souvent sur l'affichage et le téléphone fixe.
- L'existence de communication informelle qui provoque des remueurs et engendre des conflits entre les salariés.
- Perdre beaucoup de temps à se déplacer entre les départements pour la recherche des informations.

Chapitre III : La communication interne au sein de l'entreprise ENGOA

➤ Propositions :

Pour mieux aider l'entreprise à améliorer le système de communication interne, nous suggérons ce qui suit :

- L'utilisation de réseaux internet pour faciliter et améliorer la communication interne dans tous les services au sein de l'entreprise.
- Développer la cohésion des collaborateurs.
- La création d'une boîte de recommandations et d'avis, pour permettre de recueillir les avis de divers employés.
- Installer un bureau chargé de la communication pour faciliter les communications entre les différents services et départements.

✚ Les recommandations :

Au terme de ce travail, nous présentons un certain nombre de recommandations adressées aux dirigeants de l'ENGOA :

- ✓ Repenser les usages des systèmes d'information pour qu'ils touchent tous les niveaux de management (opérationnel, système d'aide à la décision, stratégie).
- ✓ Changer les mentalités et les cultures comme condition nécessaire à un saut technologique majeur.
- ✓ Budgétisation des formations à la maîtrise des nouvelles technologies de l'information et de la communication afin de développer les compétences liées au partage d'informations et d'idées dans les groupes de travail de l'entreprise. Afin de gagner plus de temps dans l'exécution des tâches et des tâches.

Chapitre III : La communication interne au sein de l'entreprise ENGOA

Conclusion du chapitre :

Dans ce chapitre, nous avons essayé de concrétiser les différentes notions théoriques relatives à notre sujet de recherche présentées dans les deux chapitres précédents.

L'enquête que nous avons menée au sein d'ENGOA, nous permis d'évaluer le degré d'influence des TIC sur la communication interne dans l'entreprise.

Grâce aux résultats obtenus de l'entretien avec le chef département de l'entreprise ENGOA, aussi le questionnaire destiné aux différents utilisateurs des TIC (cadres, des agents des maitrises et d'exécutions), nous avons pu détecter l'utilité d'utilisation des TIC pour améliorer la communication interne dans l'entreprise, pour que nous puissions proposer ensuite des propositions d'améliorations afin d'éliminer les dysfonctionnements lié à les méthodes traditionnelles.

Grâce à cette étude, nous pouvons conclure que l'application des technologies de l'information et de la communication est devenue nécessaire pour chaque entreprise afin d'assurer un meilleur travail d'équipe, d'améliorer les performances et de prendre les bonnes décisions au bon moment.

Conclusion générale :

Dans notre recherche, nous avons puisé dans les ressources bibliographiques, afin de cerner théoriquement notre sujet de recherche qui nous a nécessités de bien comprendre les principes et les notions de communication interne au sein d'entreprise, des TIC et leur relation avec la gestion de travail d'équipe.

Suite au travail de recherche que nous avons effectué auprès de l'entreprise ENGOA, les résultats anticipés et toutes les informations que nous avons collectées au cœur de notre étude sur : « le rôle des technologies de l'information et de la communication dans l'amélioration de la communication interne au sein de l'entreprise », nous constatons que les technologies de l'information et de la communication occupent une place indispensable dans l'amélioration de la communication interne au sein de l'entreprise ENGOA, car elles permettent de nouvelles possibilités d'échange et de partage d'informations entre les différents services avec une bonne prise des décisions en moins de temps.

Les résultats montrent que l'impact des TIC est orienté vers le développement de la communication interne de l'entreprise, car les employés affirment qu'avec l'utilisation des TIC le degré de niveau du communication et les relations entre eux sont à la hauteur de leurs attentes, l'analyse de l'impact de l'usage des TIC dans l'entreprise nous permettront de savoir plus leur importance dans la réalisation de ses objectifs soit dans l'organisation de travail ou dans la création d'un réseau communicationnel fiable entre les responsables et leurs Subordonnés.

Au terme de ce travail de recherche, nous avons pu constater que les TIC permet de soutenir l'activité de l'entreprise, visent à améliorer l'efficacité opérationnelle ainsi que la performance organisationnelle. Dans cette perspective nous avons confirmé que les TIC contribuent effectivement dans l'amélioration de la communication interne.

Ainsi, avec ces résultats, nous avons pu confirmer nos hypothèses :

- ✓ La première, qui affirme que les TIC sont des outils indispensables au travail d'équipe dans l'entreprise et ne peuvent être négligés au vu de leur contribution dans une large mesure à la résolution des conflits, à travers une bonne communication entre les individus.
- ✓ La deuxième, c'est-à-dire que les TIC permettent aux entreprises de mieux gérer leur activité en offrant une meilleure répartition des tâches, une connaissance des

informations pertinentes en temps réel, ce qui entraîne une réduction du temps de prise de décision.

- ✓ La troisième, Qui affirme que les technologies de l'information et de la communication ajoutent un sentiment familiale au sein des groupes de travail, car ces derniers jouent un rôle essentiel pour atteindre le bon climat social et renforcer les relations personnelles.

On constate, à travers ce modeste travail, que les technologies de l'information et de la communication offrent des avantages administratifs et opérationnels, notamment en termes de prise de décision et de bonne maîtrise du travail, et que grâce à ces outils l'activité de l'entreprise est améliorée l'optimisation de temps dans la mise en œuvre et la qualification de ses cadres et le renforcement d'une culture d'entreprise fondée sur le travail d'équipe.

La bibliographie :

La liste des ouvrages :

- LECLERC (Michel) et QUIMPER (Michel) : *Les relations au travail au Québec*, process de l'université de Québec ,2eme édition, CANADA, 2003.
- D'ALMEIDA (Nicole) et LIBAERT (Thierry) : *La communication interne de l'entreprise*, 2eme édition, DUNOD, paris, 2000.
- D'ALMEIDA (Nicole) et LIBAERT (Thierry) : *la communication interne de l'entreprise*, 4 ème édition, Dunod, Paris, 2004.
- D'ALMEIDA (Nicole) et LIBAERT (Thierry) : *La communication interne de l'entreprise*, 5eme édition, DUNOD, Paris, 2007.
- LIBAERT (Thierry) et WESTPHALIEN (Marie- Hélène) : *Communicator, Toute la communication d'entreprise*, 6 ème édition, DUNOD, paris, 2012.
- BONNEFOUS (Brunno) et autres : *Information et communication*, sous la direction de Madeleine Doussy, édition de Bréal, Rosny-Sous- Bois, 2005.
- WESTPHALIEN (Marie- Hélène) : *Communicator : le guide de la communication d'entreprise*, 3^{ème} édition, DUNOD, Paris, 2001.
- LIBAERT (Thierry) : *introduction à la communication*, édition DUNOD, paris, 2009.
- ALLEGRE (Claude Blanche) et ANDEANSSIAN (Anne Elisabeth) : *Gestion des ressources humaines (Valeur de l'immatériel)*, 1er édition de Boeck, Bruxelles, 2008.
- SHINON (L.Dalon) et autre : *psychologie du travail et comportement organisationnel*, 2eme édition, GAETIN MORIN éditeur, CANADA, 2002.
- BALLE (Francis) : *dictionnaire des medias*, édition Larousse-bordas, paris, 1998.
- BOUHAFES (Abdelkrim) : *La communication dans l'entreprise*, édition office des publications universitaires, Alger, 2014.
- DECAUDIN (Jean-Marc) et IGALENSI (Jacques) : *La communication interne*, DUNOD, 2eme édition, PARIS, 2009.
- BORDEAU (Jeanne) : *la boite à outil de chargé de communication*, édition d'organisation, groupe Eyrolles, paris, 2011.

- MALAVAL (Philippe) et DECAUDIN (Jean-Marc): *Pentacom, communication corporate, interne, financière, marketing b-to-c et b-to-b*, 3ème édition, Pearson France, 2012.
- COBUT (Eric) et DONJEAN (Christine): *La communication interne*, Edipro, 2ème édition, 2014.
- PATEYRON (Emmanuel-Arnaud), et SALMON (Robert) : *Les nouvelles technologies de l'information et l'entreprise*, Edition economica, 1996.
- BAYNAST (Arnaud), et LENDREVIE (Jacques) et LEVY (Julien) : *Mercator*, DUNOD, édition 12^e septembre 2017.
- BOISTEL (Philippe) : *Gestion de la communication d'entreprise*, Hermès - Lavoisier, 2007.
- MOREL (Philippe): *communication d'entreprise, « stratégie et techniques »*, Studyramapro, paris, 2015.
- SAADOUN (Melissa) : *Technologies de l'information et management*, Editions-Hermès, 2000.
- HENRIET (Bruno) et IMBERT (Maurice): *DRH : tirez parti des technologies*, 2002.
- LACOLARE (Vincent), BAUDRY (Pierre) : *Développer l'entreprise numérique*, édition AFNOR, France, 2010.
- DEIXONNE (Jean-Luc) : *Piloter les systèmes d'information, s'appuyer sur les TIC et le SI pour devenir une entreprise numérique*, édition DUNOD, Paris, 2012.
- QUELENNEC(Claude) : « *ERP* », *levier de transformation de l'entreprise*, édition Lavoisier, 2007.
- SAADOUN (Melissa) : *Avec le temps*, édition d'organisation, 1998.
- DEMONT-LUGOL (Liliane) et autre : *Communication des entreprises : stratégies et pratiques*, 2ème édition, ARMAND COLIN, paris, 2006.
- LAMBIN (Jean-Jacques) et CHUMPITAZ (Ruben) et DE MOERLOOSE (Chantal) : *Marketing stratégique et opérationnel*, édition DUNOD, 6ème édition, Paris, 2005.
- THIETAR (Raymond-Alain) et COLL : *méthodes de recherche en management*, DUNOD, Paris ,2003.
- PELLEMAN (Paul) : *Recherche qualitative en marketing : perspective psychoscopique*, édition Paris, Bruxelles, De Boeck Université, 1999, p.86.
- KAROUI-ZOUAOUI (Samia) : *Méthodologie de recherche*, Edition C.L.E, Tunis, 2001.

Les travaux universitaires :

- RACHEDI (Abdelkader) : *L'impact des TIC sur l'entreprise*, Magister, Université de Saida, 2006.
- BOUZIDI (Mebarka) : l'usage des TIC dans l'entreprise, Mémoires de master, cas de DANONE ALGERIE, université de Bejaia, 2013.
- KOSSAI (Mohamed) : *Les Technologies de L'Information et des Communications (TIC), le capital humain, les changements organisationnels et la performance des PME manufacturières*, thèse de doctorat en science économiques, Université Paris Dauphine, 2013.

Les sites web :

- <https://lesdefinitions.fr/information>
- <https://www.ladissertation.com/Soci%C3%A9t%C3%A9/Generation/Led%C3%A9veloppement-Durable-51835.html>.
- <https://wikimemoires.net/2011/02/types-tic-historique-tic-caracteristiques-des-tic/>
- <https://www.journaldunet.fr/web-tech/dictionnaire-du-webmastering/1203251-blog-definition-et-acteurs/>
- <https://www.piloter.org/business-intelligence/datawarehouse.htm>
- <https://www.oracle.com/fr/database/oltp-definition.html>
- <https://www.choisirmonerp.com/erp/definition-d-un-erp>
- <https://www.malek-boualem.fr/com/la-communication/ntic/avantages-inconvenients-des-tic/>
- <https://www.mercator-publicitor.fr/lexique-publicite-definition-systeme-communication>

Annexes

Ecole des Hautes Etudes Commerciales d'Alger
EHEC Alger



Guide d'entretien :

Option : Management et entrepreneuriat.

Thème :

Le rôle des TIC sur l'amélioration de la communication interne a sein de l'entreprise E.N.G.O.A.

Dans le cadre de l'élaboration de notre mémoire de fin de cycle pour l'obtention du diplôme de Master, nous tenons à collecter un ensemble d'informations concernant les technologies d'informations et de communication et son rôle dans l'amélioration de la communication interne dans l'entreprise E.N.G.O.A, cela à travers votre collaboration en répondant à ce questionnaire de recherche.

Madame/Monsieur :

Je suis BOUALI Khalid, étudiant en 2ème année Master. Option : Management et entrepreneuriat à l'Ecole des Hautes Etudes Commerciales, (ex- INC), notre problématique de recherche porte sur « Le rôle des TIC sur la communication interne au sein d'entreprise ».

A travers le présent entretien, nous souhaiterons aborder les points suivants :

- **Impact de communication interne sur l'aspect humain** (Les relations entre les individus, l'esprit d'équipe, la motivation personnelle...).
- **L'utilisation des TIC dans la communication interne au sein d'ENGOA** (Les moyennes de la communication interne les plus utiliser, les objectifs attendus, les difficultés rencontre les salaries pour la communication).
- **Impact des TIC sur la communication interne au sein d'ENGOA** (Facilité d'échange, aide à la prise des décisions, le télétravail dans la période de corona virus).

Nous vous remercions d'avance pour votre précieuse collaboration.

Axe 01 : la communication interne dans l'ENGOA :

- 1) Pouvez-vous nous décrire la communication interne au sein d'ENGOA ? (moyens utilisés, les circuits,)
- 2) La communication au sein de l'ENGOA est-elle formelle ou informelle ? quel est votre avis ?
- 3) Est-ce que les dirigeants de l'ENGOA rencontrent des difficultés pour l'échange de l'information au sein de l'entreprise ?
- 4) Selon vous, la communication interne permet de réaliser les objectifs d ENGOA ou bien c'est plutôt une occasion pour que les employés s'expriment et s'échangent entre eux ?

Axe 02 : L'utilisation des technologies de l'information et de la communication (TIC) :

- 5) Que pensez-vous des technologies de l'information et de la communication ?
- 6) Est-ce-que les salariés d'ENGOA utilisent les moyens technologiques dans leurs relations professionnelles ?

- 7) Autant qu'utilisateur des TIC êtes-vous satisfait sur la circulation d'information dans l'entreprise ?
- 8) Selon vous, quels sont les avantages et les inconvénients des technologies de l'information et de la communication ?
- 9) Que pensez-vous de l'avenir d'intégration des TIC en Algérie ?

**Axe 03 : Le rôle des technologies de l'information et de la communication
(TIC) sur la communication interne au sein d'ENGOA :**

- 10) Pensez-vous les TIC ont un impact bénéfique sur la performance des salariés ?
- 11) Quel est l'intérêt des TIC pour la DRH ?
- 12) Selon vous quel est l'impact de l'implication des TIC sur l'organisation du travail ?
- 13) Pouvez-vous nous dire exactement en quoi ces TIC peuvent-elles améliorer votre rendement ?
- 14) Croyez-vous qu'on fait moins d'erreur dans le choix quand il y a maîtrise des TIC ?
- 15) Comment les TIC ont-ils aidé dans la pratique des activités de l'entreprise à distance dans la période de pandémie (Corona Virus) ? Et ont-ils facilité la communication interne à distance?

Ecole des Hautes Etudes Commerciales d'Alger
EHEC Alger



Questionnaire :

Option : Management et entrepreneuriat.

Thème :

Le rôle des TIC sur l'amélioration de la communication interne a sein de l'entreprise E.N.G.O.A.

Dans le cadre de l'élaboration de notre mémoire de fin de cycle pour l'obtention du diplôme de Master, nous tenons à collecter un ensemble d'informations concernant les technologies d'informations et de communication et son rôle dans l'amélioration de la communication interne dans l'entreprise E.N.G.O.A, cela à travers votre collaboration en répondant à ce questionnaire de recherche.

Les données personnelles :

1. Sexe :

☐ Masculin

☐ Féminin

2. Age :

☐ [20 – 29 ans]

☐ [30 – 39 ans]

☐ [40 – 49 ans]

☐ [50 ans et plus]

3. Niveau d’instruction :

☐ Primaire

☐ Moyen

☐ Secondaire

☐ Universitaire

4. Catégorie professionnelle :

☐ Cadre

☐ Agent de maîtrise

☐ Agent d’exécution

5. Ancienneté au travail :

☐ [1 – 5 ans]

☐ [6 – 10 ans]

☐ [11 – 15 ans]

☐ [16 – 20 ans]

☐ [20 ans et plus]

Axe01 : la communication interne.

1. Que représente pour vous la communication interne ?

Choisir une réponse

☐ Un moyen pour transmettre et partager les informations et les idées entre les employés.

☐ Faire passer l'information sur l'actualité de la direction.

☐ Une occasion pour enrichir vos informations et connaissances

☐ Une opportunité pour s'exprimer et écouter les employés

☐ Assurer la bonne exécution des décisions prises par la hiérarchie

Autre : _____

2. Comment considérez-vous la communication interne au sein de votre entreprise ?

☐ Efficace

☐ Non efficace

Justifier : _____

3. Quel est le mode de communication le plus utilisé à l'intérieure de ENGOA ?

☐ Formel

☐ Informel

4. Quels sont les moyens de communication les plus utilisés pour diffuser l'information au sein de votre entreprise ?

Choisir 03 réponses

☐ Journal d'entreprise

☐ Affichage

☐ Téléphone

- ☐ Mail
- ☐ Intranet
- ☐ Réunion en présentiel
- ☐ Réunion en ligne

Autre : _____

5. D'après vous quels sont les avantages de la communication interne ?

Choisir 03 réponses

- ☐ Motiver et Améliorer la performance des employés.
- ☐ Répondre aux attentes des employés.
- ☐ Transmettre les messages
- ☐ Créer un bon climat de travail
- ☐ Une bonne répartition des tâches

Autre : _____

6. Pensez-vous avoir la bonne information au bon moment ?

- ☐ Oui
- ☐ Non

7. Quelles sont vos suggestions pour améliorer et accroître votre efficacité au travail ?

Choisir une réponse

- ☐ Participation collective et travail d'équipe
- ☐ Diversification des moyens de communication
- ☐ Plus de transparence et d'accessibilité

Autre :

8. Est-ce que la communication interne influence sur la réalisation des objectifs fixés ?

- ☐ Oui
- ☐ Non

Si oui comment vous jugez l'atteinte de ces objectifs au sein de votre entreprise ?

- ☐ Satisfaisant
- ☐ Peu satisfaisant
- ☐ Insatisfaisant

9. Votre entreprise possède-t-elle d'une stratégie de communication interne ?

- ☐ Oui
- ☐ Non

Axe02 : Le rôle des TIC dans la communication interne au sein d'ENGOA.

1- L'utilisation des TIC dans l'entreprise ENGOA

1. Parmi les outils suivants, quels sont les plus utilisés dans votre entreprise ?

- ☐ Ordinateur.
- ☐ Le téléphone fixe.
- ☐ Fax
- ☐ Le téléphone portable.

☐ Tableau d'affichage numérique

Autre appareil : _____

2. Avez-vous un e-mail professionnel au sein de votre entreprise ?

☐ Oui

☐ Non

3. Votre entreprise possède-t-elle d'un site internet ?

☐ Oui

☐ Non

4. Votre entreprise est-elle active sur les réseaux sociaux ?

☐ Oui

☐ Non

5. Rencontrez-vous des difficultés dans l'utilisation des TIC ?

☐ Oui

☐ Non

Justifiez votre réponse : _____

6. Est-ce que vous avez déjà bénéficiés d'une formation en TIC ?

☐ Oui

☐ Non

2- Le rôle des TIC sur l'amélioration de la communication interne au sein de l'entreprise ENGOA :

7. Dans quel cas faites-vous recours à l'usage des TIC au sein de votre entreprise ?

Choisir une réponse

☐ Diffuser des informations.

☐ Exprimer vos opinions.

☐ S'informer sur ce qui se passe dans l'entreprise.

Autres : _____

8. Lorsque vous utilisez les TIC l'accès à l'information devient :

☐ Rapide et plus facile

☐ Long et contraignant

Autres : _____

9. Est-ce que les TIC vous permettent de satisfaire vos attentes en termes d'information et de communication ?

☐ Oui

☐ Non

10. Voyez-vous que les TIC sont les moyens les plus efficaces pour communiquer rapidement au sein de votre entreprise ?

☐ Oui

☐ Non

11. Considérez-vous les TIC comme moyens de développement des relations entre les différents membres de votre entreprise ?

☐ Oui

☐ Non

Justifiez votre réponse : _____

12. Quels sont vos propositions pour améliorer l'utilisation des TIC au sein d'ENGOA ?

LA TABLE DES MATIERE :

Introduction générale

Résumé

Remerciement

Dédicace

Liste des abréviations

Liste des figures

Liste des tableaux

Sommaire

Chapitre 01 : La communication interne de l'entreprise. Page

Section 01 : Les principes fondamentaux de la communication interne.

1. Les notions générales de la communication.....	01
1.1. La Communication.....	01
1.2. La communication d'entreprise.....	02
1.2.1. Définition.....	02
1.2.2. Les types de la communication d'entreprise.....	03
1.3. La Communication Interne.....	03
2. L'évolution de la communication interne.....	04
3. Les différentes formes de la communication interne.....	04
3.1. La communication descendante ou hiérarchique.....	04
3.2. La communication ascendante ou salariale.....	05
3.3. La communication horizontale ou transversale.....	06
4. Les fonctions de la communication interne.....	06
4.1. Ecouter.....	07

4.2. Informer.....	07
4.3. Arbitrer.....	07
5. Les circuits de la communication interne.....	08
5.1. Le circuit hiérarchique.....	08
5.2. Le circuit des instances représentative.....	08
5.3. Le circuit de la communication interne.....	08

Section 02 : l'entreprise comme un espace de communication.

1. Les réseaux de la communication interne.....	09
1.1. Le réseau formel.....	09
1.2. Le réseau informel.....	09
1.3. Les supports ou moyens de la communication formelle et informelle.....	09
2. Les moyens de la communication interne.....	10
2.1. Les supports oraux de la communication interne.....	10
2.2. Les supports écrits de communication interne.....	12
2.3. Les supports audio-visuels de communication interne.....	14
3. Les objectifs de la communication interne.....	15
3.1. Informer	15
3.2. Motiver	15
3.3. Fédérer et animer la vie organisationnelle	16
4. Le plan de la communication interne.....	17

Conclusion.

Chapitre 02 : Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC)

Section 01 : Aperçue générale sur les technologies de l'information et de la communication

1. Définitions des TIC.....	23
2. Les caractéristiques des TIC.....	24
3. Les différentes applications des TIC.....	25
3.1. Internet.....	25

3.1.1.	Les différentes applications d'internet.....	25
3.1.2.	Les avantages et les inconvénients de l'internet.....	27
3.2.	L'intranet.....	28
3.3.	L'extranet ou l'entreprise élargie.....	29
3.4.	Groupware.....	30
3.5.	Workflow.....	30
3.6.	Data warehouse.....	30
3.7.	Système d'information.....	31
3.8.	Entreprise Ressource Planning (ERP) ou Progiciel de Gestion Intégré (PGI).....	32
4.	Les avantages et les inconvénients des TIC.....	33

Section 02 : le rôle des Technologies de l'information et de la communication dans l'entreprise.

1.	Le rôle de TIC dans l'entreprise.....	35
1.1.	Les TIC un changement radical de représentations.....	35
1.1.1.	Les concepteurs des systèmes d'information traditionnels.....	35
1.1.2.	Les concepteurs des TIC.....	36
1.2.	L'apport et le rôle des TIC dans l'entreprise.....	36
1.2.1.	Les TIC permettent de considérer les clients comme uniques.....	37
1.2.2.	Les TIC renforcent le rôle stratégique de l'information.....	37
1.3.	Les TIC une réponse au problématique actuelles des organisations.....	38
1.3.1.	Répondre à la dispersion et efficacité.....	38
1.3.2.	Favoriser la coopération.....	38
1.3.3.	Capitaliser les connaissances.....	38
2.	Les TIC et le système de communication.....	39
2.1.	Les TIC bouleversent la communication interne de l'entreprise et deviennent un outil de gestion des ressources humaines.....	40
2.2.	Les TIC un renfort pour la politique de communication interne.....	41
2.3.	Les TIC ouvrent les trois fonctions de la communication interne.....	42
2.4.	L'intranet au service de la communication interne.....	42
2.4.1.	L'intranet ou l'entreprise en réseau.....	42
2.4.2.	Les apports de l'intranet sur la communication interne.....	43

Conclusion.

Chapitre III : La communication interne au sein de l'entreprise ENGOA

Section 01 : Présentation de l'entreprise ENGOA

1. Présentation de l'entreprise ENGOA.....	47
1.1. Présentation du Groupe « GITRA ».....	48
1.1.1. Les missions de l'entreprise.....	48
1.1.2. Le domaine d'Activité de l'entreprise.....	49
1.1.3. Périmètres d'intervention du groupe GITRA.....	49
1.2. Présentation de l'ENGOA.....	50
1.2.1. Fiche identité de l'entreprise.....	50
1.2.2. Un leader national.....	50
1.2.3. Aujourd'hui.....	51
1.2.4. Une entreprise publique au sens propre du terme.....	52
2. La communication interne au sein de l'entreprise ENGOA.....	52
2.1. Le département RH.....	52
2.2. Le rôle de la communication interne au sein de l'entreprise d'ENGOA.....	54

Section 02 : la méthodologie de recherche

1. Démarche de l'enquête.....	56
2. L'entretien.....	56
2.1. Mode d'administration.....	57
2.2. L'échantillon.....	57
2.3. Préparation de l'entretien.....	57
2.4. Les étapes de l'entretien.....	58
2.4.1. Le contact initial.....	58
2.4.2. Le déroulement de l'entretien.....	58
2.5. Analyses et résultats.....	58
2.5.1. Analyse des Questions de l'entretien.....	58
2.5.2. Synthèse générale de l'enquête.....	62

3. Le questionnaire.....	62
3.1. Analyse du questionnaire.....	63
3.1.1. L'échantillon de l'enquête.....	63
3.1.2. La structure du questionnaire.	63
3.1.3. Le dépouillement du questionnaire.....	64
3.2. Synthèse du questionnaire.....	84
4. Synthèse générale de l'enquête.....	84

Conclusion.

Conclusion générale.

Bibliographie.

Annexes.